

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

МАТЕРІАЛИ

**Міжнародної студентської
науково-практичної конференції**

**“Україна і світ:
діалог мов та культур”**

11 – 13 квітня 2018 року

КИЇВ
Вид. центр КНЛУ
2018

Україна і світ: діалог мов та культур: матеріали Міжнародної студентської науково-практичної конференції, 11 – 13 квітня 2018 року. – К.: Вид. центр КНЛУ, 2017. – 742 с.

У збірнику вміщено матеріали конференції, які присвячені основним проблемам сучасного мовознавства, літературознавства, методики мовної освіти, а також педагогічним, психологічним, культурологічним та історичним проблемам розвитку освіти у світі Болонських реалій.

Члени редколегії:

Матвієнко О. В., докт. пед. наук, проф., проректор з наукової роботи;

Бігич О. Б., докт. пед. наук, проф. кафедри методики викладання іноземних мов й інформаційних технологій;

Бондаренко О. Ф., член-кор. НАПН України, докт. психол. наук, проф., зав. кафедри психології і педагогіки;

Валігура О. Р., докт. філол. наук, проф., зав. кафедри східної філології;

Валюх З. О., докт. філол. наук, проф., зав. кафедри української філології та славістики;

Воробйова О. П., докт. філол. наук, проф., зав. кафедри лексикології і стилістики англійської мови імені професора О.М. Мороховського;

Гамзюк М. В., докт. філол. наук, проф., зав. кафедри німецької філології;

Денисова С. П., докт. філол. наук, проф. кафедри німецької філології та перекладу і прикладної лінгвістики ;

Кагановська О. М., докт. філол. наук, проф. кафедри іспанської та французької філології;

Ніколаєва С. Ю., докт. пед. наук, проф., зав. кафедри методики викладання іноземних мов й інформаційних технологій;

Ніконова В. Л., докт. філол. наук, проф., зав. кафедри англійської філології факультету перекладачів;

Пирогов В. Л., канд. філол. наук, доц., зав. кафедри мов та цивілізацій Далекого Сходу;

Матеріали друкуються в авторській редакції.

СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ АРАБОМОВНИХ ТЕКСТІВ ГАЗЕТНО-ІНФОРМАЦІЙНОГО СТИЛЮ

Ада-Бенюсеф Камал

Київський національний лінгвістичний університет

Газета – один із основних засобів інформації, а також засіб впливу на широку та неоднорідну аудиторію читачів. Перекладачу суспільно-політичної літератури часто доводиться перекладати статті та замітки інформаційного характеру з арабських газет, тому він має бути добре ознайомленим зі стилістичними особливостями таких матеріалів.

Основний зміст газетних текстів складають матеріали газетно-інформаційного жанру. Такі тексти рідко перекладаються для друку повністю і в такому ж вигляді як в оригіналі – зазвичай вони зазнають певної редакторської обробки й адаптації. Переклад може замінюватися більш коротким реферативним викладом (Федоров, 2002, с. 234). Оскільки газету зазвичай читають в умовах, коли важко зосередитися (у транспорті, за обідом, після роботи і т.п.), існує необхідність подавати матеріал стисло, але з включенням усієї необхідної інформації.

Сучасна арабська преса доволі різноманітна і включає всі види жанрів, починаючи від серйозних видань і до “жовтої преси”. Серед характерних особливостей арабських газетних текстів, які можуть становити труднощі в практичній роботі перекладача, можна виділити такі:

- а) офіційні титули та звертання;
- б) структура заголовків;
- в) лексичні особливості газетно-інформаційних матеріалів;
- г) вживання термінів.

У газетно-інформаційному стилі дуже широко вживаються власні назви та імена, які роблять повідомлення конкретнішим, описуючи якісь події у певному місці або обставини, пов’язані з конкретними особами або установами. Тому читачу необхідно мати певні фонові знання. Наприклад, будь-якому арабському читачу добре відомо, що حماس ‘Хамас’ – це палестинський ісламський політичний рух, а ميدان التحرير ‘Майдан ат-Тахрір’ – центральна площа Каїра.

Загалом для арабського інформаційного тексту характерна тенденція використовувати довгі фрази, тоді як аналогічному українському тексту властиві короткі за структурою речення. Тому при перекладі часто буває доцільним звернутися до членування речення, застосовуючи такі види трансформацій як опущення або додавання слів, лексичні заміни та ін.

В текстах інформаційного характеру постійними відповідниками є політичні, економічні та інші терміни, стали вирази, наприклад: مجلس الوزراء ‘Кабінет міністрів’, مكافحة الفساد ‘боротьба з корупцією’. Значній частині

загальноживаних слів у будь-якій мові властива полісемія, причому діапазон значень у паралельних словах у двох мовах частіше за все не збігається. Тому перед перекладачем стоїть завдання обрати з декількох значень те, яке відповідає контексту. Для того щоб отримати адекватний за змістом та стилістичним оформленням текст мовою перекладу, необхідно віднайти той лексичний відповідник, який підходить до конкретного тексту.

Іншою проблемою при перекладі газетних текстів є різні скорочення. Для арабської мови загалом використання скорочень і аббревіатур не характерне, але існує низка загальноприйнятих скорочень, які трапляються в арабській пресі і які повинен знати кожний перекладач. Як правило, це назви всесвітньо відомих організацій: **أ.ب.** (англ. А.Р.) – інфомагенція “Ассошіейтед прес”; **أوبك** – ОПЕК; **ناتو** – НАТО. Багато скорочень назв міжнародних організацій мають еквівалент в українській мові, але якщо назва організації не відома реципієнту, то перекладач може подати скорочення перекладу назви, а в дужках навести повний варіант. Також перекладач має враховувати, що деякі скорочення можуть писатися однаково, але в повному варіанті будуть стосуватися різних організацій.

У газетних текстах трапляється велика кількість власних назв: найменувань організацій і закладів, топонімів і т.п. Перекладати їх слід згідно з традиційним варіантом, прийнятим у мові-реципієнті; якщо назва є маловідомою, слід бути обізнаним з правилами транслітерації. Також широко використовуються газетні кліше – готові “формули”, які або вказують на джерело інформації, як-от **نقل القول عن النوايا أصحاب الحسنة** ‘передати щось зі слів когось’ або є політичними штампами: **النوايا أصحاب الحسنة** ‘люди доброї волі’.

В газетно-інформаційних матеріалах часто трапляються багатозначні терміни, терміни-синоніми, скорочені терміни. Один і той самий термін може бути перекладений по-різному, залежно від ідейної спрямованості тексту, в якому його було вжито (Паршин, 1999, с. 80). Терміни в газетно-інформаційних матеріалах належать передусім до політичної номенклатури, економіки та міжнародних відносин.

Повідомлення та статті інформаційного характеру є найбільш діловими та найменш емоційно забарвленими серед всіх текстів газетно-публіцистичного стилю. Адекватність при перекладі таких текстів може бути забезпечена в тому числі шляхом синтаксичної перебудови речень.

Отже, переклад текстів газетно-інформаційного стилю характеризується певними специфічними особливостями, які перекладач обов’язково має враховувати у своїй роботі.

ЛІТЕРАТУРА

Паршин А. (1999). *Теория и практика перевода*. СПб.: СГУ.

Федоров А.В. (2002). *Основы общей теории перевода*. М.: Филология Три.

ІДЕОЕТНІЧНІ ВЛАСТИВОСТІ ОДИНИЦЬ ФРАЗЕО-СЕМАНТИЧНОГО ПОЛЯ “ЕМОЦІЙ ЛЮДИНИ” В СУЧАСНІЙ АРАБСЬКІЙ МОВІ

Аль-Зоабі А.Х.

Київський національний лінгвістичний університет

У нашій роботі зроблено спробу дослідити ідеоетнічні властивості одиниць фразео-семантичного поля “Емоцій людини” в сучасній арабській мові. Дослідження фразеологізмів завжди було цікавим, проте складним завданням, адже система фразеологізмів дуже нестійка. Існує досить небагато праць, присвячених вивченню фразеологічних одиниць в арабській мові. У нашій розвідці ми здійснили спробу дослідити фразеологізми, а конкретніше фразео-семантичне поле на позначення саме емоцій людини. У арабському мовознавстві фразеологічними одиницями займалися такі вчені, як аль-Майдані, аль-Мубаррад, Ісмаїл Бен Алі аль-Аква тощо.

Фразеосемантика є окремим напрямком фразеології, під час якого відбувається дослідження семантичних полів на макро- та мікрорівні. Не існує окремого дослідження семантичного поля фразеологічних одиниць “Емоцій людини” в сучасній арабській мові. Тому зазначена тема є актуальною, адже може стати реальним внеском у доробок фразеологічної ідеографії. Метою нашої роботи є дослідження структури та складової семантичного поля фразеологізмів “Емоцій людини”, беручи за основу аспект ідеоетнічних властивостей. Сам термін “фразеосемантичне поле” є відносно новим, згідно якому фразео-семантичне поле містить у собі сукупність фразеологічних одиниць, які пов'язані змістом (Луговая, 2017, с. 52).

Дослідження емоціальної складової мови є складним завданням і однією із актуальних проблем лінгвістики. В.І. Шаховський пояснює поняття емотивності як семантичну властивість мови, яка виражається системою засобів емоційності як факту саме психіки. Тому емотивність це вираження емоцій спеціальними мовними засобами, які передають певний емоційний стан людини щодо окремого об'єкта чи події. За В.І. Шаховським емотивність розуміється як семантична властивість притаманна мові, яка виражається системою своїх засобів, емоційність як факт психіки, відображений у семантиці мовних одиниць соціальні та індивідуальні емоції (Шаховський, 1984, с. 97–104).

Емоції – це форма ставлення людини до дійсності, що завжди супроводжується оцінкою. Емоції можуть бути позитивні, негативні та нейтральні. Сходознавець Охріменко М. А. у своїй роботі відносить до позитивних емоцій радість, сміх, задоволення, захоплення, симпатія, закоханість та ніжність. Негативні емоції – це гнів, смуток, горе, тривога, а до нейтральних вона відносить спокій, байдужість, зацікавленість (Охріменко, 2011, с. 131–133).

Наведемо приклади деяких фразеологізмів які позначають негативні емоції. Так, наприклад, для позначення гніву використовують такі одиниці:

أوْجُورٌ أوْجُورٌ” або ”عَصَاةٌ عَصَاةٌ” в українській мові маємо еквівалент: у нього увірвався

терпець (буквально – втратити терпіння), також зустрічається фразеологізм, який передає таке ж значення “أَبَدَ بَيْنَ الْوَالِدَيْنِ” (буквально – перейти межі виховання). З фразеологізмів, які виражають горе: “أَبَدَ لِي قَلْبِي” (буквально – забрав моє серце). Почуття страху можна передати, використавши фразеологічну одиницю: “أَبَدَ لِي رَأْسِي” – *волосся встає дибки* (буквально – волосся встало на його голові), “أَبَدَ لِي فِي رَأْسِي قَلْبِي” – *серце в п'яти ніг* (буквально – його душа пішла до ніг). Почуття тривоги, наприклад: “أَبَدَ لِي قَلْبِي” – *хвилюватись* (буквально – він їв тривогу). Як відомо, носії арабської культури дуже емоційні, тому прикладів можна навести ще дуже велику кількість, як із негативним забарвленням, так із позитивним.

Отже, емотивність фразеологічних одиниць в сучасній арабській мові потребує детальнішого вивчення. У нашій роботі ми розділили фразеологізми за трьома основними категоріями емоцій, а саме позитивні, негативні та нейтральні групи. Актуальність цієї теми не буде вичерпана мабуть ніколи, адже неможливо в повному обсязі дослідити фразеологічні одиниці з точки зору емотивності.

ЛІТЕРАТУРА

- Луговая, Н.В. (2007). Национально-культурные особенности фразеологических единиц сферы психоэмоционального состояния человека (на материале русского и французского языков). Краснодар: Кубанский государственный университет.
- Охріменко, М.А. (2011). Склад фразеосемантичного поля “Емоцій людини” (на матеріалі сучасник перської та української мов). Матеріали конференції “Україна і світ: діалог мов і культур». Київ: КНЛУ
- Шаховський, В.И. (1984). Значение и эмотивная валентность единиц языка и речи. Вопросы Языкознания. Волгоград.

ЗАСОБИ ВЕРБАЛЬНОГО ВИРАЖЕННЯ ЕМОТИВІВ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

Андрієвська І.Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Емотивність – це мовне відображення емоцій. Емоції можуть по-різному відображатися мовними засобами. Вони можуть називатися, виражатися та описуватися. Структура емотивності та особливості її мовного відбиття зумовлені специфікою об'єкта відображення – емоціями. Складниками емотивності є емотивний тон, емотивна оцінність, інтенсивність та тривалість. Мовою відображаються як кількісні, так і якісні компоненти емоцій.

Засоби вербального вираження емотивів представлені на фонетичному, морфологічному, лексико-фразеологічному, синтаксичному та графічному рівнях мови.

Фонетичні засоби вираження емоцій.

Беручи за основу класифікацію вчених І. Б. Голуб, Н. С. Валгіна, В. І. Максимова та вивчивши погляди різних учених, можна зробити таку класифікацію фонетичних засобів:

1. Багаторазове повторення звуків (пролонгація).

Таку пролонгацію здійснюють як з використанням дефіса, так і без нього.

Наприклад, Ааааааа....Яка прекрасна ідея!!!

Ну ооооооо, тепер я зооооовсім розчарований!

Який сьогодні чудоооовий день!!!!

У літературній мові емоційній пролонгації найчастіше підлягають голосні звуки і сонорні приголосні звуки ([л], [м], [н], [р]), рідше дзвінкі тривалі приголосні ([з], [ж], [ш], [с], [ш], [ф], [х], [в]) і ніколи – дзвінкі миттєві приголосні ([б], [г], [д], [к], [п], [т]), що відображають артикуляційні можливості мовленнєвого апарату людини.

2. Написання по складах (скандування, або вимова).

Скандування, або вимова, в письмовій мові часто слугує для вираження почуттів користувача.

У літературній мові прийнято розбивати слова на склади винятково за допомогою дефіса.

Наприклад: Ві-та-ю!!!

Ні-за-що! Ні-ко-ли я не погоджусь с тобою!

3. Словесний наголос за допомогою великої голосної букви.

Словесний наголос на письмі найчастіше демонструється за допомогою великої голосної літери. Вираження емоцій користувача здійснюється під час усвідомленого неправильного виставлення словесного наголосу. Як правило, так передають негативні емоції: іронію, роздратування, презирство, огиду.

Наприклад, *“Дивись не перепутай! Корзина, а не КорзИна. Корзина Олена Сергійвна”*.

Емоції на морфологічному рівні виражаються в словах, емоційне ставлення яких до предмета або явища зумовлене граматичними способами та особливими афіксами. Відомо, що морфема – одиниця мови, яка містить не тільки форму, а й власний зміст. Порівняно з фонемою ця одиниця відіграє більш суттєву роль у створенні змісту. Будучи головним компонентом словотворення, морфема взаємодіє з контактними одиницями свого рівня.

Наприклад, *Глянула, та й очам своїм віроньки не йму. Се ж мій братічок ріднесенький (Марко Вовчок)* (вираження емоції радості).

Проблема емоційності на морфологічному рівні розглядалася у працях учених О. Есперсена, Г. Морчепда, І. Арнольда та інших.

На лексичному рівні в словах-емотивах присутня емоційна оцінка позначуваних ними явищ, понять, станів, процесів.

Емотивна оцінка в чистому вигляді виражається лише емотивними одиницями: вигуками, емотивними частками, емотивними фразеологізмами. Проте в більшості випадків емотивне і предметно-логічне значення співіснують у семантичній структурі мовної одиниці, що визначає певне співвідношення емотивної та раціональної оцінки. І емотивна, і раціональна оцінки емотивно маркованої одиниці мають той самий об'єкт і суб'єкт оцінки, різними є лише

характер і основа оцінювання. Характер емоційного й раціонального оцінювання, як правило, збігається, проте це має місце не завжди, що наочно спостерігається на прикладах вираження гумору, іронії, сатири та сарказму. Оцінювання може здійснюватися суб'єктом як від свого імені, так і від імені суспільства. Наприклад, – *Тройку коней!* – *грізно крикнув писар на його та так, аж почервонів зі зла (О.Стороженко)* (від імені суспільства). *Зло мене взяло (Ю.Яновський)* (від свого імені).

На синтаксичному рівні для вираження емоцій можуть уживатися окличні, питальні, еліптичні, інвертовані речення, вставні елементи. Чим вищий ступінь емоційного напруження, тим вищий ступінь дезорганізації синтаксичної структури. Перерваність, повтори, незакінченість синтаксичних конструкцій характерні для високої концентрації емоцій.

На письмі емотивно-марковані висловлення людини відмічаються знаками оклику, питання, особливим чином розташованими в їхній синтаксичній структурі крапками, комами, також може відтворюватися трьома крапками, які, відбиваючи інтонаційні паузи та незв'язаність мовлення, фіксують наявність виразних засобів мовлення. Наприклад, *Гучна перемога! Вже ворог тікає – відкрилась дорога! (Павло Тичина)* (емоція радості); *Мені було жалко її... було мені страшно... я сумувала сумом об її... от і виплакала, що одужала втіха моя! (Марко Вовчок)* (емоція суму).

ФЕНОМЕН ІРОНІЇ В РОМАНІ М.КІДРУКА “ПОДОРОЖ НА ПУП ЗЕМЛІ”

Андріївська Т.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Іронія поряд із сатирою та гумором є рівноправною формою складного комізму. Для неї, як і для комічного загалом, характерні такі ознаки: наявність певного протиріччя (мети – засобам, форми – змісту, дії – обставинам, старого – новому тощо); здатність викликати в суб'єкта певну реакцію – сміх; соціальний характер. Специфічними ознаками іронії є суб'єктивізм, двоплановість вираження (зовнішнє ствердження, внутрішнє заперечення і кінцеве ствердження); здатність до двоспрямованості: на об'єкт і на себе. Особливістю вербального вираження іронії є співіснування двох смислових планів – прямого експліцитного та імпліцитного, який суперечить прямому.

Проаналізувавши роман Максима Кідрука “Подорож на Пуп Землі”, можна дійти висновку, що продуктивними мовними засобами для вираження іронії є:

- лексеми з іронічною конотацією: “Наостанок, для того щоб остаточно сформувані у вашій уяві образ мого товариша, вам необхідно також засвоїти, що: 1) Ян добре знає п'ять мов (шведську, чеську, англійську, російську та польську); 2) є одним із небагатьох європейців, який розуміє анекдоти про Радянський Союз”; “Поки ви *репетуєте*, доводячи офіціанту, що замовляли каву, а не молоко, вам підносять крихітну глиняну філіжанку, схожу на звичайну *сільничку* та наповнену *меленою кавою*;

- жаргонізми, просторіччя та слова іншомовного походження: “Перші два місяці я все ще сподівався, що мого *друзяку попустить* і він передумає”; “На дідька, питається, цей *фрик* здався мені тепер у Південній Америці?”; “Скажімо, те, що кийвське “Динамо” *вичворяє* на полі останніми роками, ми все ще вперто називаємо футболом”; “Мабуть, зараз розмірковує якимось на кшталт: “Ото тупоголові *трінго*, думають, що зараз полетять до Кіто”. Ха-ха-ха!”

- антифразис: “Очі червоні, мов у кролика, щока напухла, наче в хом’яка, після *танцюльок* на весіллі та нічного перельоту пахну *ведмедиком*, у голові кружляють якісь бульбашки, що виникли через неймовірну суміш у крові знеболювального й алкоголю, зліва на сорочці стирчить причеплена *квіточка*, а з рюкзака виглядає шматок весільного короваю. Коротше, не вистачало хіба *шапочки* Бетмена” – антифразис інтенсифікується за допомогою зменшувально-пестливих суфіксів;

- епітети: “...всю ніч мчав на таксі до Києва, впиваючись *блювотними* мелодіями шансону...”; “По-моєму, найгірше, що може трапитися в житті, – це зубний біль. Танталові муки, тортури інквізиторів – усе це лише комарині укуси порівняно з воістину диявольським винаходом за назвою “зубний біль”, що переслідує людину від першого дня її появи на Землі...”;

- порівняння: “Слід також узяти до уваги, що напередодні мені вирвали кутній зуб, завдяки чому моя права щока скидалася на *німецький дирижабль*, готовий до зльоту”; “Словом, якщо ви не космонавт, котрого щодня заштовхують до центрифуги та метеляють там, *немов ганчірку в пральній машинці*, навряд чи вашому організму доведеться колись відчутти на собі щось по-справжньому екстраординарне та непередбачуване”;

- метафори: “...*кролики на Котопаксі* – це ми з Яном, оскільки людина, здатна полізти посеред зими на висоту 4800 метрів не просто без спорядження, а взагалі без зимового одягу, навряд чи має мізки, більші від кролячих”; “Доблесний український уряд підвищує пенсії на 60 копійок (!!!) і при цьому все ще має назву “уряд”, а не “цирк”, “*гумористичне шоу довгоносиків*” чи просто “*табун неляканих дундуків*” тощо”;

- вставні та вставлені конструкції: “Зараз, гадаю, саме час зробити невелику паузу та трохи ближче познайомитись із Яном, тим чуваком, який не побоїться труднощів далекого шляху (*на кшталт брудних південноамериканських хостелів, заїжджених еквадорських автобусів, які одним колесом постійно нависають над прірвою, сексуально стурбованих перуанок, озброєних до зубів розбишак на кордоні, примх мого впертого характеру тощо*) та мужньо посує за мною до Південної Америки”; “Втім, я йшов уперед, свято – та ні, *трясця його мамі*, – сліпо вірячи у свою щасливу зорю”;

- алюзії: “Ніколи передчасно не нарікай на долю, – чех поплескав мене по плечі. – То просто *Будда* жартує на небесах”; “...у голові кружляють якісь бульбашки, що виникли через неймовірну суміш у крові знеболювального й алкоголю, зліва на сорочці стирчить причеплена *квіточка*, а з рюкзака виглядає шматок весільного короваю. Коротше, не вистачало хіба *шапочки* Бетмена”;

- фразеологічні ресурси: “Крім того, він [Ян] постійно бовтається у басейні, гасає аж до морозів на велосипеді, ходить у тренажерний зал, словом, спортсмен *на всі руки та на всю голову*”; “...через що я надумав покинути аспірантуру в Швеції, бо вона вже мені, як ото кажуть, *у печінках сиділа...*”.

Особливістю вираження іронії в сучасній українській прозі є те, що всі засоби та прийоми творення іронічного смислу мають спільну семантичну основу та механізм реалізації і рідко виступають у тексті ізольовано від інших засобів, що пояснюється комунікативним завданням автора іронічно, насмішкувато, глузливо зобразити дійсність і себе самого.

REALIEN AUS SICHT DER ÜBERSETZUNG

Бичковська О. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Zu den meistdiskutierten Übersetzungsproblemen gehört die Wiedergabe von Realien. Dementsprechend finden sich in der übersetzungswissenschaftlichen Literatur zahlreiche Definitionen, in denen das Phänomen aus unterschiedlichen Perspektiven und jeweils anhand von anderen Überlegungen beschrieben wird, und ebenso verschieden sind auch die Klassifikationsversuche.

So definiert Werner Koller Realien als Ausdrücke und Namen „für Sachverhalte politischer, institutioneller, sozio-kultureller, geographischer Art, die spezifisch sind für bestimmte Länder“ (232).

Realien sind dementsprechend die Einheiten, die an eine Kultur und\oder an einen geographischen Raum gebunden sind (Bödeker & Freese, 1987). Als Realien werden also alle geographische Begriffe, ethnographische Begriffseinheiten (Folklore, Mythologie), Alltagsrealia (Speisen, Getränke, Kleidung, Kopfbedeckung, Schmuck, Wohnung, Geräte, Spiele, Maße, historische, gesellschaftliche, rechtliche, institutionelle, politische und religiöse Begriffe sowie emotionale und ideologische Wertungen (Henschelmann, 1999). Als Beispiele für Realien können Eigennamen (Deutschland, der Bodensee, die Schwäbische Alb, Otto von Bismarck), Kleidung (der Schillerkragen, das Dirndlkleid, der Knickerbocker, Verwaltungseinheiten (das Bundesland, die Gemeinde, die Markgenossenschaft), Einheiten der Folklore (das Heinzelmännchen, das Kobold, der Isegrim, die Walpurgisnacht).

Ob auch Eigennamen als Realien betrachtet werden sollen, ist umstritten. Jurgita Kohrs betrachtet Eigennamen (einschließlich der Toponyme) als eine „Untergruppe von Realien“ (2008). Die wichtige Rolle von Eigennamen wird insbesondere im Bereich der literarischen Übersetzung betont, da diese Elemente in der Literatur über ein konnotatives und assoziatives Potenzial verfügen.

Gleichzeitig sind Realien Identitätsträger eines nationalen/ethnischen Gebildes, einer nationalen/ethnischen Kultur – im weiteren Sinne –, die einem Land, einer Region, einem Erdteil zugeordnet werden (Markstein, 2003). Es wird vorgewiesen, dass die Erfassung und das Verstehen der Realien von der Zugehörigkeit zu einem bestimmten Kulturkreis zeugen.

Realien und ihre Bezeichnungen seien – aus Übersetzerischer Sicht – zwar eine Herausforderung besonderer Qualität und Art, aber gleichzeitig auch lebendiger Ausdruck des Neben- und Miteinanders der Sprachen und Kulturen dieser Welt.

Die Schwierigkeiten beim Übersetzen der Realien bestehen darin, dass es keine adäquaten Entsprechungen von diesen in anderen Sprachen gibt. Dafür lassen sich drei Gründe finden. Erstens gibt es Unterschiede hinsichtlich der Geschichte und Natur, die ihrerseits zu Unterschieden in der objektiven Wirklichkeit führen. Zweitens wird die Wirklichkeit anders erkannt und sprachlich eingeordnet und drittens weichen die Sprachen auch bezüglich ihrer Struktur, wie der Benennungsbildung, voneinander ab (Kutz, 1981).

Um eine adäquate translatorische Lösung zu finden, bedarf es allerdings einer hohen kulturellen Kompetenz.

ЛІТЕРАТУРА

- Bödeker, Birgit und Katrin Freese (1987) „Die Übersetzung von Realienbezeichnungen bei literarischen Texten: Eine Prototypologie“, TEXTconTEXT 2/2-3, 137-165.
- Henschelmann, Käthe (1999) Problembewußtes Übersetzen Französisch-Deutsch. Ein Arbeitsbuch, Tübingen: Narr.
- Kohrs, Jurgita (2008) „Litauische Realien auf deutschsprachigen Internetseiten über Litauen“, Kalbų Studijos/Studies about Languages 12, 57-65.
- Koller, Werner (1997) Einführung in die Übersetzungswissenschaft, 5. Aufl., Wiesbaden: Quelle & Meyer, 232.
- Kutz, Wladimir (1981): Zur Auflösung der Nulläquivalenz russischsprachiger Realienbenennungen im Deutschen. In Kade, Otto (Hg): Probleme des übersetzungswissenschaftlichen Textvergleichs. Übersetzungswissenschaftliche Beiträge 4. VEB Verlag Enzyklopädie. Leipzig. 106 - 138.
- Markstein, Elisabeth (2003) „Realia“ in Mary Snell-Hornby, Hans G. König, Paul Kußmaul und Peter A. Schmitt (Hrsg.) Handbuch Translation, 2. Aufl., Tübingen: Stauffenburg, 288-291.

СЕМАНТИЧНА СТРУКТУРА ІТ-ТЕРМІНОСИСТЕМИ В НОВОГРЕЦЬКІЙ МОВІ

Білоус Ю.О.

Київський національний лінгвістичний університет

ІТ сфера характеризується прискоренням науково-технічного прогресу, поширенням інформаційного обміну та появою великої кількості специфічної лексики, термінів та комп'ютерної фахової мови в цілому. Частіше за все лексичні одиниці, особливо, терміни цієї сфери запозичуються з англійської мови, через те що головним осередком розвитку ІТ сфери є США. Дослідження присвячено вивченню ІТ термінології, а саме лексико-семантичних груп ІТ термінів з метою подальшого укладання англійсько-новогрецько-українського словника. Матеріалом дослідження послужили 300 термінів, отримані в

результаті аналізу 3-х інструкцій з використання телефону, смарт-годинника та ноутбука, кожна інструкція в середньому мала по 150-200 сторінок (AWUG, 2017, IUG, 2017, UMEE, 2016, UMGE, 2016, UMUE, 2016, OXAW, 2017, OXI, 2017, ПКІ, 2017, ПКАW, 2017).

Визначенням понять “лексико-семантичне поле” та “лексико-семантична група” вчені почали займатися давно. Теорії ЛСП вже більше сто років (Жаботинская, 2002). За тлумаченням А.А. Уфимцевої “**лексико-семантичне поле** – це велике об’єднання семантично пов’язаних лексем, що включають лексико-семантичні групи, одна з яких є ядреною, а в свою чергу **лексико-семантична група** слів – це сукупність слів, які відносяться до однієї частини мови. Вони об’єднані внутрішньомовними зв’язками на основі взаємообумовлених та взаємопов’язаних елементів значення” (Уфимцева, 1962). “**Термін** – це слово або словосполучення, що означає чітко окреслене спеціальне поняття будь-якої галузі науки, техніки, мистецтва, суспільного життя тощо” (Словник української мови, 1979). Термін – це стилістично нейтральне слово, яке має точну сферу застосування, логічну і предметну спрямованість, а також відсутність експресивності. Термін не може бути багатозначним.

Проаналізовану нами ІТ лексику представлено трьома лексико-семантичними полями (ЛСП): ЛСП “Мобільний телефон”; ЛСП “Смарт-годинник”; ЛСП “Ноутбук”. На основі проаналізованого пласта ІТ лексики нам вдалося виділити такі лексико-семантичні групи:

- 1) Елементи інтерфейса: background – ταπετσαρία – фонове зображення, home screen – οθόνη αφετηρίας – початковий екран, icon – στοιχεία – елемент, settings – ρυθμίσεις – параметри, slider – ρυθμιστικό – повзунок, active windows – ενεργό παράθυρο – активні вікна, start menu – μενού έναρξη – меню пуск.
- 2) Програмне забезпечення: file explorer – εξερεύνηση αρχείων – диспетчера файлів, web browser – περιηγητής ιστού/φυλλομετρητής ιστοσελίδων – веб браузер.
- 3) Складові мобільного телефону: battery – μπαταρία – акумулятор, connecting cable – καλώδιο σύνδεσης – кабель для з’єднання, headset – ακουστικά – гарнітура, jack Adapter – προσαρμογή ακουστικό – перехідник для навушників, rear microphone – πίσω μικρόφωνο – задній мікрофон, rear-facing camera – πίσω κάμερα – задня камера.
- 4) Складові смарт-годинника: air vent – εξαερισμός – вентиляційний отвір, band release button – κουμπί αποδέσμευσης λουρακιού – кнопка вивільнення ремінця, watch face – πρόσοψη ρολογιού – циферблат, water Lock – κλείδωμα στο νερό – гідрозамок.
- 5) Складові ноутбуку: camera indicator – ένδειξη φωτογραφικής μηχανής – індикатор камери, keyboard – πληκτρολόγιο – клавіатура, power button – κουμπί τροφοδοσίας – кнопка живлення, capital lock indicator – ένδειξη κεφαλαίων γραμμάτων – індикатор прописних літер.

Комп’ютерна термінологія є, мабуть, найдинамічнішою із термінологічних систем оскільки інновації в комп’ютерній техніці розвиваються досить стрімко (Бортничук, 1988).

ЛІТЕРАТУРА

- Apple Watch User Guide* [AWUG]. (2017). Взято з <https://help.apple.com/watch/?lang=en>
- iPhone User Guide* [IUG]. (2017). Взято з <http://help.apple.com/iphone/10/?lang=en>
- User's Manual for English Edition ASUS ZenBook UX330UA* [UMEE]. (2016). Взято з http://dlcdnet.asus.com/pub/ASUS/nb/UX330UA/0409_E11329_UX330UA_.pdf?_ga=1.213584470.370352340.1478889915
- User's Manual for Greek Edition ASUS ZenBook UX330UA* [UMGE]. [2016]. Взято з http://dlcdnet.asus.com/pub/ASUS/nb/UX330UA/0408_GK11329_UX330UA_A.pdf?_ga=1.221964250.370352340.1478889915
- User's Manual for Ukrainian Edition ASUS ZenBook UX330UA*. [UMUE] (2016). Взято з http://dlcdnet.asus.com/pub/ASUS/nb/UX330UA/0422_UA11329_UX330UA_A.pdf?_ga=1.221964250.370352340.1478889915
- Οδηγός χρήσης Apple Watch* [OXAW]. (2017). Взято з <https://help.apple.com/watch/?lang=el>
- Οδηγός χρήσης iPhone* [OXI]. (2017). Взято з <http://help.apple.com/iphone/10/?lang=el>
- Бортничук, Е. Н. (1988). Словообразование в современном английском языке. Київ: Вища школа.
- Жаботинская, С.А. (2002). *Ономазиологические модели в свете современных школ когнитивной*. Москва–Воронеж: Ин-т языкознания РАН, Воронежский гос. ун-т.
- Посібник користувача iPhone* [ПКІ]. (2017). Взято з <http://help.apple.com/iphone/10/?lang=uk>
- Посібник користувача Apple Watch* [ПКАW]. (2017). Взято з <https://help.apple.com/watch/?lang=uk>
- Словник української мови. Академічний тлумачний словник. (1970-1980). Взято з <http://sum.in.ua/p/10/88/1>
- Уфимцева, А.А. (1962). *Опыт изучения лексики как системы*. Москва: Издательство АН СССР.

ІНТЕНСИФІКАЦІЯ У КИТАЙСЬКІЙ МОВІ: ПРОЦЕС І ЗАСОБИ

Богатчук Я.Є.

Київський національний лінгвістичний університет

Предметом нашого дослідження є категорія інтенсифікації якості ознаки. Поняття інтенсифікації є загальною категорією та застосовується і до ступеню якості ознаки, і до ступеню якості дії (Лотоцька, 2012, с. 27).

Інтенсифікація є складним поняттям, що містить поняття кількості й міри. Ми говоримо про ступінь інтенсифікації, коли певне поняття оцінюється у співставленні до певного внутрішнього еталону. Термін "інтенсифікація" у зв'язку із його умовністю часто виступає в деяких дослідженнях синонімом таких понять, як посилення та ступінь (Лотоцька, 2012, с. 26; Савула, 2015). На

сьогодні в мовознавстві не існує однозначної інтерпретації поняття інтенсифікації, однак можна визначити декілька напрямків його тлумачення:

1) інтенсифікація – вираження кількості ознаки, наявні різноманітні відношення, які нагадують ступені енергізації у фізико-хімічному й фізіологічному світі (Бодуен де Куртене, 1963, с. 313);

2) інтенсифікація – засоби мовлення, що виражають всі відмінності, які зводяться до категорій кількості, величини, цінності, сили (Баллі, 1955, с. 202);

3) інтенсифікація – семантична категорія, що позначає кількісну міру оцінки якості, міру експлікативності, емоційності, оцінності, градуальність (Туранський, 1990, с. 7).

4) інтенсифікація – семантична категорія, що дозволяє здійснити підсилення смислового значення без використання додаткових описових лексичних одиниць. Засоби інтенсифікації дозволяють вказати на різні ступені якості ознаки на морфологічному, синтаксичному, фразеологічному, лексичному та інших мовних рівнях (He, 2005, с. 16).

Таким чином, узагальнюючи наведені вище трактування поняття "інтенсифікація", можемо констатувати, що інтенсифікація – це семантична категорія, що позначає кількісну міру ступеня ознаки, є суміжною з категорією градуальності та реалізується на морфологічному, синтаксичному, фразеологічному та лексичному мовних рівнях.

У зв'язку з цим, лінгвісти поділяють засоби інтенсифікації, або інтенсифікатори, згідно з рівнями, на яких вони реалізуються, на фонетичні, морфологічні, синтаксичні, фразеологічні та лексичні.

Лексичні інтенсифікатори, а саме, прислівники міри і ступеня та якісно-означальні прислівники, складають основу засобів вираження категорії інтенсифікації в сучасній китайській мові.

Наприклад: 很高兴与大家再次相聚在美丽的大连。 – Я дуже радий знову зустрітися з вами у прекрасному місті Далянь (李**克**强, 2017, с. 23).

До **морфологічних** інтенсифікаторів відносять мовні одиниці, утворені з допомогою морфем та афіксів, які виконують функцію підсилення:

Наприклад:

"这是最好的时代，也是最坏的时代"，英国文学家狄更斯曾这样

述工业革命发生后的世界。 – "Це *наикращий* час і також *найгірший* час" – так описував свого часу постіндустріальний світ англійський письменник Чарльз Діккенс (习**平**, 2017, с. 12).

До **синтаксичних** інтенсифікаторів відносять такі мовні одиниці, як інтонаційні конструкції, вигуківі слова, повтори слів, риторичні запитання:

Наприклад:

一带一路倡议出近四年来越来越多的中国企业来乌克兰投资兴业，越来越多的乌克兰农牧产品进入中国市场，越来越多的中乌公民往来于两国之间！ – За останні 4 роки після висунення ініціативи "Один пояс і один шлях", *все більше* китайських підприємств прибули в Україну для інвестування, *все більше* українських продуктів сільського господарства і тваринництва увійшли на

китайський ринок, *усе більше* китайських та українських бізнесменів, туристів, студентів, відвідують наші дві країни! (杜伟, 2017, с. 26).

Фразеологічні інтенсифікатори займають найменшу частку в функціонально-семантичному полі інтенсифікації ознаки, до них відносять фразеологізми та сталі вирази, які в контексті набувають підсилювального значення: Наприклад: 当然, 我们也要承认, 经济全球化是一把“双刃剑”。 – І справді, ми маємо визнати, що економічна глобалізація – це "*палиця з двома кінцями*" (习近平, 2017, с. 12).

Таким чином, категорія інтенсифікації ознаки у китайській мові має широкий план вираження та є досить складною та різноплановою. Категорія інтенсифікації реалізується прислівниками міри і ступеню, підсилювальними морфемами та редуплікацією прикметників, а також риторичними запитаннями, інтонацією, кінцевими експресивно-окличними частками та фразеологізмами.

ЛІТЕРАТУРА

- Балли, Ш. (1955). *Общая лингвистика и вопросы французского языка*. Москва: Изд-во иностр. л-ры.
- Бодуэн де Куртенэ, И.А. (1963). *Избранные труды по общему языкознанию*. Москва: АН СССР.
- Лотоцька, Н. (2012). Префіксальні та прислівникові моделі вираження інтенсифікації якості прикметника у сучасній французькій мові. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка, №8*. Київ: КНУ ім. Шевченка.
- Савула, А. (2015). Малопродуктивні засоби вираження інтенсифікації атрибутивної ознаки у творах Горация, Вергілія, Овідія. *Иноземна філологія. Вип. 128*.
- He, Jia. (2005). A Systematic Study of Degree Adverb "beir" in Tianjin Dialect. Chinese University of Hong Kong. Hong Kong.
- 杜伟。(2017). 驻乌克兰大使杜伟在国庆 68 周年招待会暨“和平与友好”中乌艺术家绘画作品展上的致辞. *Україна-Китай, вип. 3*. Київ: Українська асоціація китаєзнавців.
- 李克强。(2017). 在第十一届夏季达沃斯论坛开幕式上的致辞. *Україна-Китай, вип. 3*. Київ: Українська асоціація китаєзнавців.
- 习近平。(2017). 习近平主席在世界经济论坛 2017 年年会开幕式上的主旨演讲. *Україна-Китай, вип. 3*. Київ: Українська асоціація китаєзнавців.

ТРАДИЦІЙНІ СВЯТА КИТАЮ: СВЯТО ВЕСНИ І СВЯТО ОСЕНІ

Боднар Р.Р.

Київський національний лінгвістичний університет

Важливою частиною блискучої китайської культури є традиційні свята. Вони мають давню історію і багатий зміст, де переплетені звичаї, забобони, вірування, світське життя і релігійні обряди.

Контури більшості китайських традиційних свят виникли в епоху династії Цін (221-206 рр. до н.е.) – першої в історії династії, що об'єднала Китай у централізовану державу. У часи наступної династії Хань (202 р. до н.е. – 220 р.), з якою пов'язаний розквіт стародавнього Китаю, відбувається остаточне оформлення основних свят. В епоху Тан (618-907 рр.) свята втрачають початкове значення обрядів жертвоприношення і набувають розважального характеру і нових ритуалів різноманітних і яскравих.

Серед усіх традиційних свят особливими, які відзначаються з найбільшим розмахом, є Чунь Цзе (Свято весни) і Чжунцюцзе (Свято середини осені).

Чунь Цзе, що означає Свято весни, – це початок нового року за традиційним Місячним китайським календарем і найважливіше свято для китайців. Чунь Цзе відзначають вже більше трьох тисяч років, його історія бере свій початок з обрядів жертвоприношення божествам та духам предків, які здійснювали в епоху Шан-Інь (XVI-XI ст. до н.е.). Китайський Новий рік наступає у перший молодик після зимового сонцестояння, у період між 12 січня і 19 лютого. З введенням григоріанського календаря це свято стали називати “Святом весни”, щоб відокремити його від Нового року за західним стилем.

Ніч під Новий рік китайці називають “ніччю зустрічі після розлуки”. Для них це найважливіший момент року. Вся родина збирається за святковим столом до новорічної вечері, яка вирізняється багатством і розмаїттям страв. Наприклад, новорічна вечеря не обходиться без страв з курячого м'яса, риби і “доуфу” – соєвого сиру, який ми називаємо “тофу”, тому що в китайській мові назви цих продуктів співзвучні зі словами, що означають “щастя” і “достаток”. На півночі Китаю на Новий рік прийнято їсти пельмені (цзяоци), а на півдні – “няньгао” (шматочки, виготовлені з клейкого рису). Мешканці півночі віддають перевагу пельменям, тому що китайською мовою слово “цзяоци” співзвучне зі словами “проводи старого і зустріч нового”.

Свято Весни багате різноманітними звичаями, які зберігаються до сьогодні: кілька днів поспіль проводяться галасливі народні гуляння і ярмарки, де виконують танці лева і драконів, хороводи “сухопутних човнів”, номери на ходулях. Традиція дарування подарунків не дуже поширена в Китаї. На Чунь Цзе традиційним подарунком є Я-сунь цянь – кишенькові гроші в спеціальних червоних конвертах, які прийнято дарувати дітям.

Новорічні святкування закінчуються Святом ліхтарів (Юаньсяоцзе), на п'ятнадцятий день першого місяця за місячним календарем. У Китаї є безліч способів відзначати це свято. Але найважливіші частини і символи торжества – це ліхтарі і коржик юаньсяо. Крім юаньсяо і загадок на барвистих ліхтарях, в різних частинах Китаю існують інші святкові розваги: феєрверки, танець дракона, танець лева, ляльковий театр, театр тіней та інші.

Чжунцюцзе – День середини осені – у Китаї також називають Фестивалем Місяця або Святом місячних пряників і відзначають 15 числа 8 місяця за місячним календарем.

Він припадає на середину осені, тому в давнину його називали Чжунцю – “середина осені”. Згадка про це вперше зустрічається в “Ритуалах Чжоу” – збірці обрядів, яка складена в епоху Чжоу (XI-III ст. до н.е.). Щоб відсвяткувати

закінчення збору врожаю, найкращим часом для селян вважався день, коли місяць найбільш повний і яскравий. В епоху династії Тан свято Чжунцюцзе сформувалося остаточно, в епоху Сун (960-1279 рр.) церемонії, які супроводжували свято, стали більш урочистими, а в часи династій Мін (1368-1644 рр.) та Цін (1644-1912 рр.) Чжунцюцзе стало одним з головних китайських свят. У цей день рідні і друзі збираються за столом на відкритому повітрі, в міських парках і полях щоб милуватися красою Місяця, їсти місячні коржі “юебін”, запалювати пахощі на честь легендарної феї Чан-Є, яка мешкає на Місяці.

Свято середини осені вважається жіночим святом оскільки Місяць – головний атрибут цього свята – уособлює жіночий початок, енергію “інь”, стихію води, темряву. Молодик для китайців став також символом родинної єдності, згуртованості і тому його намагаються відзначати всією родиною і родичі, які у від’їзді, намагаються повернутися в цей час до родини.

Китайці вважають свята частиною свого культурного спадку, тому відповідально ставляться до їх підготовки, а проведення перетворюється у яскраве і незабутнє видовище.

ЛАКУНАРНІ ЛЕКСИЧНІ ОДИНИЦІ ЯК ЗАСОБИ МОВИ ПОЛІТИЧНИХ ДІЯЧІВ У ХХІ СТОЛІТТІ

Бондарева М.О.

Київський національний лінгвістичний університет

Різноманітність мов ґрунтується на різноманітності їх походження, а також історії, середовища, матеріальної та духовної культури народів, в процесі мовної комунікації. Всі ці чинники визначають особливість кожної мови, яка інколи спричиняє серйозні проблеми у перекладачів, що й змушує говорити про неможливість перекладу окремих виразів, чи змісту текстів, вираженими засобами однієї мови на іншу. У зв’язку з цим на чільне місце в теорії перекладу виступає проблема лакунарності та переклад безеквівалентної лексики (Беянин, 2000, с. 119).

У лінгвістиці та психолінгвістиці під “лакунами”, зазвичай, розуміють базові елементи національної специфіки лінгвокультурної спільноти, що ускладнюють розуміння деяких фрагментів текстів іншокультурними реципієнтами (Беянин, 2000, с. 95–96). Як зазначає І. А. Стернін, “у кожній мові існує велика кількість міжмовних лакун, тобто, пустих, незаповнених місць в лексико-фразеологічній системі мови, хоч у ній можуть бути присутніми близькі за значенням лексеми” (Стернін, 1997, с. 87).

На даному етапі розвитку теорії лакун існують два основних підходи у встановленні лакун у мовах та культурах. У зарубіжній лінгвістичній науці існування лакун пояснюється механізмом “функціонування” лінгвістичних та культурологічних універсалій. Деякі феномени культури (мови), що вважаються універсальними, можуть бути не представлені у всіх локальних

культурах. Іншими словами, для деяких культур такі феномени виявляються лужанізованими (Крижко, 2005).

У межах другого підходу, що склався у вітчизняній науці, поняття “лакуна” інтерпретується в термінах “інваріант” і “варіант” деякої вербальної і невербальної поведінки, притаманної тій чи іншій локальній культурі. Під інваріантом розуміється вся сукупність такої вербальної поведінки, яке є спільною для ряду лінгвокультурних варіантів поведінки (Онищук, 2013).

Усезростаюча роль політики і політиків у світі, перебування їх у центрі уваги засобів масової інформації, загострення політичної боротьби – усі ці фактори в значній мірі зумовили інтерес до проблем політичної мови. Так, стрімкий розвиток політичного життя породив виникнення низки політичних неологізмів, що з точки зору перекладознавства являють собою лексичні лакуни, оскільки не мають чіткого відповідника в українській мові, наприклад: *deather* – людина, яка вважає, що американська реформа охорони здоров'я призведе до зростання смертності, особливо серед людей похилого віку; *corpocracy* – суспільство, в якому корпорації мають значну економічну і політичну владу; *vote mob* – організований через соціальні мережі натовп людей, з метою заохотити молодь голосувати на наступних виборах; *to take a walk* – голосувати за кандидата іншої партії; *favorite son* – кандидат, що висувається в президенти делегацією свого штату (на передвиборному з'їзді партії).

У контексті міжкультурної комунікації *політичний текст* постає як частина іншомовного та інокультурного простору і неминує містити лакуни, а саме етнічно-специфічні елементи культури, в якій створено текст, які в силу своєї особливості можуть бути або неадекватно інтерпретовані реципієнтом, або незрозумілі, або непомічені (Сорокин, 1985, с. 87). Користуючись цим, політики уміло використовують лакуни для того, щоб:

- виглядати освіченим в очах реципієнта;
- збагатити свою мову;
- створити позитивний імідж політичного діяча і посилити свій вплив на маси;
- створити експресивно-емоційний фонд та наповнювати лакуни зручним і потрібним змістом;
- завуалювати небажані та незручні поняття;
- маніпулювати свідомістю аудиторії, яка, будучи адресатом інформації, заповнює лакуни у відповідності зі сформованими в її лінгвокультурі стереотипами, міфами, символічними уявленнями, зумовлюючи певний набір якостей, якими повинен володіти політик.

Викладене вище переконує в тому, що політичний дискурс є невичерпним джерелом утворення лакун, адже наукові дослідження політичних процесів та тенденцій передбачають появу нових відкриттів, введення нових понять та термінології. Крім того, наразі лівову частку лексичного інвентарю сучасного політика становлять лакунарні лексичні одиниці, які, будучи правильно використані, можуть сприяти досягненню цілей політиків.

ЛІТЕРАТУРА

- Белянин, В. П. (2000). *Введение в психолингвистику*. М., РФ : ЧеРо.
- Крижко, О. А. (2005). Лакуни в українській мовній картині світу. *Актуальні проблеми слов'янської філології*. Вип. X: Лінгвістика і літературознавств. 159–160.
- Онищук, М. І. (2013). Зіставно-типологічне дослідження парадігматичної лакунарності в англійському і українському художньому мовленні. Тернопіль.
- Сорокин, Ю. А. (1985). *Психолингвистические аспекты изучения текста*. М., РФ.
- Стернин, И. А. (1997). *Лексическая лакунарность и понятийная безэквивалентность*. Воронеж, РФ.

ПОНЯТТЯ КОНЦЕПТУ У КИТАЙСЬКІЙ МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ

Борченко Ю.С.

Київський національний лінгвістичний університет

Антропоцентрична, комунікативно-функціональна, лінгво-когнітивна, орієнтовна наукова парадигма скерувала лінгвістичні дослідження на вивчення відношення між мовним знаком та його користувачем. У зв'язку з актуальністю в сучасній парадигмі когнітивної лінгвістики лінгвоконцептології на часі всебічне, багатоаспектне вивчення природи мовних одиниць та їх функціонування в дискурсі мовної особистості (Ляпин, 1999, с.176).

Картина світу – це сукупність світоглядних знань про світ, котра сформована в процесі оцінювання суб'єктом результатів пізнання навколишньої дійсності. Суб'єкт формує для себе картину світу, виходячи з власного відчуття, сприйняття, уявлення, форм мислення та самосвідомості. Мовна картина світу – це результат певного способу відбиття реальності у свідомості людини через призму мови та національних, історико-культурних особливостей її носіїв (Попова, 2014, с. 84). Мовна картина світу – це історично сформована в повсякденному пізнанні спільноти та відображеною в мові сукупністю уявлень про світ, певним способом відображення і концептуалізації дійсності крізь призму культурно-національних особливостей, притаманних певному мовному колективу; інтерпретація навколишнього світу за національними концептуально-структурними канонами відображення дійсності у свідомості етносу, які засвоюються дитиною у процесі її соціалізації.

Інтенсивний розвиток когнітивної лінгвістики, теоретичне осмислення поняття “концепт” і типології концептів привело вітчизняних і китайських дослідників до розуміння того, що концепт це термін, котрий поєднує різні види ментальних явищ, функцією яких є структуризація знань у свідомості людини. Пошуки визначення концепту, його ментальної специфіки були тісно пов'язані з проблемою класифікації концептів, якій дослідники приділяли велику увагу.

У науковій парадигмі китайської мови вироблено розуміння того, що концепти – це одиниці мислення, які за своїм змістом й організацією можуть бути досить різні при збереженні своїх основних функцій структурувати знання й виступати одиницями розумового процесу (Кобзев, 1998, с. 118).

Наприкінці минулого століття традиційний інтерес в китайській лінгвістиці до проблеми взаємовідносин культури і мови послужив основою для появи ряду дисциплін на стику культурології та лінгвістики: лінгвоконцептології, лінгвокультурології, культурологічної лінгвістики.

За визначеннями китайських учених природа концепту та спектр його функціонування розширюють свої межі, що дає підстави визначати даний феномен як об'єкт майбутніх розвідок сучасних науковців. Актуальність дослідження пов'язана із зацікавленістю науковців до розкриття ментальної специфіки концепту та особливостей його функціонування в китайській мовній картині світу.

При дослідженні китайської національно-культурної специфіки фразеологізмів важливе місце займає проблема аналізу у фразеологічному аспекті концептів як “структур національної свідомості, загальних для всіх представників даного соціуму” (Кобзев, 1998, с. 119). Так як саме ціннісна картина світу, концептосфера національної мови, є основою духовної культури, то однією з найбільш важливих завдань стає виявлення та аналіз її ключових термінів, найважливіших в світосприйнятті носіїв мови.

Таким чином, національно-культурна специфіка фразеологізмів полягає в тому, що вони містять комплекс наївних уявлень носіїв мови. Аналіз фразеологізму, який вказує на певне поняття духовної культури, виявляє національно-культурну конотацію поняття, яке аналізується. А аналіз сукупності фразеологізмів відтворює повну картину досліджуваного концепту в наївній картині світу (Ляпин, 1999, с. 177).

Чен'юй – найпоширеніший тип фразеологізмів китайської мови. Вони відносяться до виражально-зображальних засобів, так як використовуються фігурально, метафорично, надають яскраву характеристику явищу. Це стійкі словосполучення, найчастіше чотирискладові, побудовані за нормами стародавньої китайської мови – веньянь. Чен'юй семантично неподільні, мають узагальнено-переносне значення, експресивний характер. Синтаксично виступають в ролі члена речення. Чен'юй завжди мають імпліцитне значення, тобто в них завжди є якийсь прихований сенс, а точніше асоціативна інформація. Саме ця особливість відрізняє чен'юй від схожого за структурою типу фразеологізмів – сигецзі. За чен'юй завжди стоїть певна історія, легенда, притча. Використовуючи чен'юй, мовець свідомо чи ні асоціює його з певною історією, прихованим змістом. Хто говорить при цьому очікує, що реципієнту теж відома ця імпліцитно інформація (Кобзев, 1998, с. 119).

Таким чином культурний концепт у китайській мові як багатовимірне ментально-вербальне утворення, до складу якого входять як мінімум три ряди складових: понятійний, образний і тілесно-знаковий, отримує статус суб'єкта лінгвістичного аналізу саме завдяки останньому, наявності якого в семантиці

відокремлює лінгвокультурологічне розуміння концепту від логічного, математичного та семіотичного.

ЛІТЕРАТУРА

- Кобзев, А.И. (1998). *Учение о символах в китайском языке*. Москва, Российская Федерация: Наука.
- Ляпин, С.Х. (1999). *Концептология: к становлению подхода*. Москва, Российская Федерация: Элипс.
- Попова, З.Д. (2014). *Понятие концепта и его специфика*. Москва, Российская Федерация: Наука.

ЗАСТАРІЛА ЛЕКСИКА РОМАНІВ ЛЮКО ДАШВАР “ПОКРОВ” І “РАЙ.ЦЕНТР”

Будківська В. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Люко Дашвар є одним з найпопулярніших сучасних українських письменників. Її роман “Рай.Центр” став дипломантом конкурсу “Коронація слова 2009” у категорії “Вибір видавців”. Крім цікавого сюжету, твори Люко Дашвар вражають і своїм лексичним багатством. Нашу увагу привернули застарілі слова, використані мисткинею для змалювання долі семи колін нащадків багатого хорунжого Яреми Дороша – одного з головних героїв роману “ПоКров” та розповіді про містичні пригоди українських козаків Микишки і Свири, які потрапили в сьогоdnішній Київ.

Застарілими в мовознавстві вважають слова, які вийшли з ужитку з двох причин: перша – і зв’язку зі зникненням, зумовленим змінами, які відбулися в суспільно-політичному, економічному, культурно-освітньому житті українського народу, тих явищ, предметів і понять, які вони називали (таку застарілу лексику називають історизмами або матеріальними архаїзмами), друга – у зв’язку з тим, що застарілі слова замінилися новішими (таку застарілу лексику називають архаїзмами).

В аналізованих романах спостерігаються здебільшого історизми. Уживання цієї групи лексики цілком умотивоване, оскільки за її допомогою авторка передає колорит зображуваної епохи. З погляду семантики зафіксовані історизми можна поділити на такі групи:

а) слова, що характеризують класову структуру суспільства, соціальний стан, місце людини в суспільстві та суспільні взаємовідносини представників різних верств населення минулих часів, наприклад: цар (*Ще за **царя** тут хазяйнував купчик..*); шляхтич (*..сивовусий служка Дорошів Сашко, витирав хазяїну мокре чоло, з **острахом** косував на Дорошеву дружину сорокатрирічну пані Станіславу, суху від самотності й гордоців польку з сім’ї збіднілого **шляхтича***); панство (*Місцевого **панства**, що воно з цікавості напрошувалося до нової сусідки в гості, не приймала, усі запрошення відхиляла..*);

б) назви колишніх урядових і військових чинів і посад, наприклад: хорунжий (*Чорної ночі року 1843-го в курильні власного маєтку .. конав шістдесятирічний Ярема Дорош – єдиний син славного полкового хорунжого Петра Дороша...*); козак (*Зробили справу і тисяча шістсот восьмого подалися на Лівобережну Україну – тамтешніх козаків під булаву Дорошенка ставити, Україну об'єднувати*); війт (*На відчайдушний крик мимоволі озирнулися: на площі біля **війтового** дому Демкові козаки вправно заганяли гак під ребра скривавленого, напівживого чоловіка*); гетьман (*А **гетьмана** свого... Петра Дорофійовича, тата козацького...про зраду попередити не зуміли*);

в) назви колишніх професій, наприклад: кожум'яка (*За кілька днів у Дніпрі біля Києва подільські **кожум'яки**, що мили шкіри на березі річки, знайшли тіла двох невідомих молодих козаків у простих полотняних штанях і сорочинах*);

г) назви атрибутів влади, наприклад: булава (*Я так собі міркую, куме Свиря... При **булаві** зараз нащадок Дорошенків має бути*); клейноди (*Дем'яну Многогрішному гетьманські **клейноди** дали, поки Дорошенко дружину-зрадницю втихомирював..*);

г) назви старовинних грошей, наприклад: карбованець (*У бібліотеці панночка, – доповіла кріпачка, отримала срібний **карбованець***);

д) назви державних утворень, наприклад: **Російська імперія** (*лишилася без царя. Купимо дім. У Провансі, Італії або в тій же Канаді; Нема в Києві таких! Певно, в усьому **Радянському Союзі** нема!*)

е) назви одиниць територіального поділу, наприклад: губернія (*..**Мазовецька губернія** вже п'ять років як іменувалася **Варшавською**..*); повіт (*..**Ярема Дорош – єдиний син славного полкового хорунжого Петра Дороша, хазяїн гайків, млинків, нивок, винокурень, сіл у **Козелецькому, Остерському й Ніжинському повітах**..***); намісництво (*..після остаточної ліквідації політичної автономії Гетьманщини на основі Чернігівського козацького полку було створене **Чернігівське намісництво**..*);

є) назви населених пунктів: **Його слід відшукався в 1922 році в Константинополі**;

ж) імена відомих історичних осіб, наприклад: *Над тим сушили мізки мислителі від **Аристотеля до Бердяєва і Хокінга. У 1953-му помер Сталін.***

За кількістю архаїзми значно поступаються історизмам, адже частої потреби уживати їх зі стилістичною метою в авторки не було. Наведемо приклади уживання архаїзмів:

а) власне лексичні архаїзми – ті, що витіснені з мови словами з іншим коренем, як-от: вуста – ‘губи, рот’; (*Сміється, **щебече** щось щасливе й дурне, **вкладається** на дивані і засинає із замріяною посмішкою на **вустах***); гарувати – ‘важко, без відпочинку працювати’ (*..**західняк** **охоче** розповів про дизайнерські витребеньки багатих, шалену вартість будматеріалів з усієї Європи і жалюгідні копійки, за які він із земляками тут **гарує***); опочивальня – ‘спальня’ (*Щоби ти й згинув у тій курильні, **пес!** – роздратовано **цідила** пані Станіслава, **лишаючись** сама-самісінька в родинній **опочивальні**..*);

б) фонетико-лексичні – відрізняються від сучасних назв однією чи двома фонемами, як-от: Біг – ‘Бог’ (*Помагай **Біг**, **мамо**..*; хтіти – ‘хотіти’ (*Люба... -*

хтів лагідно, та щось у горлі стало. – Як зवेशся?); жонка – ‘жінка’ (Пріська – жонка знатна, племінниця самого батька Хмеля..);

в) словотвірно-лексичні – відрізняються від сучасних відповідників суфіксами або префіксами, наприклад: одпочивати – ‘відпочивати’ (Пан Ярема каву пили, люльку курили, **одпочивали**); втрапити – ‘потрапити’ (Невже ми прями́сінько у рай **втрапили**?).

МОВНИЙ АСПЕКТ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ЧАСУ В РОМАНІ ЛІНИ КОСТЕНКО “БЕРЕСТЕЧКО”

Валюх З.О., Маценко А.С.

Київський національний лінгвістичний університет

Універсальною категорією буття, важливим складником життя й діяльності людини, обов’язковою ознакою існування предметів матеріального світу є час. У сучасних мовознавчих студіях час кваліфікують як фрагмент мовної картини світу. В останнє десятиліття актуальності набувають дослідження категорії часу в художньому тексті.

Історичний роман Ліни Костенко “Берестечко” є видатним твором про одну з найбільших трагедій української історії – битву під Берестечком. У художньому полотні цього поетичного твору час постає як необхідний компонент системи художнього дискурсу, тому що саме він становить собою фундаментальну категорію буття, концептуалізовану українською мовою.

Назва історичного роману “Берестечко” орієнтує на наявність у ньому показників зовнішнього часу, адже відомо, що битва під Берестечком, яка відбулася 18 червня – 30 червня 1651 року, була наймасштабнішим боєм війська Запорізького під проводом Богдана Хмельницького з армією Речі Посполитої під командуванням Яна II Казимира. Ліна Костенко вживає лексему *час* у такому значенні: ‘одна з основних об’єктивних форм існування матерії, яка виявляється в тривалості буття’; ‘тривалість існування явищ і предметів, яка вимірюється століттями, роками, місяцями, годинами, хвилинами та ін.’ Пор.: *А час іде. Вже одцвілася липа; Час тягнеться, як шлейф старої королеви.*

Крім того, авторка активно використовує іменники на позначення часу, зокрема ті, що є виразниками хронології, конкретного місяця, дня або лексеми *рік, день, тиждень* та ін. Напр.: *Ще перебудем місяць цей **іюль**. Ще ого-го є час до **падолисту**. А кожен при собі щоб зброю мав огнисту, п’ять хунтів пороху і скільки треба куль; Та й живемо. Вже **третій день**; І це ж **роками**, не **день**, не **тиждень**, я все в поході, все наодлуці.*

Дослідники спостерегли, що час у художньому творі може бути репрезентований різними моделями, з-посеред яких важливою є циклічна модель, що передбачає опис закономірних повторюваних подій, та історична, у якій людина постає активно стосовно часу. У тексті роману “Берестечко” остання втілюється за допомогою використання назв історичних подій, що відбувалися за участю гетьмана Богдана Хмельницького. Пор.: *Але ж він був, той **Корсунь**, та **Пилява**! Я виграв би ще тисячу **Пиляв**; Як ви забули **Корсунь** і*

*Пиляву, як вам на греця слава **Жовтих Вод**, то промінійте славу на халяву, і засміється сам Іскаріот.* Вони дають змогу пов'язати художній час із часом реальних подій.

Часову систему художнього простору історичного роману формують лексичні й граматичні засоби темпоральності. До лексичних засобів належать передусім прислівники часу, наприклад: *нині, потім, часом, тепер, учора, уранці, вночі, колись* та ін. Пор.: ***Тепер** кому я хто. Ціна мені калим; А **часом** сплю надворі на кошмі; **Вночі** кричить болотяна сова; Я **нині** вже не той. Мені вже не до слави. Уранці встати думаю, чи варт; Цієї фортеці мури кам'яні були колись лицарству за домівку; Ця тінь віків – фортеця над ярами. **Учора** обійшов її кругом; **Учора** син прийшов з-під Берестечка, а з ним півсотні війська прибуло; **Цієї ночі** хтось ломився в браму.*

Важливим граматичним засобом вербалізації часу в романі Ліни Костенко “Берестечко” слугує дієслівна категорія часу та її виразники – дієслова у формах теперішнього, минулого й майбутнього часів. Пор.: *Вже й джюра мій до тиші тут звикає. І коні забувають про сідло; **Ишов** кобзар. Маленький поводитир, що був його великими очима, **казав**, що де він з дідом **не ходив**, гетьманська влада скрізь уже не чинна; **Усе минуло**, наче сон зникомий. **Життя** за мною браму зачина; **Повінчаємося** в Корсуні, в місті слави моєї; Ми переможемо. Не такі ми й кволі.*

Важливу роль у формуванні часового простору роману Ліни Костенко відіграє категорія аспектуальності, яку експлікують дієслова доконаного й недоконаного виду, що засвідчують дію в процесі її виконання чи цілісну дію, обмежену локальним виявом, пор.: *Гей, та як **сидів** же я у хана під вартою, та **вартували** мене татарове; Хвалити Бога, я **дожив** занепаду страшного ворога свого; О слава ж Богу, я таки **дожив**!; Ну от уже і ворог мій **помер**. Мені б радіти. Радості немає; Ну от, і **написав** універсали. А хто їх **прочитає** і коли?; І син Шрамка **привів** свої півсотні. І сам Шрамко **вдяг** ризи щирозлотні. Ліна Костенко використовує також модель часу, яка передає послідовність подій, визначає напрям їхнього розвитку. Пор.: ***Втомився. Занепає. Зневірився. Піддався. Зрадіють вороги, що вмер в такій ганьбі.****

До мовних засобів, що виражають темпоральність, належать складнопідрядні речення з підрядними предикативними частинами часу, які функціонують у поетичній мові історичного роману, напр.: *Однак, коли я **вчився** у латинській школі, був знак мені, і дуже дивний знак; Коли я був дитя, я жив в Олеськiм замку; І коли над **Замостям** пустили вогненного змія, і коли він **вкусив** головою свого хвоста, то сказала віщунка: Відступайте, бо світ зазимує.* Засобом вираження темпоральності у творі часто слугують безсполучникові складні речення, які передають послідовність того чи того явища, пор.: *Ось уже й літо минає, настає осінь.*

Отже, вербалізаторами часу в історичному романі Ліни Костенко “Берестечко” є лексичні й граматичні засоби української мови, які найповніше передають авторський задум, зреалізований у творі.

БАГАТОГОЛОСНЯ ОПОВІДАЧА В ЕТНОКУЛЬТУРНОМУ НАРАТИВІ РОМАНУ Л. ЕРДРІЧ "LOVE MEDICINE": ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Л.В. Варчук, С.В. Волкова

Київський національний лінгвістичний університет

Багатоголосся є багатограним явищем, тому перед сучасними науковцями (Харитонов, 2009; Маслова, 2001; Eskin, 2000), серед іншого, постає завдання визначити, яким чином у художньому тексті виявляється багатоголосся оповідачів, у тому числі в етнокультурному наративі.

Лінгвокультурологічні дослідження (Арутюнова, 1990; Volkova, 2016; Вежбицкая, 1997; Урысон, 2003) передбачають розгляд "мови культури", реконструкцію етнічної мовної свідомості, культурно-мовних національних стереотипів, визначення взаємовпливу мови і духовної культури народу. Такі дослідження дозволяють виявити лінгвокультурні особливості створення образу оповідача, розкрити його етноідентичність та етномислення, описати культурні компоненти в семантиці текстів.

Об'єктом нашого дослідження є роман "Love Medicine" Льюїс Ердріч, сучасної американської письменниці америндіанського походження. У своїх різножанрових наративах вона висвітлює етнокультурні цінності америндіанського етносу, їх традиції, вірування (див. Lundquist, 2004).

Під наративом, слідом за Шмідом (2003), розуміємо репрезентацію змін станів чи ситуацій (с. 2). Стан виявляється крізь призму рис, властивих оповідачеві, або подій, про які йдеться в оповіді, що формують певні моделі нарації (інтертекстуальну, фентезійну, ігрову, автобіографічну та ін.), де задіяно й образ оповідача (там само). Особливим виявом таких змін є етнонаратив (Хенсон, 2006), зміст якого впливає на смисл цілого тексту (с. 1062).

За Хенсоном (2006) **етнонаратив** визначаємо як низку подій, представлених у художньому наративі (вставки, коментарі, епістолярні тексти), в яких розгортаються етномотиви, актуалізуються етноконцепти й цінності етносу, носіями яких є оповідач/оповідачі.

У творах Л. Ердріч віддзеркалено особливості автохтонного світосприйняття та світорозуміння американських індіанців, їхній національний колорит. Авторка пропагує ідею "сімейної динаміки", яка розкривається у взаємовідносинах членів сім'ї як нащадків різних племен, у морально-етичному вихованні молодого покоління і робить це шляхом уведення в оповідь різних нараторів, які відрізняються гендерно і етнокультурно.

Одночасне вживання декількох різних оповідачів реалізується за допомогою багатоголосся, під яким, за Бахтіним (2001), розуміємо звучання у творі декількох самостійних голосів. Поняття "поліфонія" Бахтін (1994) розумів як одночасне звучання декількох точок зору в одному голосі і тісно пов'язував з новою авторською позицією, рівноправною з позиціями персонажів.

У романах Ердріч (1993) спостерігаємо не поліфонію, а саме багатоголосся оповідачів як вияв специфіки етнонарративу в межах одного твору. У її романі "Love Medicine", який складається з 16 частин, оповідь у кожній наступній частині веде новий наратор, яким є персонаж (жінка або чоловік) або сторонній спостерігач, який розповідає про події, що стосуються того чи іншого члена амеріндіанської сім'ї, пор.: "*So when I went there, I knew the dark fish must rise. Plums of radiance had soldered on me. No reservation girl had ever prayed so hard*" (Saint Marie, p.43); "*I never wanted much, and I needed even less, but what happened was that I got everything handed to me on a plate. It came from being a Kashpaw, I used to think. Our family was respected as the last hereditary leaders of this tribe. But Kashpaw dies out around here, people forgot, and I still kept getting offers. What kind of offers? Just ask*" (The Plunge of the Brave, p. 118).

Так, автор художнього тексту, спираючись на етномовну картину світу, творить свій неповторний мовний світ відповідно до світосприймання та власної психології і трансформує його етнореалії через мову оповідача та персонажів. Під "етнореалією", слідом за Масловою (2001), розуміємо національно-специфічні реалії буття народу, що включають як специфічні феномени природи, так і матеріальні й духовні здобутки та надбання конкретної культури та історії.

Отже, підсумовуючи вищевказане, зазначимо, що у романі "Love Medicine" Льюїс Ердріч використовує багатоголосся, яке передбачає існування багатьох самостійних, рівноправних з автором голосів, за допомогою яких письменниця передає досвід власного етносу, його мовні, етнокультурні та соціальні цінності.

ЛІТЕРАТУРА

- Арутюнова, Н.Д. (1990). Образ, метафора, символ в контексте жизни и культуры. *Res Philologica. Филологические исследования: сб. ст. памяти академика Г. В. Степанова*, 70-89.
- Бахтин, М.М. (1994). *Проблемы поэтики Достоевского*. Москва: Художественная литература.
- Бахтін, М.М. (2001). Проблема тексту у лінгвістиці, філології та інших гуманітарних науках. Львів: Літопис.
- Вежбицкая, А. (1997). *Язык. Культура. Познание*. Москва: Прогресс.
- Красных, В.В. (2002). Этнопсихолінгвістика и лингвокультурология: [курс лекций]. Москва: ИТДГК "Гнозис".
- Маслова, В.А. (2001). *Лингвокультурология*. Москва: Издательский центр "Академия".
- Урысон, Е.В. (2003). Проблемы исследования языковой картины мира: аналогия в семантике. Москва: Языки славянской культуры.
- Харитонов, О.А. (2009). *Композиционный полифонизм: генезис и структурные модификации (на материале романной прозы XIX-XX веков)*. (Автореф. дис. канд. филол. наук). Елецкий государственный университет, Елец.
- Шмид, В. (2003). *Нарратология*. М.: Языки славянской культуры.
- Hanson, H. (2006). The Ethnonarrative Approach. *Human Relations*, 59, 1049-1075.

Lundquist, S. (2004). *Native American Literatures: an introduction*. New York-London: Continuum International Publishing Group.

Volkova, S.V. (2016). Reverse perspective as a narrative technique in Amerindian prosaic texts. *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow*, 1(1), 359-394.

Eldrich, L. (1993). *Love Medicine*. New York: Henry Holt and Company.

Eskin, M. (2000). *Ethics and Dialogue: in the works of Levinas, Bakhtin, Mandelstam and Celan*. New York: Oxford University Press.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ МОВИ ГІНДІ НА МАТЕРІАЛІ ПРОЗИ АГЬЄЯ

Вершиніна О.С.

Київський Національний Лінгвістичний Університет

Фразеологія будь-якої мови – це джерело до більш впевненого та глибокого розуміння культурних реалій, світогляду та самої мови країни. В українському перекладознавстві темі перекладу фразеології мови гінді відводиться занадто мало уваги. Головним джерелом для вивчення фразеологічних одиниць мови гінді виступають праці радянського та російського індолога-лінгвіста О. Г. Ульцифєрова, зокрема його “Нариси” (Ульцифєров, 2007), “Мова гінді” мовознавиці Т. Є. Катеніної (Катенина, 1960), а також “Граматики мови гінді” Димшица З. М. (Дымшиц, 1986). Серед індійських дослідників, що займалися вивченням фразеологічних одиниць мови гінді можна особливо відзначити Бголенатха Тіварі – автора “Словника ідіом мови гінді” до якого увійшло понад 9 тисяч традиційних фразеологізмів та ідіом мови гінді з відповідними трактуванням змісту мовою гінді (Tiwari, 1994), а також індійського мовознавця Камтапрасада Гуру, що склав двопомну “Граматику гінді”. Що на сьогоднішній день являє собою найбільш повний, досі актуальний і досконалий зразок граматики мови гінді (Гуру, 1957-1962). Проте, у наукових працях радянських та російських авторів описані радше структура та види фразеологічних одиниць мови гінді. Наразі відсутні вітчизняні праці з проблем перекладу фразеологічних одиниць з гінді на українську мову, не існує фразеологічних гінді-українських словників, що виступає серйозним недоліком сучасного перекладознавства.

Дана робота має на меті ретельно дослідити особливості перекладу фразеологічних одиниць мови гінді на українську мову на матеріалі прози Агьєя. Рішення взяти у якості об’єкта фразеологічні одиниці мови гінді у прозі Агьєя (справжнє ім’я Саччідананд Гірананд Ватсьяян) не є випадковим. По-перше, творчість цього поета, письменника, журналіста, та викладача мовою гінді характеризується адаптацією традиційних цінностей до умов промислового суспільства (Сенкевич, 1989. с. 88). У його творчості за допомогою сучасної мови відображаються важливі національно-культурні особливості мови гінді, а тому в історії літератури гінді він вважається провісником модерністської течії. Сучасність мови і її насиченість яскравими фразеологічними зворотами роблять творчість Агьєя вдалою основою для

досліджень актуальної фразеології мови гінді. По-друге, на сьогоднішній день не існує повномасштабних літературних перекладів творчості Агьєя з мови гінді на українську, тому дане дослідження стане корисним науковим джерелом для майбутніх перекладачів, яких зацікавить завдання популяризації творчості Агьєя серед українців. Також цей факт дозволить розглянути фразеологічні одиниці, що застосовуються у творчих доробках автора, неупереджено і незалежно від вже запропонованих засобів літературного перекладу фразеологічних одиниць.

У відповідності з метою дослідження буде вирішено одразу декілька актуальних завдань: розглянути класифікацію та внутрішню форму фразеологічних одиниць мови гінді; дослідити класифікацію прийомів перекладу фразеологічних одиниць мови гінді; проаналізувати види перекладів фразеологізмів та виявити труднощі перекладу фразеологізмів мови гінді; виявити труднощі перекладу фразеологізмів мови гінді.

За внутрішньою структурною будовою у сучасній мові гінді виділяються наступні види фразеологічних одиниць:

1. ФО з правим ведучим компонентом: мають будову вільних словосполучень, де залежне слово може бути:

А) Прикметником: मीठी आँखें – закохані очі (дослівно – солодкі очі). (अग्नेय, 1931a)

Б) Іменником без післяйменника: खून खराबी – різня (дослівно – псування крові).

В) Іменником з післяйменником: छाती काफ़ोड़ा – сердечний біль (дослівно – біль у грудях).

Г) Дієприкметником: टूटा दिल – розбите серце (дослівно – зламане серце). (अग्नेय, 1931b)

2. Складені ФО: утворюються шляхом сполучення двох іменників і мають закріплений порядок розташування компонентів, зміна якого позбавляє словосполучення фразеологічності. Перестановка складових руйнує звуковий склад утворених сполучень – हड-मांस – кров і плоть (дослівно – кості і м'ясо).

3. Сполучення іменника з післяйменником: ФО, що виникли внаслідок метафоричного переосмислення певних лексичних утворень – पीठ का – той, що народився наступним (дослівно – спина); नाक तक – під зав'язку (дослівно – до носа).

4. ФО з предикативною структурою: сюди найчастіше відносяться прислів'я та приказки, що структурно співпадають з простим чи складним реченням. В таких ФО часто використовується літературний прийом паралелізму та протиставлення – जीभ भोजली और स्वादभिन आया – весь язик обтріпав, а справи так і не сказав (дослівно – язик обпик, а смаку не відчув). (अग्नेय, 1931c)

5. Бівербальні ФО: вербальні словосполучення, що ускладнюються дієприслівниками для вираження додаткової дії (типово саме для мови гінді) – पीठ दिखाकर जाना – йти геть (дослівно – йти, показавши спину). (अग्नेय, 1931d)

Така класифікація полегшує завдання перекладача, коли мова стосується виявлення ФО у мові оригіналі та передачу їх значення при перекладі на українську мову.

Проаналізувавши різні типи ФО мови гінді на матеріалі творчості Агья, можна зробити наступні висновки:

1. При перекладі фразеологічних одиниць з мови гінді на українську найчастіше використовується описовий спосіб перекладу та фразеологічні аналоги. Рідше застосовується спосіб повних еквівалентів та калькування. Це свідчить про наявність певних спільних особливостей у світосприйнятті народу Індії та України, але більшою мірою – про існування великої різниці між культурами та символізмом.

2. Оптимальним перекладацьким рішенням при перекладі ФО з мови гінді на українську є пошук ідентичної фразеологічної одиниці. Проте число подібних відповідностей в мові гінді та українській мові доволі обмежене.

3. За відсутності безпосередніх відповідностей фразеологічна одиницю можна перекласти з мови-оригіналу за допомогою аналогічної фразеологічної одиниці, яка буде побудована на іншій словесно-образній основі. Слід також враховувати, що стилістичне або емоційне забарвлення не завжди збігаються. У деяких випадках взаємозаміна неможлива.

4. Калькування, або послівний переклад, іноді допустимі, хоча цей спосіб не завжди є ефективним. Цікаво, що часом перекладачам вдається впровадити в мову перекладу і навіть культуру нову фразеологічну одиницю.

ЛІТЕРАТУРА

Vholenath, Tiwari (1994). *Hindi Muhavre Kosh*. Hindi Book Centre.

Дымшиц, З. М. (1986). *Грамматика языка хинди 2*. Москва: Наука. Камтапрасад, Гуру (1957-1962). *Грамматика хинди (в двух томах)*. Москва:

Издательство иностранной литературы

Катенина, Т. Е. (1960). *Язык хинди*. Москва: Издательство восточной литературы.

Сенкевич, А. Н. (1989). *Общество. Культура. Поэзия. (Поэзия ринди периода независимости)*. Москва: Наука.

Ульциферов, О.Г. (2007). *Очерки. По лексикологии, словообразованию и фразеологии современного литературного языка ринди*. Москва: МГИМО-Университет.

अज्ञेय. (1931). *श्यां*. Retrieved from <http://www.gadyakosh.org>.

ОБРАЗ СУПЕРМЕНА ЯК СИМУЛЯТИВНА ІДЕОЛОГЕМА В СУЧАСНІЙ КУЛЬТУРІ

В.Д. Вест

Київський національний лінгвістичний університет

На фоні масових кривавих розправ ХХ століття, яких було так багато, що окремі смерті вже перестали сприйматися у своїй партикулярності, найбільш есенціальним все ж виявилось тихе “вбивство” кінця ХІХ століття, яке скоїв Ніцше. “Бог помер” (Nietzsche, 1954, S. 127), резигновано констатував він, ніби лікар, що має справу зі смертельно хворим без жодного шансу на одужання.

Пізніше до цього “медичного консилиуму” приєднався Сартр (Сартр, 1989), який заявив, що це питання слід розглядати під трохи іншим кутом, а саме: “навіть якби Бог існував, це нічого б не змінило” (с. 344). Бог помер – помер через те, що людство перестало його потребувати. “Ви свободні – обирайте” (с. 329), закликає Сартр у своїй праці “Екзистенціалізм – це гуманізм”. Людина повинна здійснювати свій екзистенціальний вибір та нести за нього відповідальність, не намагаючись позбутися її, переклавши на плечі Бога.

Як зазначено в Біблії, Бог створив людину за образом і подобою Своєю. Але Людвігу Фейєрбаху (Feuerbach, 1841) ця ідея здалася явним перебільшенням, тому він розвернув її на 180°, маніфестуючи істинним творцем Людину. Для нього образ Бога – ніщо інше як зібрання всього найкращого, що є в людині, у найвищій його концентрації (S. 18) – тобто ідеал, до якого має прагнути людство у своєму розвитку й самовдосконаленні. Але, як уже зазначено вище, на сьогодні Бог помер, а разом з ним і найвищі цінності й мораль. Але до кінця історії ще далеко – Творець перероджується й постає перед нами в новій реінкарнації: як Супермен. Він має суперсили й понадлюдські здібності, надрозум і нерозривну аксіологічну сітку всередині. Саме до цього має прагнути й сучасна людина: до здорового, сильного тіла і такого ж духу, які служать їй для того, щоб змінювати себе і світ на краще. Людство хоче бачити себетаким.

Слід зазначити, що Супермен, на відміну від Бога, є людиною серед людей. Якщо Бог був абстрактним, невидимим, неосяжним, то новий образ є десакралізованим. Супермен живе серед людей, має звичайну роботу, закохується – тобто, ніщо людське йому не чуже. І лише інколи він нагадує про свої надзвичайні таланти, рятуючи світ. Така тенденція не є новою, а має своє коріння, якщо не в Античності, то вже точно в добі Ренесансу, коли після церковного Середньовіччя прийшло повернення до ідеї антропоцентризму й заперечення нищості людської істоти. Сьогоднішній герой – не недосяжний Бог, перед яким відчувається благоговійний “трепет” і який десь згори спостерігає за жалюгідними намаганнями людства, а суперлюдина, яка живе поміж нас і творить для себе та світу.

Після того, як ми розглянули феномен Супермена в сучасній культурі, у цьому пасажі мені б хотілося також приділити увагу феномену його імені. Послугуючись етимологічним словником, ім'я Супермен можна трактувати як понад-людина – аналогічно з ніцшеанським *Übermensch*, – тобто такий, що має понадлюдські сили, розум та здібності. На цьому місці прискіпливий читач може звернути увагу на те, що це вже було сказано раніше і є нічим іншим, як переливанням із порожнього в порожнє. Віддаючи шану постмодерністам, слід зазначити, що придумати щось абсолютно нове неможливо в принципі, – але можна під іншим кутом подивитися на те, що вже вигадали до нас. Так і тут, мені б хотілося розглянути вже сказане трохи з іншої перспективи та приділити увагу питанню детермінуючої семантики імені Супермен. За Умберто Еко (Еко, 2007), назва твору одразу налаштовує читача на певне прочитання роману (с. 6). Аналогічно з цим, ім'я героя налаштовує нас на певну інтерпретацію його постаті та вчинків. Таким чином, ми очікуємо від Супермена супер-вчинків і супер-думок, тобто налаштовані позитивно і готові реціпіювати спосіб його

існування як приклад для себе та всього людства. У згаданому вище творі Умберто Еко також зазначає, що автор, насправді, не повинен інтерпретувати власний твір (с. 7). Позбавлений цього права, він має лише один вихід – маску, через яку він може висловлювати ідеї, вкладаючи їх в уста своїх персонажів або загортаючи свій текст у десять інших текстів (с. 24-25). Автор Супермена діє у найкращих традиціях Еко: він називає свого героя Кларк Кент або Кал-Ел, відсторонюючись від власноручного надання йому будь-якої явної конотації. Дати персонажу ім'я Супермен він дозволяє іншій фігурі історії – журналістці Лоїс, сам ніби вмиваючи руки і спостерігаючи за цим іздалеку.

Зі сказаного вище випливає, що вчинки Супермена ми сприймаємо як добро. Реципіюючи світ у категоріях дуалізму, ми, таким чином, одразу детермінуємо для себе і те, що добром не є, тобто є злом – або, як сказав би Луї Альтюссер (Althusser, 1970), є злом для саме цього добра. Як будь-який дискурс детермінує своє *invisible* (р. 27), аналогічно до цього парадигма добрих вчинків Супермена визначає те, що в цій парадигмі невидиме, упущене – тобто зло.

Супермен є частиною ідеології й дає людині зразки “правильної” поведінки – тобто виконує таку роль, яку Гелен у свій час приписував інституціям, Локк і Гоббс державі, а Кант союзу. Він утілює в собі потяг людини до Еросу як ідеї креативної діяльності, життя та вдосконалення світу через удосконалення себе. Важливим є те, що, живучи поміж людей, Супермен є десакралізованим образом-прикладом, до якого слід і можливо прагнути людині. На відміну від Бога, він не стоїть вище, незважаючи на свої суперздібності, а крокує поряд, даючи людині бути вільною, робити власний екзистенційний вибір та добровільно прагнути до самовдосконалення.

ЛІТЕРАТУРА

Althusser, L. (1970). *Reading Capital*. London: New Left Books.

Feuerbach, L. (1841). *Das Wesen des Christentums*. Leipzig: Otto Wigand Verlag.

Nietzsche, F. (1954). *Der tolle Mensch. Die fröhliche Wissenschaft*. München: Goldmann Verlag.

Сартр, Ж.-П. (1989). Экзистенциализм – это гуманизм. *Сумерки богов*. (с. 319-344). Москва: Политиздат.

Эко, У. (2007). *Заметки на полях “Имени розы”*. Санкт-Петербург: Symposium.

ТИПОЛОГІЯ ВИРАЖЕННЯ НЕОЗНАЧЕНОЇ Й УЗАГАЛЬНЕНОЇ ОСОБОВОСТІ В УКРАЇНСЬКІЙ, РОСІЙСЬКІЙ ТА АНГЛІЙСЬКІЙ МОВАХ

Вест В.Д.

Київський національний лінгвістичний університет

Одним з основних завдань сучасного мовознавства є вивчення нечітких структур і зв'язків в мові, до яких належать, зокрема, односкладні речення. Односкладна модель становить периферійний, структурний тип, як в англійському, так і в українському й російському синтаксисі. Актуальним стає погляд на односкладне речення як на глибинну (питому) синтаксичну одиницю,

а не похідну від іншої, на її комунікативну природу, зумовлену психолінгвістичними й культурними особливостями етносу. Визнавши панівним такий погляд щодо неозначено- й узагальнено-особових речень, необхідно знайти нові актуалізовані предикативні зв'язки замість дезактуалізованих між предикатом та імпліцитно вираженим неозначеним або узагальненим суб'єктним членом. Це вимагає опису інвентаря синтаксем, що здатні набувати властивостей предикативно характеризованої одиниці, а також формальних і семантичних показників визначення таких одиниць. Частково цю проблему намагатимемося в нашому дослідженні вирішити на прикладі способів вираження неозначеної та узагальненої особовості в двох близькоспоріднених мовах – українській і російській порівняно з віддаленоспорідненою – англійською мовою на синхронному зрізі. У цьому й полягає й **мета** нашої розвідки, що має семантико-синтаксичне спрямування.

Як стверджують чимало дослідників порівняльного синтаксису української та російської мов (М. Жовтобрюх, О. Мельничук, Н. Арват, Н. Завгородня та ін.), означено-, неозначено-, узагальнено-особові речення і в структурному, і в смисловому, і у функціональному плані в російській і українській мовах адекватні. Це пояснюється однотипністю граматичної системи російської та української мов. Виходячи зі сказаного, опис типологічних відмінностей з цієї проблематики здебільшого стосуватимуться української й російської мов, з одного боку, й англійської, з іншого.

1. Незважаючи на віддалену спорідненість між українською й російською, з одного боку, й англійською, з іншого, зіставлювані мови характеризуються наявністю в них неозначено- й узагальнено-особових конструкцій як похідних одиниць від основної бінарної структури Subject – Predicate (S – P). Остання є найбільш типовою, найбільш продуктивною в досліджуваних мовах. Порівнювані мови виявляють неоднакову послідовність дотримання цієї структури і відмінності у способах її реалізації. Аналітична основа морфології англійської мови обмежує згортання бінарної моделі речення, оскільки бідність флективної системи не дає можливості компенсувати відсутність одного з конститuentів цієї моделі. Формотворчі засоби української і російської мов дозволяють виразити відсутній елемент флексією іншого елемента, пор. англ. *take* та укр. *робиш*, рос. *делаешь*; в укр. / рос. відповідниках головні категорії підмета (особа і число) імпліцитно виражені присудковою формою. Англійська мова дотримується бінарної схеми речення в переважній більшості реалізованих моделей.

2. Двоскладна модель в англійському синтаксисі "обслуговує" повідомлення особового, неозначено-особового та узагальнено-особового змісту. Сюди ж зараховуються безособові за змістом та односкладні за своїм походженням речення. Як специфічні лише для англійської мови виступають моделі двоскладних речень з формальним елементом *there*.

3. В українській та російській мовах відсутність агенса (джерела дії) у змісті повідомлення є підставою для оформлення відповідного речення односкладною моделлю. Сюди належать так звані неозначено-особові, узагальнено-особові та безособові речення. Ця особливість є однією з істотних типологічних відмінностей у синтаксичних системах порівнюваних мов.

4. Неозначено-особовий тип демонструє численні випадки структурних розбіжностей у синтаксисі трьох мов при вираженні двоскладної моделі речення. Семантична структура її тотожна у всіх трьох мовах – невизначеність, невираженість агенса. В українській і російській мовах ця семантична особливість виражається відсутністю підмета в реченні, агенс деконкретизується також шляхом максимального узагальнення множиною форми присудка (пор. авторські кліше в особових реченнях типу на зразок *ми вважаємо, мирозглянули* й інші в науковому стилі). В англійських відповідниках невизначеність підмета сигналізується особливими формальними елементами, вираженими займенниками максимально узагальненого змісту (найчастіше *they*).

5. У реченнях, де англійські відповідники виявляють присудок у пасивній формі з прийменником (*to laugh at – сміятися над, to listen to – слухати когось, to look at – дивитись на, to send for – посилати за, to object to – заперечувати проти* та ін.), проглядає така ж закономірність. Бінарна модель з пасивною формою присудка в англійському реченні знаходить неозначено-особовий еквівалент з еліпсисом підмета в українському і російському синтаксисі.

6. Неозначено-особовою моделлю передаються українською та російською мовами англійські особові речення з інфінітивними зворотами Complex Subject: *The ship was expected to come in July. – Чекали, що судно прибуде в липні*. Станові трансформації присудка в англійському синтаксисі виступають ефективним засобом стилістичного варіювання, дозволяючи уникати небажаного вираження агенса або запобігати надто частому його повторенню. В українському й російському синтаксисі цей засіб знаходить обмежене застосування: деконкретизація агенса тут досягається елімінуванням підмета речення.

7. За максимальної узагальненості носія дії йдеться про так звані узагальнено-особові речення. Агенс в англійських відповідниках виражається максимально абстрактною категорією імені – особовим займенником *one* (найчастіший випадок), *you* (агенсом виступає уявний співбесідник), *we* (автор включає в число носіїв дії і себе). Українські й російські узагальнено-особові речення здебільшого виявляють присудок у 2-й особі однини, чим досягається більша апелятивність висловлення; англійські відповідники стилістично нейтральніші.

8. Граматична проблема типології вираження означеної й узагальненої особовості речення виходить далеко за межі власне синтаксичної теорії. Це також лінгвофілософська проблема, яка глибоко корениться в природі людського спілкування.

ДІЄСЛОВА З МОДАЛЬНОЮ СЕМАНТИКОЮ В УКРАЇНСЬКІЙ ТА АНГЛІЙСЬКІЙ МОВАХ

Вітер М.С.

Київський національний лінгвістичний університет

Розглянемо модальні дієслова *повинен, мусити і мати*. В українській мові вони вживаються, як свідчить Словник української мови в 11-ти томах (на який

ми спираємося у розвідці і запозичили приклади), для вираження значення певного обов'язку, повинності або необхідності щось зробити.

Дієслово “повинен”, найповніше передаючи обов'язковість виконання дії, водночас залишається найбільш нейтральним стилістично незалежно від того, які сили (зовнішні чи внутрішні) спонукають суб'єкт до дії. Напр., “*Всі, хто вступає в полк, повинні добре володіти зброєю*” (Олександр Довженко). Крім того, воно має цілу низку відтінків значення, яких фактично позбавлені дієслова “мусити” і “мати”. “Повинен” може використовуватися для вираження припущення з відтінком обов'язковості, а також для вираження можливості, вірогідності чого-небудь: “*Вони [ті, що загинули під час війни] не повинні бути ніким забуті*” (Олесь Гончар); може виражати значення необхідності через певні обставини, причини робити що-небудь: “*А поки що моторошно йому, як згадає, що через два місяці повинен кинути тут усе*” (Гнат Хоткевич). У подібних випадках заміна форми слова “повинен” відповідними формами дієслів “мусити” або “мати” фактично неможлива.

Дієслово “мусити” влучно передає відтінок неминучості здійснення якоїсь дії під впливом сильних зовнішніх факторів або не менш сильних внутрішніх стимулів: “*Настануть жнива, загадає хазяїн, і мусиш іти, а своє, як знаєш, хоч і вночі збирай*” (Іван Цюпа); “*Тепер така пора, що людина мусить людині помагати*” (Іван Франко). Таким чином, у сучасній літературній мові слово “мусити” вживається для передавання незаперечної обов'язковості або доконаності здійснення певної дії незалежно від того, відбулася вона, відбувається чи ще відбудеться.

Коли ж ми звернемося до дієслова “мати” з його модальним значенням, то побачимо, що воно є найслабшим у цьому стосунку, оскільки передає наперед визначену, вирішену, “заплановану” необхідність виконання певної дії: “*Як в північ самую глухую Еней лиш тільки мав дрімать, Побачив хмару золотую*” (Іван Котляревський). Дієслово “мати” може вживатися з інфінітивом для означення того, що хтось повинен робити (зробити) що-небудь: “*Що маємо робити? Як маємо бути? Де його шукати маємо? – пита стара Кармелиха молодої невістки*” (Марко Вовчок). Уживається також у значенні “бути змушеним через обставини робити (зробити) що-небудь”: “*Чому я, губернатор, маю дізнаватись останнім, що в мене в губернії об'явився вчений?*” (Олександр Довженко). Дієслово “мати” наближається до дієслова “бути”, тобто використовується для творення форм майбутнього часу: “*[Любов:] Так все здавалось, немов щось має статись недобре у нас*” (Леся Українка); “*Стриваю молодицю з повними відрами (се ж має пощастити – народ каже)*” (Ганна Барвінок).

Дієслова *повинен*, *мусити* і *мати* можна порівняти з англійськими модальними дієсловами *must*, *to have* та *to be*. Із семантичного погляду дієслово “повинен”, а також його еквівалент “мусити” можна співвіднести з “*must*”, а “мати” з “*to have*”. Дієслово “*to be*” є унікальним в контексті його модальності, оскільки його первинне значення – “бути”. Про це свідчать сучасні граматичні праці з англійської мови (напр., Л.Г. Верби, Г.В. Верби).

Дієслово “*must*” виражає обов'язок, необхідність: “*He must write. He must earn money*” (London); у заперечних реченнях виражає заборону: “*You must not*

speak to a prisoner in a foreign language, ma'am” (Voynich). Це дієслово вживається також для вираження наказу і поради: “*You must not read this book. It is not interesting*” (Abrahams); для вираження припущення, що межує з упевненістю: “*Oh, Mae, think how he must be suffering! Poor man!*” (Webster). Сполучення *must* з Continuous Infinitive виражає припущення, що дія відбувається в момент мовлення або протягом теперішнього періоду часу: “*He must be surrounding the house*” (Heym). Якщо дієслово не вживається у формах Continuous, то припущення стосовно теперішнього часу виражається сполученням *must* з неозначеним інфінітивом “*He must be eighty years old*” (Hemingway).

Дієслово “*to have*”, ужите як модальне, виражає необхідність чи обов’язковість дії, зумовленої обставинами: “*I have to get up the next morning at seven*” (Dreiser); “*I had to sell most of my things*” (Heym).

В усному мовленні вираз “*to have got*” також використовується в модальному значенні і виражає необхідність чи обов’язок, зумовлені обставинами: “*I’ve got to get up early*” (Lindsay).

Дієслово “*to be*” як модальне вживається лише в двох часах: Present Indefinite Past Indefinite. Після *to be* в Past Indefinite уживається також Perfect Infinitive, який вказує на те, що виражена ним дія не відбулася: “*He was to have come at five*” (Voynich).

Якщо в українській мові модальне дієслово “*мати*” виражає обов’язок, що впливає з попередньої домовленості, плану, розкладу, графіка, то в англійській – це дієслово *to be* : “*We were to work two hours every morning*” (Dickens).

Вживається для вираження наказу або інструкції : “*You are to go to sleep*” (Shaw) [1, с. 80]; “*You’re not to come here any more*” (Parker).

Модальне дієслово *to be*, вжите з інфінітивом у пасивному стані, виражає можливість: “*They were to be seen upon the principal streets*” (Dreiser).

Отже, порівнявши дієслова з модальною семантикою “*повинен*”, “*мусити*” і “*мати*” в українській мові з дієсловами в англійській “*must*”, “*to have*” та “*to be*”, можна дійти висновку, що будучи синонімічними, ці слова все ж відрізняються одне від одного сферою вживання, сполучуваністю з іншими словами, експресивністю, різною мірою емоційного забарвлення.

СВІДОМІСТЬ КРИЗЬ ПРИЗМУ ФІЛОСОФСЬКОЇ АНТРОПОЛОГІЇ

М.С. Вітер

Київський національний лінгвістичний університет

Поняття “свідомість” не може бути усуненим із будь-якого людського досвіду, тому що свідомість розрізняє речі та виявляє їх унікальність. Для буття речей не потрібна ніяка свідомість, але для того, щоб зрозуміти це, якраз свідомість і необхідна (Молчанов, 1992, с. 11).

Існують різні типи розуміння свідомості: 1) свідомість як відображення; 2) свідомість як конструювання; 3) свідомість як дещо обумовлене причинно чи

функціонально; 4) свідомість як пошук сенсу тощо (с. 9). Зрозуміло, що в різноманітті людського досвіду наявні і відображення, і творчість, і вирішення практичних задач. Питання в тому, чи мова йде про свідомість, чи про певні види взаємодії власного досвіду свідомості і соціального досвіду, досвіду діяльності, досвіду тіла. Річ у тім, що в кожному із цих “досвідів” присутній особистий досвід свідомості, завдяки якому вони і стають досвідом. Крім того, ми не можемо ставити питання про свідомість опираючись лише на досвід тіла, соціуму чи мови, проте лише на досвід свідомості, оскільки свідомість уже присутня в тілі, соціумі та в мові. Гайдеггер справедливо вказував, що “ми не можемо поставити питання про світ, перебуваючи поза світом” (с. 15).

Уточнимо, що коли ми вживаємо поняття “досвід”, ми маємо на увазі досвід не як абстракцію, що уособлює собою всі види досвіду. Проте досвід як розуміння ситуацій, властивостей предмета, розуміння іншої людини тощо. Досвід-розуміння – це початкова реальність людського буття. Будь-яке розуміння доводить наявність досвіду. Таким чином, можемо розглядати людину як “природженого метафізика” не тому, що вона постійно прагне вийти за межі досвіду, але, навпаки, людина може мислити тому, що у неї вже є початковий метафізичний досвід свідомості (с. 17).

Якщо досліджувати відношення свідомості до предметного світу, то необхідно зазначити, що зв'язок між свідомістю та предметами може бути описаний тільки як смисловий зв'язок, а не як фізичний, хімічний, біологічний чи соціальний. Це можна пояснити тим, що всі спроби “мислити немислиме”, виявляються в рамках певної парадигми свідомості (с. 19). Тобто “немислиме” є мислимим. Однак доступ до цього “немислимого” є можливим тільки завдяки його об'єктивації (пізнання, мистецтво, моральний та релігійний досвід тощо).

Особливою рисою свідомості є наявність так званого феноменального, або суб'єктивного досвіду – “qualia” (Черниговская, 2012, с. 6). Він впливає на поведінку, але не пов'язаний з вербальною мовою. Свідомість дає можливість особистості вибудовувати події у часі, виявляти причинно-наслідкові зв'язки, усвідомлювати себе фізично (схема тіла) та психічно (розрізнення “я” та “не-я”). На думку Т. Чернігівської (Черниговская, 2012), “відмінність людини від інших біологічних видів, від комп'ютерів і “зомбі” полягає у володінні *arbitrium liberum* – свободою волі, здатністю до свідомого вибору і згоди прийнятим рішенням (*voluntaries consensus*)” (с. 8). Таким чином, можемо припустити гіпотезу: людиною робить людиною те, що лежить поза межами всього того, що, в найширшому розумінні, з внутрішньо-психічного або зовнішньо-вітального боку ми можемо назвати життям. Тоді вважатимемо, що одним із основних визначень “духовної” істоти буде її – або її буттєвого центру – екзистенційна незалежність від органічного, свобода, звільнення від примусу і тиску, від “життя” та усього, що належить “життю”, отже, і її власного, пов'язаного з потягами, інтелекту. Така істота, за М. Шелером (1993), більше не прив'язана до потягів та зовнішнього світу, але “вільна від зовнішнього світу” і, тому, “відкрита світу” (с. 146). Я повністю підтримую думку М. Шелера, адже, на мій погляд, тільки людина, оскільки вона є особистістю, – “може піднятися над собою як живою істотою і, виходячи з

одного центру як би по той бік просторово-часового світу, зробити предметом свого пізнання все, у тому числі і саму себе” (с. 147). Але цей центр людських актів опредметнення світу, свого тіла і своєї душі не може бути “частиною” саме цього світу, тобто не може мати ніякого певного “де” або “коли”, – він може знаходитися лише у вищій основі самого буття. Як зазначав Гайдеггер (Хайдеггер, 1991), Dasein ніколи не є “локалізоване”: його слід мислити тільки в русі, процесуально і ситуативно (с. 103). Таким чином, людина – це істота, яка “перевершує себе і світ”.

Ідея Лейбніца про те, що “для людини істотно не те, що вона володіє знаннями, але те, що вона володіє сутністю апріорі або здатна оволодівати нею” дає нам підстави стверджувати, що здатність до поділу існування та сутності складає основну ознаку людського буття, яка тільки фундує всі інші ознаки (Хайдеггер, 1991, с. 150). Не існує також і “постійної” організації розуму, як її передбачав Кант, навпаки, вона підлягає історичному зміненню. Постійним є лише сам розум як здатність утворювати і формувати, а не те, що він формує.

Отже, свідомість уможливорює пізнання буття, а самосвідомість дає змогу людині пізнати себе і світ. Тому людина здатна не тільки поширити навколишній світ у вимір “світового” буття і зробити опір предметним, але також опредметнити власне фізіологічне та психічне становище і навіть кожне окреме психічне переживання.

ЛІТЕРАТУРА

- Молчанов, В. (1992). Парадигмы сознания и структуры опыта. *Логос*, 1(3), 9-21.
- Хайдеггер, М. (1991). Отрешенность. В.В. Бибахин (Пер.), *Разговор на проселочной дороге*. (с. 102-104). Москва: Прогресс.
- Черниговская, Т. (2012). Нить Ариадны и пирожные Мадлен: нейронная сеть и сознание. *В мире науки*, 4, 2-13.
- Шелер, М. (1993). Положення людини в космосі. *Зарубіжна філософія ХХ ст.* (с. 146-152). Київ: Довіра.

ФРАЗЕОЛОГІЧНІ Й ПАРЕМІЙНІ ОДИНИЦІ НА ПОЗНАЧЕННЯ ВРОДИ В СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКІЙ Й АНГЛІЙСЬКІЙ МОВАХ

Власюк В. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Парадигма фразеологічних одиниці змінюється з плином часу. Якщо раніше фразеологи вивчали ідіоми передусім в площині системи мови (В.В. Виноградов, О.І. Смирницький, О.С. Ахманова, Н.М. Амосова, О.В. Кунін), то з 70-х років увага дослідників змістилася на виявлення їхніх комунікативних та функціональних характеристик (М.Ф. Аліференко, С.Г. Гаврін, Ю.А. Гвоздарьов).

Особливо важливим є вивчення фразеологічних одиниць у зіставному та культурологічному аспекті, оскільки це сприяє ознайомленню з історією, побутом і культурою народу, а також поглибленому розумінню структури

мови, яку вивчаєш, та рідної для адекватного використання мовних одиниць у комунікації.

Фразеологізми роблять мову яскравою і виразною, тому широко використовуються в різних сферах мовлення. Серед них багато тих, що описують зовнішність людини. Національний образ зовнішності як феномен народної культури відіграє важливу роль у процесі спілкування. Цей феномен – складне концептуальне явище, що формується за зовнішніми, фізичними та інтелектуальними ознаками, до яких долучаємо певний знаковий зміст.

Фразеологічні одиниці з компонентом вроди загалом поділяються на дві основні групи: ФО, що мають позитивну конотацію (укр.: *гарний, як картинка; гарний, як мед з маком; гарний, що й не розказати* – англ.: *good as a pie* – дуже гарний, симпатичний; *face is made of a fiddle* – чарівна зовнішність) та ФО, що мають негативну конотацію (укр.: *ладна, як свиня в дощ; писок викривлений, як від полину* – англ.: *ill looks* – некрасиві риси обличчя; *pudding face* – товсте обличчя). Їхнє співвідношення майже однакове, з незначним переважанням першої групи. Іноді в обох мовах зовнішність людини описують дещо жорстоко (пор.: укр. *страшний як смертний гріх*; англ. *ugly as sin*), про товсту людину кажуть: англ. *as fat as pig* – укр. *товстий, як свиня*; про дуже худу людину: англ. *as dry as a bone* – укр. *сухий, мов кістка*.

У сучасній українській та англійських мовах узвичаїлися фразеологізми, які стосуються лише жіночої або лише чоловічої краси, при цьому для порівняння використовують назви рослин, які асоціюються з певною статтю. У фразеологізмах англійської мови жіночу вроду найчастіше порівнюють з трояндами або ліліями (англ. *as nice as a rose; as pure as a lily; fair as a lily*), тоді як в українській фразеології – з калиною або маком (укр. *гарна, як маківка; цвіте, як маківка; гарний, як маків цвіт; дівчина, мов у лузі калина*).

Серед усіх фразеологізмів на позначення вроди значне місце посідають ті, які описують конкретну частину тіла: очі, ніс, волосся. При описі очей звертають увагу на їхню форму та розмір: англ. *eyes like saucers* – укр. *великі, круглі очі*; англ. *button eyes* – укр. *очі, як гудзики*; укр. *випріщені очі, як серед ночі: совині очі*. Українці вживають дуже багато порівнянь, пов'язаних з кольоровою гамою очей: укр. *очі блакитні, як небо; очі голубі, як небо; очі сині, як волошки в житі*, синій колір очей найчастіше асоціюється з доброю душею та великим відкритим серцем, тому очі часто порівнюють з небом. В описі носа звертають увагу переважно на його форму: англ. *aquiline nose* – укр. *горбуватий ніс*; англ. *Roman nose* – укр. *римський ніс з горбочком*; укр. *ніс, як за сім гривень сокира*.

Конструкції зі сполучником *як* становлять найбільшу групу стійких порівнянь української мови, у деяких з них *як* обов'язковий (*як німий*), в інших – він може змінюватися синонімами *немов* або *наче*, надаючи порівнянням відтінку книжності (*як цариця – наче цариця*). Натомість в англійській мові цю функцію виконують компоненти *like* та *as* (*eyes like saucers, fair as a lily*).

Отже, фразеологізми на позначення вроди людини точно й тонко відображають зовнішність людини, порівнюючи її з реаліями довкілля. Більшість фразеологізмів утворюють опозиції: гарний – негарний, високий –

низький, повний – худий тощо. Основну увагу у фразеологізмах зосереджено передусім на обличчі, при цьому його складові описуються переважно іронічно й жартівливо. Фразеологізми на позначення вроди свідчать про надзвичайну спостережливість, дотепність і мудрість носіїв зіставлюваних мов.

ЕКОЛОГІЧНІ ТЕРМІНИ ЯК ОБ'ЄКТ ПЕРЕКЛАДОЗНАВЧИХ РОЗВІДОК У ТЕКСТАХ ЕКОЛОГІЧНОГО ДИСКУРСУ

Волковська Д. Г.

Київський національний лінгвістичний університет

На сьогоднішній день питання навколишнього середовища та його охорони хвилює увесь світ. Екологічний дискурс приділяє увагу проблемам довкілля на усіх рівнях суспільства та формуванню природоохоронної сфери як середовища людської діяльності. Будучи спеціальною лексикою, екологічні терміни є складнішою для перекладача не тільки за структурно-типологічними особливостями мов, а й з-за контекстуальною обумовленістю своєї семантики, часткової еквівалентності або її відсутності, вибору техніки, прийомів перекладу, категорії адресата, ситуації перекладу, або наміру автора.

При перекладі екологічної термінології Т. Кияк виявляє такі типи: 1) **екологічні терміни** (*habitat, dew point, space junk; вогнестійкість, метабіоз, ґрунтотворний процес*); 2) **екологічні реалії** (*National Park, Good Friday Earthquake, Alaska oil spill; Червона Книга, Південноукраїнська АЕС*); 3) **екологічні символи**, які з погляду національно-культурної зумовленості можуть бути моноетнічними (*Three Male Island accident; аварія на Чорнобильській АЕС*) та глобальними (*nuclear winter; озонова діра*) (Кияк, 2006, с. 145).

Окрему групу одиниць складають **екологічні терміни-концепти**, які можна розглянути, як трикомпонентні утворення, що містять у собі фактуальний, ціннісний та образний елементи (Карасик, 2001, с. 77). Ціннісний компонент екологічних термінів-концептів може бути позитивним (*environmental safety, resource preservation, rehabilitation, екобаланс, екорозвиток, екологічна безпека*) і негативним (*depletion, pollution, радіація, екологічна катастрофа, ядерний вибух*).

Базовими концептами екологічного дискурсу вважаються такі терміни: *Environment – Довкілля, Pollution – Забруднення, Energy – Енергія, Greenhouse Effect – Парниковий Ефект, Global Warming – Глобальне Потепління, Climate Change – Зміна Клімату, Chernobyl – Чорнобиль*, які позначають екологічну проблематику, де ключовим є концепт *Environment – Довкілля* (Розмаріца, 2004, с. 8–9).

Найбільш прийнятними методами перекладу вважаються: транскрипція, транслітерація, транскодування, калькування та описовий переклад (Корунець 2003).

Транслітерація є буквальною / орфографічним збігом в мові оригіналу та мові перекладу (у багатьох випадках може відбутися виключення або

додавання деяких літер): *nutrient* – нутрієнт, *pyramid of biomass* – піраміда біомаси, *hemiplancton* – геміпланктон, *methane* – метан.

Переклад за допомогою **транскрипції**, передає фонетичну форму терміна мови оригіналу: *reducent* – редуцент тощо.

Транскодування використовується для перекладу екологічних термінів за допомогою використання фонетичних, лексичних відповідників, а також зміни терміна на морфологічному рівні відповідно до стандартів та граматичних правил мови перекладу: *reacclimatization* – реакліматизація, *demography* – демографія, *area* – ареал, *biosphere* – біосфера.

Міжмовно-еквівалентні способи транскрипції та транслітерації характерні для творення **еквівалентів**. Функціональні лексичні еквіваленти включають: а) варіантні еквіваленти на рівні слів, словосполучень і речень, що зафіксовані у словнику: *coal* – вугілля, *energy resources* – енергетичні ресурси; б) еквіваленти, які не фіксуються в загальних і спеціальних словниках, проте виводяться на основі похідних чи із певної ситуації: *be threatened with extinction* – бути під загрозою вимирання; в) незафіксовані двомовними словниками міжмовні синоніми, що своїми схемами можуть майже не відрізнятися від закономірних відповідників: *pollution* – забруднення навколишнього середовища тощо.

Калькування екотермінів зберігає в кожній національній мові єдність їх компонентних частин, тобто їх структурного особливого, абсолютно ідентичного номенклатурного змісту та спільної сфери функціонування. Існують випадки калькування, які супроводжується зміною порядку калькованих елементів: *carbon sink* – стік вуглецю, *oil spillage* – витік нафти. Інколи калькування поєднується з транскрипцією / транслітерацією: *biodiversity* – біологічне різноманіття, *ecologically sound* – екологічно чистий, *photocontrol* – фото регуляція. Калькування допомагає здійснити оптимальний добір функціональних відповідників (Кияк, 2006, с. 434).

Описовий переклад використовується для передачі значення безеквівалентного слова оригіналу: *biodiversity* – біологічне різноманіття видів, *conservation* – охорона довкілля, *pollution* – забруднення навколишнього середовища, *pollutant* – лютьант, речовина, що забруднює середовище життя, *body burden* – вміст радіонуклідів у тілі людини.

Викладене вище переконує в тому, що екологічний дискурс охоплює такі проблеми, які стосуються взаємодії людини з її природним оточенням, природи як такої і стану навколишнього середовища. Відтворення найбільш підходящого варіанту лексичної одиниці є важливим елементом при перекладі та розкритті змісту понятійного, ціннісного та образного компонентів лінгвоконцепту “екологія” та перекладу екотермінів. Він має зберегти не лише екологічну семантику, а й оцінні, інформативні, емотивні та асоціативні ознаки.

ЛІТЕРАТУРА

Карасик, В. И. (2001). Лингвокультурный концепт как единица исследования. *Методологические проблемы когнитивной лингвистики*. Воронеж, РФ : ВГУ. 75–80.

Кияк, Т. Р. (2006). *Теорія і практика перекладу німецької мови*. Вінниця: Нова книга.

Корунець, І. В. (2003). *Теорія і практика перекладу*. Вінниця: Нова Книга.

Розмаріца, І. О. (2004). Лінгвокогнітивні особливості комунікації у сфері екології (на матеріалі сучасної англійської мови). (Автореф. дис.). Київ.

ВІДТВОРЕННЯ ЕВФЕМІЗМІВ ТА ДИСФЕМІЗМІВ В УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНОЇ МОВИ ПОЛІТИКИ

Волянська О.С.

Київський національний лінгвістичний університет

Політика, як відомо, є однією з традиційних сфер уживання евфемістичних засобів вислову думки. Адже ті комунікативні завдання, які стоять перед політиками, неможливо вирішити, використовуючи лише прямі номінації, без натяків, недомовленостей, завуалювання. Основна мета, яку переслідує мовець при евфемізації свого мовлення в рамках політичних та соціальних відносин, – це прагнення уникати комунікативних конфліктів, не створювати у співрозмовника відчуття комунікативного дискомфорту.

Проблемі евфемії та дисфемії присвячено чимало робіт сучасних мовознавців (О. С. Ахманова, Н. Ц. Босчаєва, В. Б. Великорода, І. В. Гальперін, О. Ю. Дубенко, В. І. Заботкіна, К. О. Кантур, О. І. Манютіна, І. В. Мілева, А. Ю. Міроніна, В. В. Панін, О. О. Реформатський, І. В. Решетарова, О. О. Селіванова, О. О. Тараненко та ін.). Серед закордонних лінгвістів дослідженням евфемізмів та політичного дискурсу займалися К. Allan, К. Burr ridge, R. W. Holder, R. Lerner, J. S. Neaman, S. Rothman, C. G. Silver.

Проте звичайно вони або дають загальну характеристику цього явища – безвідносно до сфери його побутування (Панин, 2005), або описують його особливості вживання в німецькому (англійському, російському, українському тощо) політичному дискурсі задля реалізації тактик і стратегій ухилення від істини (Панин, 2005). Натомість, досліджень цього питання, виконаних на матеріалі, що відображає світ німецької політики у промовах політичних діячів, досить мало.

Тому актуальним, на нашу думку, є розгляд особливостей вживання евфемізмів та дисфемізмів у сучасному політичному дискурсі та засоби збереження їхнього експресивного змісту при відтворенні українською мовою.

Сьогодні існує велика кількість дефініцій терміну “евфемізм”. Поняття “евфемізм” походить від грецького слова *euphemismos* (*eu* – “добре” і *phemi* – “говорю”), тобто: “говорю добре”, “говорю ввічливо”. У лінгвістиці поняття “евфемізм” розуміють як благозвучне слово або вираз, ужиті для заміни непристойних, небажаних чи заборонених слів (Гром’як, Ковалів 2006).

У літературознавчому словнику В. Абрагам (1988) подає таке визначення: евфемізм – це уникнення суспільнонеприйнятих чи табуйованих слів та виразів (Abraham 1988). Е. Різель (1959) визначає евфемізм як перифразу, мета якої –

заміна неприємного висловлювання приємним, неввічливого – ввічливим, небажаного – бажаним (Різель 1959).

Звідси політичними евфемізмами слід вважати групу евфемізмів, які використовують у політичній комунікації для пом'якшення неприємних повідомлень, уникнення прямої номінації всього, що може викликати негативну оцінку або образити почуття адресата політичної комунікації, завуальовування негативних аспектів політичної діяльності, а також цілеспрямованого впливу на адресата. В нашому розумінні політичні евфемізми не є окремою тематичною групою, відмежованою від соціально моральної, суспільно-естетичної та релігійної тематики. Навпаки, вони включають усі сфери суспільного життя – релігійну, соціальноетичну, суспільно естетичну.

Наступною проблемою для перекладача становить і процес перекладу дисфемізмів. Існує точка зору, що відтворення дисфемізмів слід розглядати як особливий випадок перекладу арготичної лексики, та застосовувати при цьому такі традиційні перекладацькі трансформації як семантична компенсація (заміна близькими за змістом загальноживаними словами), а також прийоми експресивної конкретизації, використання описового перекладу тощо. Тому не буде помилкою розглядати переклад дисфемізмів і як особливий випадок застосування стилістичних трансформацій у ТП.

Дисфемізми (від лат. *dis...*- префікс, що надає поняттю негативного або протилежного змісту) – троп, який полягає в заміні звичайної, нейтральної назви грубим, вульгарним словом або висловом з метою приниження об'єкта її позначення, для емоційного підсилення та увиразнення висловлювання, іноді це є виявом мовної бравади, прагненням епатувати слухача. Наприклад, стосовно людини – змія, паща, рило, кубло, здохнути, не гавкай; уживання грубих, непристойних слів, лайки, «чортихання» і т.п.

Отже, вживання евфемізмів та дисфемізмів у політичному дискурсі спричинене не лише соціальнокультурними, моральноетичними та естетично конвенціональними нормами суспільства. Дисфемізми, в свою чергу, мають негативний характер та використовуються для провокації чи приниження слухача.

Перспективи дослідження полягають у поглибленому аналізі засобів відтворення евфемізмів та дисфемізмів в українській мові на матеріалі політичних промов.

ЛІТЕРАТУРА

- Гром'як, Р. Т., Ковалів, Ю. І. (2006). *Літературознавчий словник-довідник* : 2ге вид. (752 с.). – Київ : Академія.
- Abraham, W., (1988). *Terminologie zur neueren Linguistik* : in 2 Bänden. – (B.1). Tübingen : Max Niemeyer Verlag.
- Riesel, E., (1959). *Stil der deutschen Sprache* / Elisa Riesel. – Verlag für fremdsprachige Literatur. – Moskau.
- Die Zeit* (2011). – № 1–52.
- Панин, В. В., (2005). Политическая корректность как культурно-поведенческая и языковая категория. – дис. кандидата филол. наук. – М.

АКТУАЛЬНІСТЬ ІДЕЙ ЕРАЗМА РОТТЕРДАМСЬКОГО В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

А.А. Гавриленко

Київський національний лінгвістичний університет

Світова література складається з безлічі прекрасних творів, що не лише стали шедеврами мистецтва і культури, а й вплинули на розвиток світоглядних думок людини, на ставлення до суспільних явищ дійсності. Безперечно, не останнє місце в цьому списку обіймає твір Еразма Роттердамського “Похвала Глупоті”. За такою провокативною назвою ховається справжнє психологічно-аналітичне дослідження пороків суспільного ладу не лише XVI ст, а й нашого часу також. Цей твір не лише не втрачає своєї актуальності і сьогодні, а навпаки – він ніби написаний з пророчим підтекстом і передбачає особливості суспільного розвитку ще на довгі роки вперед. Ця праця здатна “розкрити очі” сучасній людини на пороки, з якими вона щодня зтикається, але або не розуміє їх, або несприймає.

Сатиру на феодальний суспільний лад Еразм вирішив створити у формі пародійного панегірика, адже, як він сам зазначав: “читач краще сприймає жартівливий дотеп, аніж вчену нудоту” (Роттердамський, 1993, с. 3). Глупота у своєму монолозі пихато заявляє, що саме вона визнана найвищою чеснотою в сучасному суспільстві. У вступі Глупота знайомить слухачів із своєю особою, рідними і оточенням. Її батьком є Плутос, всемогутній бог багатства і наживи, якому підвладні як безсмертні боги, так і смертні люди, матір'ю є безтурботна німфа Неотета-юність. Випестили Глупоту дві чарівні німфи: Мете-п'янкість і Апедія-невихованість. Її подругами виступають людські вади – Самозакоханість, Улесливість, Забутливість, Лінь, Насолода, Безрозсудність, Обжерливість, Гультяй і Непробудний Сон. При допомозі такого товариства вона тримає під своєю владою весь рід людський.

Новаторством Еразма у творі “Похвала Глупоті” є те, що панегірик на честь Глупоти виголошується не від автора чи іншої особи, а вкладений в уста самої Глупоти. Гротескний характер твору посилюється тим, що Глупота виступає доречно, висловлює мудрі і влучні спостереження про суспільні болячки того часу. Автор стикнувся з важким завданням – висміяти все потворне й кумедне в людському житті для того, щоб розумний читач зробив із цього висновки для себе.

Глупота вихваляється, що саме вона причетна до усіх етапів людського життя – дитинства, юності, зрілого віку і старості. Глупота хвалиться, що може затримати швидкоплинну молодість і віддалити осоружну старість. Не обійшлося без її втручання і в дружбу: хіба справжні друзі будуть насміхатися і кепкувати чи шукати один у одного вади? Ні, тільки дурні.

Перед читачем дефілюють довгою колоною послідовники й прихильники Глупоти – представники різних станів і професій: купці, що наживають багатство обманом, граматики, які втовкмачують у голови дітвори всілякі нісенітниці, марнолюбні поети, обмежені ритори, письменники-плагіатори, правознавці-крутії, які займаються словоблуддям, довгобороді філософи, які видають себе за всезнайок, астрологи-шарлатани. Ці образи створені задля

засудження облудної побожності тогочасного суспільства, неосвіченості та лінощів у різних прошарках населення. Загалом, твір насичений яскравими прикладами панування Глупоти в суспільному житті і непередбачуваних наслідків цього, які досі не втратили актуальності.

Також Еразм рішуче виступав проти війн, які приносили лихо народам, і закликав до встановлення миру. Він першим обґрунтував гуманістичною аргументацією заклик до миру, у якому він бачив норму цивільного життя, головну умову розвитку наук і розквіту всіх форм трудової діяльності людини. Еразм, зберігаючи незалежність власної позиції, відкидав фанатизм будь-якої “секти” і прокладав шлях ще рідкісним у XVI столітті прихильникам віротерпимості.

У творі “Жалоба Миру”, Мир нагадує, що людині дано владу слова - найбільш примирюючий інструмент соціального зв'язку та сердечної любові. Природа навчила людство прагнути миру, та забезпечувати його. Лише деякі, чие підле благополуччя залежить від народного горя, бажають війни. В сучасному світі нічого не змінилося. Автор звертає увагу на непомірні витрати, пов'язані з війною, які, на його думку, необхідно спрямувати на потреби людей. Мислитель критично оцінював можливості різних союзів для підтримання миру в Європі. Для Еразма (Роттердамський, 1993) “досконалий світ ґрунтується не на лігах і конференціях, з яких часто і народжуються війни” (с. 61), а на морально-етичних нормах і цінностях. Автор докладно перераховував способи удосконалення людської натури, які могли б прокласти шлях до єднання.

Осмилюючи творчий доробок Еразма Роттердамського можна з упевненістю сказати, що його живий погляд на світ і проблеми людського буття не втратили своєї актуальності і сьогодні. Ніби й не було в єдиному ланцюгу історичного розвитку цих 500 років, що розділяють Еразма і нас, його нащадків.

Отже, проблеми, змальовані Еразмом Роттердамським, притаманні людству здавна і ще довгі роки супроводжуватимуть розвиток життя на землі, якщо усі ми не усвідомимо їх і не почнемо з ними активно боротися. А починати треба з самого себе, а саме з усвідомлення і виявлення цих пороків у собі.

ЛІТЕРАТУРА

- Роттердамський, Е. (1993). *Похвала Глупоті, або Похвальне слово Дурості, виголошене Еразмом Роттердамським*. Київ. Взято з http://ae-lib.org.ua/texts/erasmus_fool_ua.htm
- Роттердамський, Э. (1993). *Жалоба Мира*. Москва. Взято з <http://lib.misto.kiev.ua/FILOSOF/ERAZM/mir.dhtml>

ДЕРІВАТИЗАЦІЯ ФОРМ ГАЙРАЙГО НА ПРИКЛАДАХ РІЗНИХ СТИЛІВ І ЖАНРІВ

Гайкевич В.О.

Київський національний лінгвістичний університет

У складі лексики кожної мови певний відсоток складають запозичення з інших мов. Вони постійно виникають у мові та культурі країни; входять у

словниковий склад мови, збагачують його новими словами та термінами. Японська мова має надзвичайну структуру і не є винятком. У її лексиці, окрім таких шарів як ваго (власне-японські слова) і канго (слова китайського походження) також є і такий шар, як гайрайго (іншомовні запозичення). Саме цей пласт японської лексики почав набувати популярності після періоду ізоляції Японії (1850-ті роки), і продовжує розвиватися й зараз.

Для гайрайго чітким розпізнавальним знаком слугує, в першу чергу, графіка: у змішаній японській писемності, де співіснують ієрогліфи і дві складові абетки, одна з абеток – катакана – зараз використовується майже виключно для запису гайрайго. Є, правда, окремі гайрайго, які можуть записувати за допомогою ієрогліфів. Як правило, це слова, запозичені в епоху Токугава або епоху Мейдзі: コーヒー /кава/ пишуть двома ієрогліфами, підібраними з фонетики їх читань, а タバコ /тютюн/ – ієрогліфами, підібраними за змістом: дим + трава.. Зараз, до речі, все частіше термін „гайрайго“ став замінюватися недавно з'явилися терміном “katakanago”, тобто слова, що пишуться катаканою.

Питання утворення лінгвістичних запозичень, зокрема гайрайго, розглядалося у роботах багатьох мовознавців (М.Л. Алпатов, В.Л. Пирогов, Т.І. Корчагіна, Кіміє Ошіма, J. V. Brown). Сам термін “гайрайго” дослівно перекладається як “слова, що прийшли ззовні”, що є цілком логічним: японська лексика набувала нових запозичень, використовуючи як їх джерело ряд іноземних мов – французьку(スポーツ/штани/, シンローブ/плаття/), німецьку(チーフ/тиф/, プルス/пульс), португальську(パン/хліб/), голландську(ビール/пиво/, ガラス /скло/), звичайно ж, англійську, процент запозичень з якої найбільший (ポケット/кишеня/, アイスクリーム/морозиво/), і навіть російську (ソビエト /рада/, クワス /квас/). Варто зазначити, що можна прослідкувати використання запозичень певних мов у конкретних сферах. Наприклад, німецькі гайрайго найчастіше зустрічаються у галузі медицини, а запозичення з французької зазвичай пов'язані з назвами предметів одягу та продуктів харчування. За підрахунками, зробленими в 1970-і роки слова англійського походження становили 94,1% всіх гайрайго, а після цього їх частка ще збільшилася.

Запозичення у японській мові використовуються для позначення чогось нового, раніше невідомого, тому найбільш часто вживаються у сферах науки, техніки, медицини, адже це ті галузі життя, які найбільш швидко розвиваються, і власне-японські слова, що називали б будь-який новітній винахід або феномен, просто не встигають утворитися. Загалом, використання запозиченої лексики поширилось і в інших сферах: від науково-популярних видань, телепередач та анонсів до розмовної мови японського соціуму. Роль гайрайго помітна в галузі техніки й природничих наук, менеджменту, маркетингу, торгових термінів, комп'ютерних термінологій, в усій галузі масового споживання, сфері спорту, естрадної музики, кулінарії, моди, у жіночих та молодіжних журналах, в туристичній рекламі, в Інтернеті тощо.

Однак, окрім звичайних запозичень гайрайго у лексиці японської мови існують такі поняття як *васей-ейго* та *консюго*. Часто можна спостерігати у гайрайго появу нового значення, яке відсутнє у англійського аналога; звуження або навпаки розширення значення; активний процес скорочення; формування

нових слів та словосполучень із наявних запозичених елементів, які не мають паралелей у мові запозичення. Усе це і є прикладами такого феномену як *vasei-eigo* (和製英語). Наприклад, для людини, знаючої англійську, незвичайними випадками *vasei-eigo* буде вживання такого слова як *バーゲン* /bargain/ у значенні “розпродаж”, а не “угода”, або *バイキング* /viking/ як “шведський стіл”. Якщо розглядати феномен *vasei-eigo* у аспекті перекладу, то в такому випадку перекладач повинен бути дуже уважним та обережним і завжди звертати увагу на контекст, аби таке калькування не завадило якості перекладу.

А ось А.Пашковський виділяє групу слів змішаного складу, які утворюються за допомогою японської основи і китайського кореня. Такі слова називаються *консюго*. *本棚* /поличка для книжок/, *落葉* /листопад/ – декілька прикладів *консюго*. Японські автори для пояснення читання деяких слів наводять як приклад слова: *重箱* /набір скриньок/, де *重* – китайський корінь, а *箱* – коробка – японський корінь, і *湯桶* /діжка для гарячої води та саке/, де *湯* – японська основа, що означає гарячу воду і *桶* – китайський корінь (Пашковський А.А, 1971).

У загальній масі японських слів гайрайго складають меншість. За даними Державного інституту японської мови, у другій половині 50-х років серед усіх слів, що вживаються в підручниках, гайрайго становили 6%, в журналах - 9,8, в газетах - 12%. Ці дані наводяться і в літературі наступних років, отже відсоток гайрайго, очевидно, істотно не змінився. Тим не менше, тема японських запозичень не є вичерпаною, оскільки з розвитком науки та світової модернізації написання нових словників іншомовних слів, а також дослідження нових класів японської запозиченої лексики все ще залишається актуальним.

ЛІТЕРАТУРА

- Пашковський А.А (1971). Особенности японской лексики. Москва: Наука
- 石綿敏雄(2001).外来語の総合的研究. 東京:東京堂出版
- Пирогов В.Л. (2009) Семантична парадигматика фразеологічних структур китайської та японської мов; порівняльний аспект. Східний світ 4
- Stanlaw J.(1992) For Beautiful Human Life»: the Use of English in Japan // Re-Made in Japan. Everyday Life and Consumer Taste in a Changing Society. London: New Haven,

ПРОЦЕС ПЕРЕТВОРЕННЯ ОКАЗІОНАЛІЗМІВ НА НЕОЛОГІЗМИ, ВПЛИВ КОНТЕКСТУ НА ЇХ ПЕРЕКЛАД

Ганенко А.Г.

Київський національний лінгвістичний університет

Так само, як і всі слова колись були неологізмами – так і сучасні лексеми утворюють пласти дискурсів, які ми називаємо загальним терміном “мова”. Очевидно, що за утворення нових смислових кластерів (сукупності одиниць інформації, що надалі передаються за допомогою символів у вигляді слів) відповідають окремі дискурси, мовне контекстуальне оточення, в якому

утворюються нові слова. Наприклад, слово “хейтити” не могло виникнути ніде інде, як в Інтернет-просторі, чуючи яке ми й асоціюємо його з ним, незважаючи на те, що існує традиційний аналог “ненавидіти” (так само “тролити” замість “дразнити”, “пакостити”; “гуглити”, що не означає обов’язково шукати інформацію в Google, а має загальне значення – робити пошуковий запит в будь-якій пошуковій системі, “чатитись” і т.д.).

Слід розуміти, що різниця між okazіоналізмом та неологізмом є виключно кількісною і кожен неологізм колись був okazіоналізмом, хоча далеко не кожен okazіоналізм перетворюється на неологізм (Ширяєва, 2014, с. 104). Неологізмом вважається лексика, що є новою для більшості носіїв мови, в той час okazіоналізм є виключно неологізмом притаманній одному автору/його винахіднику. Ми мусимо розуміти, що всі okazіоналізми проходять таку собі “перевірку на стійкість” оскільки вони мусять бути затвердженими достатньо великою кількістю людей для розповсюдження в маси (Лопатин, 1973, с. 64).

Тобто, якщо особам, які є частиною дискурсу, завдяки якому певний okazіоналізм утворився сподобався або виявився зручним та якісним варіантом певного авторського слова – воно й надалі входить у вжиток, незалежно від його правильності, незалежно від того, що диктуватимуть правила граматики. Так, слово “ксерокс”, як в реченні “зробити ксерокс” є принципово неправильним, оскільки ксерокс (“Xerox”) є власною назвою компанії по виробництву принтерів, проте більшості словосполучення “зробити фотокопію” виявилось не однаково привабливим, оскільки саме компанія “Xerox” зробила революцію в фотокопіювальній індустрії і воно фігурувало ледь не в кожному номері газет та звучало чи не на кожній радіохвилі. Простими словами, це слово було більш привабливим для потенційного слухача. Для контекстуально необізнаних мас все одно – чи те, чи інше слово, чи конструкція повністю відповідає мовним правилам. В цьому випадку okazіоналізм став неологізмом через банальну контекстуальну помилку.

Розглянемо інший випадок зі словом “спідкубінг” (“Спідкубінг” – вид спорту, що полягає в складанні кубика-рубика та інших головоломок на швидкість). Можна було б поширити більш правильне слово “швидкубінг”, але чи варто взагалі говорити про правильність чи неправильність вжитку певної лексеми у випадку, де самі представники дискурсу визначають його **доречність**.

Головною особливістю мови та лінгвістики, як науки, що її досліджує, полягає в тому, що мова невпинно розвивається. І поки ми досліджуємо одні явища – інші вже зазнали таких змін, що всі мовні системи знову зрушуються і їх сприйняття, як стабільного явища, стає неосяжним. Звідси випливають і розгалуження в наукових теоріях, і такі кардинальні зміни в наймінливішому прошарку мовної системи та її лексики.

Таким чином, така непостійність досягається завдяки неологічному різноманіттю. Неологізми утворюються завдяки поєднанню вже існуючих в мові морфем за відомими мовними моделями (наприклад, так само, як утворилося слово “спідкубінг”, гіпотетично, може й утворитися щось схоже на “спіддейтінг” (побачення на швидкість тощо). У мовній системі досить засобів,

аби утворювати такі одиниці, досить морфем. Оказіональне утворення нових слів, тому й називається оказіональним, що немає жодних моделей і є абсолютно випадковим. Те саме стосується запозичень, які, по суті, якщо відкинути класифікацію мов та уявити мовну систему в цілому, є лише деривацією і найбільш продуктивною системою словотвору (Биховець, 1988, с.57-54).

Єдине, що важливо знати при перекладі таких одиниць – це їх мовне оточення – дискурс, до якого належить певне слово, що характеризує мотивацію його утворення.

ЛІТЕРАТУРА

- Ширяєва О. В. (2014) Оказіоналізм у художньому тексті: лінгвальний статус та головні ознаки (на матеріалі роману Г. Мюллер “Гойдалка дихання”). Львів Іноземна філологія : укр. наук. зб.
- Лопатин В.В. (1973) Рождение слова. Неологизмы и окказиональные образования. Москва: Наука.
- Биховець Н.М. (1988) Запозичення серед англійських неологізмів (70-ті рр.). Київ: Мовознавство.

ЖАНРОВО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ІТАЛІЙСЬКИХ КОМІКСІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Говорун Ю. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Сучасне світосприйняття вимагає нового ставлення до взаємодії інтернаціонального і національного, загального і особливого, новітнього і традиційного. Як стверджує Дель Гаудіо С. «питання важливості італійсько – українського контрастивного аналізу є досить актуальним. Контрастивний аналіз з італійської та української мов має здійснюватися на всіх рівнях мови». (Дель Гаудіо, 2013, с.17) Вхідження української культури у світову спільноту актуалізує такі проблеми, як засвоєння новітнього досвіду і збереження національної неповторності. Одним зі здобутків провідного та виключно популярного світового досвіду у перекладі є комікси. Нині є популярною ця тенденція, що залучає все більше і більше перекладачів до відтворення коміксів рідною мовою.

У даній статті ми розглядатимемо шляхи відтворення італійських коміксів українською мовою (на матеріалі коміксу «La truffa del Colosseo» Geronimo Stilton та його перекладу «Шахраї в Колізеї» Луїджі Морано, Андрій Поритко, Максим Войцеховський»).

Комікс – це порівняно молодий мистецький жанр, який все більше виявляє до себе зацікавленість суспільства. Це певний художній твір, у якому малюнок і текст використовуються, щоб передати суть авторської думки.

Умовно реалії коміксу Джеронімо Стілтон «Шахраї в колізеї» можна поділити на наступні найбільш поширені тематичні групи (послуговуючись предметною класифікацією С. І. Влахова і С. П. Флоріна, 1980, с. 13).

- власні назви (імена, прізвиська, топоніми), назви окремих предметів (журналів, художніх творів.): *Amperio Volt* - *Амперіо Вольт*; *Geronimus Stiltonius* – *Джеронімус Стілтоніус*; *Topazia* – *Мишанія*; *Alessandria* – *Александрія* та інші.

- предмети побуту: *Sesterzi* – *Сестерції*; *Cloaca Massima* - *Клоака Максима*.

- поняття мистецтва і культури: “*Per la barba di Giove* ” - “*Клянусь бородою Юпітера* ”.

- поняття суспільно-політичного життя: “*Per mille formaggini* ” - “*Тисяча моцарел* ”.

- етнічні поняття: *pretoriani* – *преторіанці!*) (Стілтон, 2015; Stilton, 2007).

Ономатопея (звуконаслідування) є досить поширеним явищем у коміксах. Нижче наведені яскраві приклади відтворення ономатопеї у коміксі Джеронімо Стілтон та його перекладі: *Bonk* – *Бум* (звук падіння); *Gaspr* – *Ах* (звук, що передає здивування героя); *KoffKoffKoff* – *Кахи Кахи Кахи* (кашель); *Uff*– *тю* (звук, який передає здивування героя).

Авторські неологізми в коміксі «Шахраї в Колізеї» охоплюють дуже широкий шар лексики: від абсолютно конкретних предметів і дій, які часто вже мають свою назву, до назви нових речей і часто нереальних, фантастичних персонажів, у тому числі і несубстанціональних, тобто таких, про яких часто невідомо нічого, окрім імені. Виходячи з цього, ми можемо стверджувати, що авторські неологізми у коміксі, який ми досліджуємо, є новоутвореннями із існуючих вже морфем, а їх переклад було чітко відтворено за допомогою індивідуальних навичок перекладача: *Estratto di puzzola* – *Тхорячий екстракт*; *Gattojet* – *Котолім*; *Rattospeed* – *Супермишина* та інші.

Дослідники фразеології, спираючись на ті чи інші ознаки фразеологічних одиниць, запропонували ряд класифікаційних схем, які стали широко використовуватися у лінгвістичній літературі. Становлячи за значенням єдине ціле, не всі фразеологізми є однаковими з погляду з'єднаності компонентів і співвіднесеності семантики усього вислову з семантикою його окремих складників. На цій підставі В. В. Виноградов розрізняє три типи фразеологічних одиниць: фразеологічні зрощення, фразеологічні єдності, фразеологічні сполучення:

- фразеологізм “*ridurre la velatura*” (*non darsi arie*) перекладачі переклали відповідником “*притримати коней*” (*пригальмувати*);

- вислови “*Ti rimuovo la pelliccia!*” та “*Ti ridisegno le macchie sulla pelliccia!*” (*Ti do una lezione!*), які є фразеологічними зворотами, було перекладено дослівно як “*Я витрушу з тебе всю шерсть!*” та “*Я тобі всі плями на шкурі поміняю місцями!*” (*Я тебе провчу!*);

- перекладачі знайшли відповідник і фразеологізму “*Mi stavano girando le orecchie!*” (*Mistavo annoiando!*) та переклали його “*Мені вуха в`януть!*” (*Мені наскучило!*) (Стілтон, 2015; Stilton, 2007).

В результаті аналізу лексики було з'ясовано, що типовими лексичними засобами, які використовуються відтворюються в тексті коміксу Джеронімо Стілтон «Шахраї в Колізеї» для реалізації категорії емотивності є розмовна лексика, інвектива, ідіоматичні вирази різного стилістичного забарвлення, а

такожлексико-стилістичні засоби такі як епітет та метафора. Всі перелічені лексичні засоби є потужним актуалізатором категорії емотивності в комплексі з фонографічними та синтаксичними засобами.

Отже, в результаті нашого дослідження особливостей перекладу італійських коміксів українською мовою ми дійшли такого висновку, що перекладачі мають відтворити лексико-граматичні, жанрово-стилістичні особливості мови. Для досягнення адекватності перекладу перекладач повинен ознайомитися з епохою написання твору, здобути необхідні фонові знання та визначитися у виборі між двох перекладацьких тенденцій: наближення оригіналу до читача, тобто одомашнення, або максимального збереження особливостей оригіналу, таким чином, вдаючись до очуження тексту перекладу.

ЛІТЕРАТУРА

- Влахов С., Флорин С. (1980). *Непереводимое в переводе* (342 с.). Москва.
Дель Гаудіо С. (2013). *Нариси з італійсько-української контрастивної граматики* (211 с.). Київ: КНУ ім. Тараса Шевченка.
Стілтон Дж. (2015). *Шахраї в Колізеї* (48 с.). Видавництво «Ірбіс комікси».
Stilton G. (2007). *La truffa del Colosseo* (46 с.). Edizioni Piemme.

ПАРЕМІЇ З СЕМАНТИКОЮ «ПРОГНОЗ ПОГОДИ» В КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

Горбенко М. Д.

Київський національний лінгвістичний університет

Актуальність дослідження зумовлена проведенням предметно-образної реконструкції паремій із семантикою прогнозу погоди за типами реалій в китайській мові.

Проблема вивчення паремії знайшла своє відображення у працях багатьох вчених, залишивши при цьому ще багато невирішених питань, пов'язаних із лінгво-культурними джерелами їх інформації та мотивації. Відкритим залишається питання про групу паремійних одиниць із семантикою прогнозу-передбачень, які розглядалися в якості народних прикмет, календарних паремій, прислів'їв з семантикою прикмет, прислів'їв з прогностичною функцією, weatherproverbs (прислів'їв про передбачення/ прогноз погоди), wauernregeln (селянських правил).

Теоретичний аналіз літературних джерел дозволив з'ясувати наступні основні положення з проблеми дослідження. Сучасна лінгвосеміотика розвивається на основі тісних контактів із когнітивною лінгвокомпаративістикою, лінгвокультурологією, етнофразеологією, когнітивною ономазіологією, оскільки основним об'єктом вивчення в цих науках, як і в першій, є мовний знак, але досліджуваний із різних аспектів.

Проте, спільною позицією представників вказаних напрямів є важливість дослідження механізмів мотивації мовного знака, реконструкція первинного мотиву одиниць номінації, серед яких найбільш дискусійними залишаються ті,

що є продуктами колективного досвіду і зберігають у своїй семантиці культурний компонент: релігійно-міфологічні погляди, фрагменти ритуальної поведінки, обрядово-культурні релікти, а головне, – здатність людини до таких дій, як передбачення, прогноз, забобони тощо.

У китайській фразеології паремійні одиниці теж пов'язують із різними класифікаціями стійких висловів і виділяють: Суюй (俗语) – приказки народного походження; Яньюй (谚语) – прислів'я; Сехоуей (歇后语) – усічені вислови; Гуаньюньюй (惯用语) – звичні вислови; 谚语 – прислів'я, 俗语 – приказки; Ченьюй (成语) – ідіоми, побудовані за нормами давньокитайської мови.

Визначено, що паремії з семантикою «прогноз погоди» входять в окремий клас стійких висловів Нун'єнь (农谚) – селянські приказки, що пов'язані з сільським господарством (Фей Ціесін, 2014).

Водночас, паремійні одиниці (гр. παροιμία) – прислів'я та приказки – неодноразово підлягали дослідженню в зіставному аспекті на матеріалі різних мов: японської, англійської, української та російської; німецької та лезгинської; російської, німецької та кабардино-черкеської; французької, англійської та російської; української та італійської; німецької, англійської, української та російської, а також російської і китайської (Н. Коновалова, 2012, Чжу Цзіньтао, 2016).

Отже, паремії трактуються як одна з форм вираження передбачення, заснованого на народних прикметах та забобонах, оскільки в ній змодельована певна повторювана ситуація, що перевірена часом і досвідом поколінь, тому представлена як прогноз.

Наприклад, “冷雨水, 暖惊蛰; 暖雨水, 冷惊蛰” – якщо сезон дощу холодний, то сезон прокидання комах – теплий; якщо сезон дощу теплий, то сезон прокидання комах с холодний. В даному прикладі є дві реалії – сезон дощу (другий з 24 сезонів за місячним календарем, що починається 18 або 19 лютого) та сезон прокидання комах (третій з 24 сезонів за місячним календарем, що починається 5 або 6 березня).

У результаті проведеного дослідження виявлено відмінність взаємовідносин реалій в залежності від місцевості. Наприклад, “雷打惊蛰前, 四十九天不见天” – якщо перед сезоном прокидання комах гримить грім, то 49 днів не буде видно неба. Ця паремія поширена у місті Ханчжоу, що розташовується на рівнинній місцевості на березі Східно-китайського моря. Також є така паремія, пов'язана з сезоном прокидання комах “雷打惊蛰前, 高山好种田” – якщо перед сезоном прокидання комах гримить грім, то в горах треба займатися землеробством. Ця паремія поширена в гірських районах Китаю.

Отримані дані свідчать, що взаємовідносини між реаліями відрізняються на всій території Китаю, залежно від місцевості. Це пов'язано з досвідом поколінь китайців, які виробляли найбільш ефективні стратегії поведінки.

ЛІТЕРАТУРА

Коновалова, Н. (2012). Метафорический параллелизм в русских и китайских паремиях. *Уральский филологический вестник*, 3, 212 – 215.

Цзинтао Ч. (2016). Лингвосемиозис паремий с семантикой прогноза как народных примет и суеверий. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету*, 2.

严光华, (2012). *中华气象谚语精解*: 气象出版社.

费洁心, (2014). *中国农谚*: 上海三联书店.

ПОХОДЖЕННЯ ТА ПРЕДМЕТ ФІЛОСОФІЇ ЧАРВАКА-ЛОКАЯТА

Грабовенко В.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Система індійської філософії чарвака-локаята є одним з найбільш суперечливих напрямків для індійської філософської думки. Чарвака-локаята вважається однією з неведичних філософських шкіл давньої Індії, в основу якої покладено концепцію матеріалізму (Шохін, 2004). Багато науковців схиляються до думки, що ця школа є атеїстичною (Чаттопадх'я, 1961; Шохін, 2004). Чарваки-локаятики піддали гострій критиці весь світогляд Вед і поставили під сумнів їх авторитет. Вони протиставили ортодоксальній філософії (астичі) свою неортодоксальну філософію (настику) войовничого матеріалізму.

Згідно з цією філософією, єдиним джерелом знання є чуттєве сприйняття, а особистість – це єдність чотирьох матеріальних елементів (земля, вода, вогонь, вітер), які, з'єднавшись особливим чином, породжують людську свідомість. З цього випливає, що свідомість зникає після руйнування тіла, а тому, згідно з вченням чарвака-локаята, єдиною ціллю існування людини є земні радощі, відплата за діяння – це вигадка, релігійні обряди – це експлуатація помилкових упереджень, а священні тексти – засіб збагачення жерців (Шохін, 2004).

Чарвака-локаята є однією з найзагадковіших філософських шкіл в історії індійської філософії. До наших днів не дійшов жоден документ, що належить послідовникам даної школи, та всі її положення виводяться з критичних зауважень представників інших філософських шкіл, які критикують матеріалізм і гедонізм чарваків-локаятиків (Чаттопадх'я, 1961).

Єдиний трактат, який зберігся до нашого часу – “Татвапаплавасімха”, належить діалектику Джаярашібхате, який був не матеріалістом, а скептиком. Основними джерелами, що дають певну інформацію про філософські засади школи чарвака-локаята, є джайністський твір “Шадаршана-самучая” та ведантійський твір “Сарвадаршанасідхантасанграха”. Найбільш повно філософію чарвака викладає праця Мадхви “Компендіум усіх філософій” (“Сарвадаршанасанграха”).

Традиційно вважається, що вчення локаяти з'явилося в середині I тисячоліття до н. е. і передувало виникненню вчення чарвака. Тому чарваку називають більш пізнім різновидом локаяти (Чаттопадх'я, 1961). Не зовсім зрозумілим є й походження обох назв.

За Чаттопадх'я (1961) слово “локаята” прийнято зводити до слова “лока” (“світ, Всесвіт; народ, люди”) і слова “айятах” (“те, що превалює в нас”), з'єднання яких може дати приблизно таке значення: “світогляд звичайних людей”, хоча в літературі є й інші визначення. Слово “чарвака” взагалі не має точного визначення. Існують три версії:

1. Ім'я творця школи (Чарвака).
2. Ім'я, похідне від санскритського кореня “чарв” (“їсти, жувати”), що відповідає гедонізму школи.
3. Складне слово “чару” (“приємний”) і “вак” (“мова, слово”), разом – “приємне слово”.

Також відомо, що в індійській філософії початкового періоду локаятиками називали професійних диспутантів, що в своїх дискусіях спиралися на матеріалістичні позиції та були відомими своєю спроможністю довести та спростувати будь-яке твердження (Чаттопадх'я, 1961). У V столітті до н. е. мистецтво локаяти входило в список дисциплін в брахманських школах. Але вже в класичну добу індійської філософії, локаяту почали ототожнювати з чарвакою (Шохін, 2004).

Чарвака зникла ще раніше у стародавні часи Індії, не залишивши послідовників. Існує теорія, згідно з якою, цієї школи насправді не існувало, вона була вигадана брахманами, що об'єднали під цією назвою велику кількість неортодоксальних течій, які важко було віднести до конкретних філософських шкіл. Згідно з цією теорією, разом із матеріалістами до цієї штучно створеної школи потрапили представники усіх течій, що не поділяли загальноприйняті релігійні цінності в Стародавній Індії – натурфілософи, нігілісти, скептики (Шохін, 2004).

Однак, якщо припустити, що ця релігійно-філософська школа справді існувала, то можна сказати, що її послідовників в Індії скоріше не любили, ніж розуміли. Згідно з загальноприйнятою думкою народу, термін “чарвака” уособлює щось непристойне. Проте, слід зазначити, що індійська філософія багато в чому зобов'язана школі чарвака-локаята.

Чаттерджи та Датта (1954) стверджують, що скептицизм є проявом свободи розуму, який відмовляється приймати традиційну мудрість без її критичної переоцінки. Філософія як критичний угляд отримує право на існування головним чином на основі вільнодумства; і чим більше вона задовольняє скептика, тим більш переконливою вона стає. Піддаючи сумніву обґрунтованість загальноприйнятих переконань, скептик висуває нові проблеми, вирішення яких тільки збагачує філософію.

Завдяки школі чарвака-локаята індійська філософія була значною мірою позбавлена догматизму. Кожна система індійської філософії намагалася спростувати погляди чарваків-локаятиків, і з цієї точки зору, система чарвака-локаята виступає в якості пробного каменя для їх теорій (Чаттерджи, Датта 1954). Тому основною заслугою філософії чарвака-локаята є те, що вона висуває нові філософські проблеми та змушує інших мислителів критично та більш обережно формулювати свою точку зору.

ЛІТЕРАТУРА

- Шохин, В. К. (2004). Школы индийской философии: Период формирования (IV в. до н.э. – II в. н.э.). Москва: Восточная литература.
- Чаттопадхья, Д. (1961). Локаята Даршана. История индийского материализма (Специальная редакция кандидата филологических наук Бархударова А. С.). Москва: Издательство иностранной литературы.
- Чаттерджи С., Датта Д. (1954). Индийская философия. Москва: Издательство иностранной литературы.

ЛЮДИНА ЯК ЗАРУЧНИК ДИГІТАЛЬНОГО СВІТУ

А.С. Гришко

Київський національний лінгвістичний університет

Сучасні виклики глобалізації загострюють проблему впливу передових інформаційних технологій на розвиток можливостей людського інтелекту.

Центральною концепцією існування людини є буття-у-світі (Хайдеггер, 2003, с. 40), що передбачає можливість взаємодіяти зі світом, впливати на нього, реагувати, осмислювати його закони і закономірності, а також, що є важливим, здатність формулювати та ставити питання щодо першопричин всього, що існує. Розуміння світу – це постійний, поступовий перехід від себе до світу і навпаки задля розкриття суті Всесвіту, свого призначення. Фундаментом до осмислення буття є побут, адже ми досліджуємо навколишність за допомогою інструментів, які існують у контексті цілісної павутини практик і значень, і вони не помітні і невідчутні при використанні, але коли вони виходять з ладу, тоді ми відразу відчуваємо їх нестачу, необхідність і починаємо конкретно замислюватись над цим. Прикладом може служити процес спілкування як духовної єдності людей, що забезпечується завдяки мові як засобу існування і подальшого формування людини та мовленню як засобу вираження та узагальнення наших думок. Система знаків не вказує сама на себе – вона імплікує безмежні міради змістів та значень. Будь-яка мова – особливий “дім буття” (Хайдеггер, 2003, с. 87), і щоб жити в ньому, ми маємо формувати і розвивати критичність мислення.

Людина існує у світі як його невід’ємна частина. Але відокремлення від заскорузлої рутини буття потребує вміння апелювати до трансцендентності. Йдеться про мнемонічне підняття до мислення про причини всього суцього, появи нас самих та суцільний модус всевітнього буття за допомогою абстрагування від повсякденної метушні. Отже, тут ми маємо рефлексивне мислення.

Але чому люди втікають від мислення? Людина виправдовує свою втечу небажанням замислюватись та осмислювати суть речей, процесів та явищ навколишнього світу. Це є основою бездумності (Хайдеггер, 1991, с. 103), коли людина не бажає розвивати свої природні здібності до мислення задля розуміння себе і світу.

У цьому разі ми маємо доволі негативну конотацію ставлення людини до свого існування. А чому так? Набагато легше жити простацьким, бездумним

життям, коли жодна з наявних, можливих і неможливих проблем тебе не чіпає. Так, рутинна, обов'язки буденного життя, все, що найбільше тебе заколихує кожної хвилини, все ж таки дає змогу мислити, але ж як? А саме вираховуючи свої наступні хвилини життя. Плани, задачі, способи чогось досягти, отримати визнання найближчого та найрелевантнішого для тебе оточення – все це відбирає змогу подумати про себе, свій зв'язок зі Всесвітом та істину буття. Звичайно, сучасна людина як заручник свого ж творіння – епохи Нового часу, потребує хоч якогось прототипу порядку та організації. Проте для чого мова та спілкування з друзями, філософські книги та світські бесіди – при виникненні будь-яких труднощів чи просто потреб приходять автоматизовані механізми, котрі ладні впоратися з геть з усіма задачами. Є електронний пес, з котрим можна прогулятися будинком, є дівчинка-робот, котра вислухає краще, ніж досвідчений психолог, і скаже декілька втішних запрограмованих фраз. І поки природа буде джерелом тимчасової, але потужної енергії, людство в жодному разі не забажає розпочати думати самостійно, взяти відповідальність саме на себе, керувати цією енергією, а не давати їй шанс переважати над нашим інтелектом і потенціалом до осмислення.

Сучасна людина є беззахисною, розгубленою та ослабленою впливом технічного прогресу. Але вона в змозі створити нову основу для будівництва світу, в якому людський інтелект буде домінувати. Йдеться про осмислення та шлях до нього. “Буття у світі” складається із “буття з іншим” і “буття самого себе” (Хайдеггер, 2003, с. 66-67). “Буття з іншими” має виступати тільки у ролі соціалізації і ґрунту для розвитку особистості. “Буття самого себе” можливе тільки при дезінтеграції “Я” від інших та концентрації на модусі пізнання, а не перебирання вже відомого. Людина, бажаючи залишитись сама собою, повинна протистояти “іншим”, обстоювати свою нетривіальну ідентичність, діяти творчо, пропонуючи нове. Тільки тоді вона буде вільною, відчує свободу, яку вона знаходить і яку проявляє в екзистенційному виборі – в ситуаціях доленосних, екстремальних, важливих для життя, відповідальна не тільки за себе, а і за Всесвіт.

Людина перебуває в пошуку істини, у вирі постійних спроб зрозуміти причини появи себе та Всесвіту. Тут діє концепція “герменевтичного кола” – рефлексуючи і проникаючи мисленно у глибини своєї свідомості, ми намагаємося розкрити та осягнути цілісність Всесвіту, а себе, як частину однієї величезної павутини, ми виділяємо досліджуючи навколишній світ у контексті істини нашого буття. Неістина імплікується як суперечність. Саме завдяки постійній боротьбі протиріч як внутрішній, так і зовнішній, людина має можливість досягти свободи у добу шаленого Нового часу, котрий безжалісно придушє пориви нашої сутності до осмислення дійсності та змушує снувати “ментальним селом”, спричинивши деградацію від сильного, самосвідомого інтелекту до “привласнювального” способу життя, коли людина розглядається не як особистість, а лише як індивід, котрий має за мету задовольнити несвідомі бажання, які детермінуються біологічними потребами.

Звернімо увагу на квітку під ногами – а чи ви самі не є рослиною, для якої самостійне мислення та подорожі самосвідомістю є тим живильним світлом?

ЛІТЕРАТУРА

- Хайдеггер, М. (1991). Отрешенность. В.В. Библихин (Пер.), *Разговор на проселочной дороге*. (с. 102-111). Москва: Прогресс.
- Хайдеггер, М. (2003). Бытие и время. В.В. Библихин (Пер.). (с. 40-42, 64-68, 85-87). Харьков: Фолио.

СТРУКТУРНІ ТА СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АРАБСЬКОЇ ЮРИДИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Грищенко К.Г.

Київський національний лінгвістичний університет

Сучасна термінологія у різних галузях активно розвивається. Наразі існує небагато робіт, присвячених юридичній термінології, але з кожним роком інтерес до цієї складної і актуальної теми зростає. Терміни відіграють важливу роль у формуванні лексичного складу мови. За допомогою термінів мова збагачується новими поняттями, синонімами, антонімами та новою лексикою в цілому.

Розвиток арабської юридичної термінології тісно пов'язаний з витоками й історією права, арабської державності і законодавства, історією арабської літературної мови. Особливості юриспруденції арабських країн досліджували Норман Андерсон, Ніколас Ділан Рей, Дауд Ель-Алямї, Шиблі Маллат, Самір Салех, а проблематикою перекладу сучасної арабської юридичної термінології займалися Б.Г. Фаткулін, І.В. Сівков та ін.

Арабська юридична термінологія відображає реалії життя арабських народів, їхні закони та звичаї. Історія розвитку арабської юридичної термінології знайшла відбиток у термінологічній системі в цілому і в конкретних юридичних термінах, зазнавши впливу з боку культурних, політичних, мовних та інших зв'язків з іноземними державами. Розвиток міжнародних відносин передбачає укладання певних домовленостей між країнами, що зумовлює залучення юристів до цього процесу. Юристи повинні розуміти один одного, знати закони сторони, з якою налагоджуються відносини. Засобом вираження цих законів є мова юриспруденції країни. Тому дуже важливим кроком на шляху до міждержавного співробітництва є подолання культурних і мовних бар'єрів. Таким чином, вивчення закономірностей утворення юридичної термінологічної лексики, дослідження її структури та семантики стало одним із важливих завдань сучасної лінгвістики (Реформатский, 2008).

Арабська юридична термінологія – це невід'ємна частина арабської правової мови та юриспруденції, яка розвивається та вдосконалюється протягом багатьох століть. З розвитком юриспруденції з'явилася велика кількість загальноновживаної лексики. Терміни, які раніше функціонували у сфері спеціального вжитку, зараз вживаються як загальнозрозумілі та загальноновживані. Вважається, що в арабській юридичній термінології термін має бути однозначним. Наявність у юридичного терміна декількох різних дефініцій може призвести до плутанини в юридичній сфері в цілому та проблем при його перекладі іншою мовою. Під однозначністю мається на увазі не лише

єдине його значення, але й однакове тлумачення термінологічної одиниці у межах конкретної сфери юриспруденції (Туранин, 2002).

Юридичний термін – це слова або словосполучення, що використовуються спеціалістами (юристами, адвокатами, слідчими, прокурорами, суддями, нотаріусами та ін.) в юридичній та правовій сферах і мають визначення (дефініції) в юридичній літературі (законодавчих актах, міжнародних договорах, юридичних словниках, нормативно-правових актах) (Артикуца, 2005).

Головними ознаками юридичного терміна є його експресивна нейтральність, зумовлена офіційним характером юридичних текстів. Не менш важливою ознакою є стислість – юридичний термін має бути лаконічним і максимально точним у знаковій формі і відображати правове поняття, яке він позначає. Юридичний термін має бути максимально однозначним, контекстно незалежним і стійким. Одному правовому поняттю присвоюється один юридичний термін, і навпаки – різним поняттям та категоріям присвоюються різні терміни (Артикуца, 2005).

За своєю структурою юридичні терміни можуть бути простими (слово) або складеними (словосполучення). Терміни-слова за лексико-граматичною належністю поділяються на іменники (إعتبار ‘реституція’, حماية ‘захист’, إعتقال ‘затримання’, جنایة ‘злочин’, سرقة ‘крадіжка’, مضایقة ‘переслідування’, سلاح ‘зброя’), прикметники (غير قانوني ‘незаконний’, مذنب ‘винний’), дієслова (خرق ‘порушувати’, أعلن ‘проголошувати’). Домінування іменникових форм обумовило субстантивований характер терміносистеми права.

Зважаючи на те, що серед юридичних термінів переважають юридичні терміни-словосполучення, вони становлять одну з головних проблем при перекладі юридичних документів. Для досягнення адекватності при перекладі юридичних текстів, нормативно-правових актів і т.п. перекладач не лише повинен добре володіти іноземною мовою, а й бути обізнаним в юриспруденції.

Терміни у межах терміносистеми права можуть бути синонімічними та антонімічними. Приклади синонімічних термінів: ‘підозра’ – ظن / تهمة; ‘бідний’ – معوز / فقير / محتاج; ‘в’язниця’ – معتقل / سجن; ‘доказ’ – إثبات / دليل; антонімічних: ‘обвинувачення’ – تهمة vs. ‘захист’ – حماية).

Дієслова в юридичній арабській термінології також мають важливе значення при укладанні правових документів. Дієслова в арабській літературній мові мають категорії особи, числа, роду, стану. З іншого боку, арабські дієслова не мають неозначеної форми (інфінітива), натомість у словниках використовують форму III особи однини минулого часу як найпростішу морфологічно, наприклад: سجل ‘записувати’; حظر ‘забороняти’; قرر ‘вирішувати’.

Отже, сучасна арабська юридична термінологія потребує детального вивчення. Останнім часом все більшого значення у світі набувають термінологічні словники та глосарії, але досі бракує спеціалізованих двомовних словників юридичної термінології. Наявні арабські словники не охоплюють всю термінологію, яка існує у правовій сфері, і не наводять всіх значень юридичних термінів. Тому дослідження особливостей функціонування арабської юридичної термінології та її перекладу залишається вельми актуальним завданням.

ЛІТЕРАТУРА

- Артикула, Н. (2005). Основи вчення про юридичний термін і юридичну термінологію. *Українська термінологія і сучасність: збірник наукових праць*, 6. Інститут української мови НАН України. С. 35–42.
- Реформатський, А.А. (2008). *Введение в языковедение: Учебник для вузов* / под ред. В.А. Виноградова. 5-е изд., испр. М.: Аспект Пресс.
- Туранин, В.Ю. (2002). *Проблемы формирования и функционирования юридической терминологии в гражданском законодательстве РФ*. Автореф. дисс... канд. юр. наук: 12.00.03. Белгород: Белгородский гос. ун-т.

ОСОБЛИВОСТІ ФАНТАСТИЧНОГО СВІТУ У ТВОРАХ РЕЯ БРЕДБЕРІ

Давидчук Е. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Найчастіше категорію фантастичного в літературі інтерпретують як літературознавчу та естетичну категорію, яка слугує для позначення специфічного типу художньої образності та заснована на принципі тотального зміщення кордонів “можливого” та “неможливого” у свідомості читача-реципієнта. Фантастичне ж визначається як порушення прийнятої норми художньої умовності і / або системно-стійких принципів правдоподібності. Порушення такого роду, як правило, мотивуються зіткненням героя (і / або читача) з “дивним” / “неймовірним” явищем, яке виходить за межі тієї картини світу, яку прийнято вважати “звичайною” (або “об’єктивною”).

Категорія фантастичного використовується як інструмент вияву структурно-ціннісної організації “відстороненого” світу, де звичні (для героя і / або читача) елементи дійсності (часто візуально явлені), а також мову, що її описує і виражає, поєднуються несподіваним / неймовірним способом. Багатогранність і напруженість рецепції фантастичного завжди залежить від історично мінливих кодів репрезентації “можливого” та “неможливого”, що належать конкретній літературній (і ширше – культурній) епосі, їх зв’язків з попередньою традицією, а також в чималому ступені від естетичного досвіду читача.

Змістова доцільність поєднання різнорідних елементів в єдиний образ відкриває широкі простори для креативно-пізнавальних можливостей фантастичного в літературі. За Ю. М. Лотманом, фантастика є, передусім, різновидом художнього пізнання життя, “найбільш елементарним випадком перерозподілу” явищ навколишньої дійсності з метою “дешифрування” їхнього змісту: “Явище реального світу постає в несподіваних, заборонених побутовою практикою поєднаннях або в такий перспективі, яка розкриває приховані сторони його внутрішньої сутності” (Lotman, p. 200).

Хоча наукова фантастика має попередників у давній міфології, середньовічний романс, постренесансних фантазіях і сатирах, а також вікторіанській готиці, це багато в чому явище ХХ століття. Фантастичне в літературі та інших видах мистецтва, більшою чи меншою мірою пов’язаних з літературою, по-різному проявляє себе і має різноманітні художні функції. По-

перше, фантастичне у своїй надприродній сутності “хвилює, лякає або просто тримає читача в напруженому очікуванні” (прагматична функція), по-друге, фантастичне маніфестує саме себе, “це свого роду самовизначення” (семантична функція), по-третє, фантастичне “служить цілям нарації”, оскільки “дозволяє гранично посилити інтригу” (дискурсивна функція) (Годоров, 1997, с. 122).

У літературі кінця ХХ – початку ХХІ століття значну роль відіграє наукова фантастика. Вона завоювала популярність не лише своєю особливістю тримати читача у напрузі, а й впливом на формування його філософських, світоглядних, політичних, соціальних, психологічних засад та орієнтирів. Події в науково-фантастичних оповіданнях найчастіше відбуваються в майбутньому та передбачають, як технологічні зміни змінять світ, у якому живемо. Наукова фантастика часто успішно передбачала реальні наукові розробки та нові технології.

В американській літературі наукова фантастика тісно пов’язана з ім’ям Рея Бредбері. Він запропонував багато жанрів наукової фантастики, створивши, крім того, твори, близькі до реалістичного методу. Один з найвизначніших американських дослідників творчості Рея Бредбері В. Л. Джонсон так визначає коло його творчих інтересів: “Рей Бредбері – письменник, з особливою майстерністю передає свої мрії на папері. Його мрії про магію і перевтілення, добро і зло, в маленькому місті в Америці і в каналах Марса, популярні і довготривалі. Теми, які цікавлять Бредбері, численні: магія, жахи, монстри; ракети, роботи, подорожі в часі і в космосі; дорослішання в середньо-західному місті в 1920-і роки і старіння в покинутій земній колонії на іншій планеті” (Джонсон, 1987, с. 173).

Рей Бредбері (Бредбері, 2017) визначав наукову фантастику як мистецтво можливого, а саму ж фантастику – мистецтвом неможливого. Автор зазначав, наукова фантастика – це будь-яка ідея, що виникає і ще не існує, але незабаром існуватиме і змінюватиме все. Як тільки виникає ідея, яка змінює певну частину світу, тоді це і є наукова фантастика, це завжди мистецтво можливого, ніколи неможливого (Weller, 2017).

Діяльність Рея Бредбері охоплює багато видів і жанрів наукової та соціальної фантастики. У його творчості органічно поєднуються фентезі, готичний роман, роман жахів, пронизана ностальгією поетична проза, а крім того, похмурий песимізм щодо перспектив техногенної цивілізації і “дитячий” романтизм, ідеалізація простого життя на землі. Отриманий унікальний художній сплав навряд чи піддається жанровій класифікації.

Англійський письменник і дослідник науково-фантастичної літератури (і творчості Бредбері) Кінгслі Еміс називає Бредбері “Луї Армстронгом в науковій фантастиці”, здатним краще, ніж будь-який з його колег, “бачити життя на іншій планеті як щось незвичайне, але не сумнівне або жахливе” (Amis, 1969, p. 161).

До здобутків великого автора відносять оновлення класичних ситуацій наукової фантастики (вторгнення на Марс, ситуація, людина-втікач, створення людини-робота і т.д.) шляхом зміни вкорінених образів. Варто виокремити постійні образи в світі Бредбері, які є перехідними з сюжету в сюжет і зведених

на рівень символів: це стихії (Вогонь, Вода, Земля, Повітря), Книга, Рука, Динозавр та відкриття нового художнього вирішення ситуації класичної антиутопії: її поворот до оптимістичного варіанту. Сам же автор був переконаний, що наукова фантастика вчить мислити, а значить, приймати рішення, виявляти альтернативи і закладати основи майбутнього прогресу (Weller, 2017).

Таким чином, фантастичне у книгах Бредбері скріплює стержень існуючого світу, який опинився на межі загибелі. Вони повинні потрапити в руки людини і виконати своє “природне” призначення – відродити життя і керувати ним надалі.

ЛІТЕРАТУРА

- Amis, K. (1969). *New maps of hell*. London: New English Library.
- Lotman, I. M. (2002). *Istoriya i tipologiya russkoj kultury*. Sankt-Peterburg: Iskusstvo-SPb.
- Johnson, W. L. (1987). *Ray Bradbury*: Wayne L. Johnson. New York: Ungar.
- Weller, I. B. (2017, June 12). *Ray Bradbury, The Art of Fiction No. 203*. Retrieved from <https://www.theparisreview.org/interviews/6012/ray-bradbury-the-art-of-fiction-no-203-ray-bradbury>
- Todorov, T., & Narumov, B. P. (1997). *Vvedenie v fantasticheskuyu literaturu*. Moskva: Dom intellektual'noj knigi.

СПОСОБИ І ЗАСОБИ ПЕРЕКЛАДУ МОВНИХ РЕАЛІЙ (НА МАТЕРІАЛІ КНИГИ Е. ГІЛБЕРТ “ЇСТИ. МОЛИТИСЯ. КОХАТИ”)

Демен О.О.

Київський національний лінгвістичний університет

Тема перекладознавства нескінченно збагачується новим досвідом та нестандартними рішеннями. Об'єктом дослідження стала книга Елізабет Гілберт “Їсти, Молитися, Кохати”. Нашу увагу вона привернула тим, що деякі її частини довелося перекладати двічі. У книзі описана подорож автора Італією, Індією та Індонезією, тож не дивно, що кожен розділ наповнений словами-реаліями, притаманними культурам цих країн. Різноманітні прийоми, застосовані авторкою та перекладачкою для передачі сенсу заслуговують на особливу увагу. У книзі наявні реалії-топоніми (Broadway – Бродвей, the Village – Віллідж), антропоніми (Brahman – Брахман, Guru – Гуру), ергоніми (Ikea – Ікея – транснаціональна корпорація, одна з найбільших у світі торговельних мереж із продажу меблів та товарів для дому. Заснована у Швеції.), назви предметів (bindi – бінді, gondola – гондола), будівель (basilica – базиліка, Mausoleum – Мавзолей), їжі (pate – пате, bruschette – брускета, pecorino cheese, – сир пекоріно, ricotta – рікота) тощо.

У більшості випадків реалії, вжиті Елізабет Гілберт, не мають в українській мові відповідників ані контекстуальних, ані конотативних, адже тематика книги – її подорож трьома країнами, культура яких настільки ж давня і багата, як

історія. Тож не дивно, що найчастіше перекладач застосовує методи транскрипції та транслітерації: Jara-mala – Джапа-мала, Piazza del Popolo – П'яцца дель Пополо, Skanda Purana, – Сканда Пурана, Gurugita – Гуруджита, Empire State Building – Емпайр Стейт Білдінг, Gelato – Джелато, Sari – Сарі.

Крім транслітерації, автор широко застосовує спосіб комбінованої реномінації: Fort Lauderdale – Форт-Лодердейл – курорт на Флориді, який називають американською Венецією. В 70-ті роки користувався неймовірною популярністю серед інтелектуальної публіки (студентів, викладачів); Waterbury mayor – Мер Вотербері – (Два мери Вотербері – Джозеф Сантоп'єтро та Філіп Джордано, відбули тюремне ув'язнення за фінансові злочини під час свого перебування на постах мерів міста). Таке широке пояснення присутнє лише в перекладній версії книги і відсутнє в оригіналі. Це можна пояснити тим, що більшість із них стосується Америки – батьківщини письменниці, отже, пояснення потребують лише іноземці. Втім, присутні і такі пояснення, як Majarहित Exodus – кінець Маджапахіта – індонезійська імперія із центром на острові Ява, що проіснувала з 1293 до приблизно 1520 року. За час існування імперії Індонезія досягла найбільшої централізації; Bolognese – болоньезе – м'ясний соус для пасти, зазвичай готується з яловичини; gamelan – Гамелан – національний індонезійський оркестр, до складу якого входять переважно ударні інструменти, та інші.

Нами також були виявлені кілька реалій, які за своїм походженням належать до повсякденної лексики, але мають відмінне конотативне значення. На особливу увагу заслуговує італійське слово braccianti, похідне від braccie – сила рук. Під braccianti маються на увазі ніхто інші, як самі італійці. Елізабет Гілберт пояснює, що італійці “завжди були трудівниками, ... завзятими трудягами...”.

Але присутні у книзі й унікальні, авторські тлумачення наведених нею самою реалій – так звані авторські глоси. Описуючи свої мандри Італією, Індією та Індонезією, Елізабет Гілберт уживає неймовірну кількість слів, поширення яких дуже обмежене, можливо, навіть межами країни чи релігії. Тож, турбуючись про читача, автор не забуває пояснювати, що означає те чи інше слово. Перекладач (Ярина Винницька) же стикається одразу з двома проблемами: як подати оригінальну реалію і як – її значення, люб'язно вказане Елізабет Гілберт. Як видно з наступних прикладів, власне реалії перекладач передала засобами транскрипції (Siddha Yogi – Сідха Йог, Seva – Сева) та транслітерації (raga – рага, taksu – таксу), а значення перекладала покомпонентно: Arati, the first morning prayer – Араті – ранкова молитва, lontars – medical books made on palm leaves – Лонтар – книжки з медицини з пальмового листа, alus, which means “refined”, or even “prettified” – Алус – витончений, красивий вигляд.

На особливу увагу заслуговують ще два приклади: реалії – назви їжі – наведені в оригінальному вигляді, без перекладу взагалі, а тлумачення надається у зносі внизу сторінки: Penne ai Quattro Formaggi – Penne ai Quattro Formaggi – Макарони під соусом “чотири види сиру”, risotto ai funghi – risotto ai funghi – ризото з грибами. Сама авторка вирази не пояснює. Ми вбачаємо можливу причину в поширенні та відомості страви серед цільової аудиторії.

Утім, можливе також навмисне опускання пояснення, як це було здійснено кілька разів з іншими лексемами. Тому, щоб зберегти авторську оригінальність, конотативне значення назв та дух Італії, перекладач залишає реалії незмінними в тексті, натомість замість пояснення наводить зноски з перекладом. В умовах та контексті книги це рішення видається нам найдоцільнішим.

ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ЕМОЦІЙ У ТВОРІ АНТУАНА ДЕ СЕНТ-ЕКЗЮПЕРІ “LE PETIT PRINCE”

Денисенко К. А.

Київський національний лінгвістичний університет

В останнє десятиліття з боку лінгвістів спостерігається посилена увага до дослідження способів утілення й вербалізації у тексті емоційного стану людини, мовна реалізація якого ще не повністю вивчена у теорії комунікації загалом і в теорії тексту зокрема.

Емоції багатогранні, адже вони торкаються таких сфер людського буття, як почуття і досвід, фізіологія і поведінка, форми пізнання та способи концептуалізації дійсності.

У працях науковців із цієї проблематики розрізняються два способи вираження емоцій: *вербальний* (за допомогою мовних засобів) та *невербальний* (міміка, пантоміміка, жести тощо). При цьому дослідники стверджують, що *вербальний спосіб вираження емоцій* переважає над невербальним у надійності, швидкості, прямоті, а також ступені відвертості і якості (сили) декодування одержувачем (Шаховский, 2008, с. 96).

Емотивність властива всім мовним рівням: фонетичному, морфологічному, лексичному і синтаксичному. Кожен із них має свої засоби вираження.

У нашій розвідці основним питанням дослідження емоцій з позицій лінгвістики стало вивчення засобів, які передають позитивне та негативне емоційне забарвлення мови на синтаксичному рівні у творі відомого французького письменника А. де Сент-Екзюпері “Le petit prince”. На цьому рівні можуть уживатися *окличні, питальні, еліптичні, інвертовані речення, вставні елементи* тощо. Варто вказати на те, що чим вищим є ступінь емоційного напруження, тим вищим буде ступінь дезорганізації синтаксичної структури художнього тексту.

Як відомо, окличні речення є особливим типом висловлень, у яких формально-синтаксичне значення поєднується з додатковою конотацією. Водночас із певною думкою ці речення виражають різноманітні емоції мовця (радість, здивування, захоплення, смуток, страх, жах, іронію тощо).

Саме тому у цьому разі основною інтенцією мовця є вираження емоцій, а структурне значення речення відступає на другий план. Причому визначити, яку саме емоцію несе у собі це речення досить часто можна лише з допомогою контексту (Шаховский, 2008, с. 96):

- *C'est bien vrai, n'est-ce pas, que les moutons mangent les arbustes ?*
- *Oui. C'est vrai.*

– *Ah! Je suis content!* (Saint-Exupéry, 1943, p. 25).

Так, питальні конструкції у дослідженому творі підпорядковуються *емотивній функції*, розкривають емоційно-оцінне значення, надають співрозмовникові певну інформацію, необхідну для конструювання судження-відповіді. Питання як комунікативна інтенція мовця репрезентує не тільки власне питальне значення, а й передає весь спектр семантики, пов'язаної з емоцією, а саме: привертати увагу, спонукати до якихось дій або відповіді, нести в собі нову інформацію тощо (Шаховский, 2008, с. 96):

– *J'aime bien le couchers de soleil. Allons voir un coucher de soleil ...*

– *Mais il faut attendre ...*

– *Attendre quoi?*

– *Attendre que le soleil se couche* (Saint-Exupéry, 1943, p. 30).

Повтори підсилюють емотивно-смыслову тональність твору, яку, зазвичай, позначено засобами прямої лексико-семантичної номінації (Долинин, 2010, с. 136):

J'aurais dû ne pas l'écouter, me confia-t-il un jour, il ne faut jamais écouter les fleurs (Saint-Exupéry, 1943, p. 39).

Незакінчені та перервані синтаксичні конструкції постають у романі А. де Сент-Екзюпері засобом вираження емоції *сму́тку*. У загальній вербальній репрезентації мовної картини, вони засвідчують намагання відтворити в пам'яті події, образи із минулого, висловити своє ставлення до повідомлення.

Так, однією із семантичних особливостей досліджуваних незакінчених конструкцій є наявність у них вербально не вираженої семантики *сму́тку*, або підтексту, що формується на основі спільних знань і досвіду (Шаховский, 2008, с. 97):

Mais le vent ...

Je ne suis pas si enrhumée que ça... L'air frais de la nuit me fera du bien. Je suis une fleur.

Mais les bêtes ... (Saint-Exupéry, 1943, p. 42).

Отже, підводячи підсумок, зазначимо, що будь-який текст – це взаємодія читача і автора, а тому чим яскравіше виражені емоції в ньому, тим зрозумілішим буде стан героя для читачів.

На прикладі твору французького письменника ми з'ясували, яким чином синтаксичному рівні підсилюється розкриття характеру героя, його емоційний стан у різних ситуаціях. Одна і та ж фраза може бути виражена з різним емоційним забарвленням, тому необхідно зрозуміти стан героя на момент мовлення. Саме завдяки контексту синтаксичні конструкції набувають більшої виразності та зрозумілості.

ЛІТЕРАТУРА

Долинин, К. А. (2010). *Интерпретация текста: Французский язык*. Москва, Россия: ДомКнига.

Шаховский, В. И. (2008). Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. Москва, Россия: Изд-во ЛКИ.

ДІАЛЕКТ ЛАТАКІЇ В СИСТЕМІ АРАБСЬКИХ РОЗМОВНИХ ІДІОМІВ СИРІЇ

Джавад А.Г.

Київський національний лінгвістичний університет

Дослідження діалектів арабської мови останнім часом набуває все більшого значення в лінгвоарабістиці. Різними проблемами арабської діалектології займалися такі відомі вчені, як А.Ю. Кримський, Ч. Фергюсон, Г.Ш. Шарбатов, Б.М. Гранде, Ю.М. Завадовський, Е.М. Мішуров, В.С. Рибалкін та багато інших. А.Ю. Кримський, який вперше розробив загальну класифікацію арабських діалектів, розподілив їх на 4 основні групи: 1) діалекти Аравії; 2) діалекти Сирії та Месопотамії; 3) діалекти Єгипту; 4) діалекти Магрибу. Згодом цю класифікацію деталізували з урахуванням державних кордонів та лінгвістичних ознак (Рибалкін, 1991, с. 74).

Відомо, що система арабських діалектів Леванту (*bilād aš-Šām*) відрізняється значним розмаїттям. За найбільш типовими ознаками у цьому регіоні виділяють три основні територіальні групи говірок: а) ліванський (центрально-сирійський) діалект; б) північно-сирійський діалект; в) йордансько-палестинський діалект міського типу (Versteegh, 1997, с. 153).

Ареальна діалектологія як галузь арабістики є відносно новим і мало розробленим напрямом, який знайшов втілення виключно в дослідженнях західних вчених. Першою картографічною працею в галузі арабістики став атлас діалектів Сирії й Палестини Г. Бергштрессера (1915 р.). Єдиною на сьогодні ґрунтовною працею, в якій представлено детальну класифікацію арабських розмовних ідіомів Сирії, є діалектний атлас, укладений німецьким дослідником П. Беншtedтом (Behnstedt, 1997). Вчений виділяє на території Сирії дві великі категорії діалектів – бедуїнські (поширені по всій країні) та осілі (переважно у західних регіонах); останні є типологічно близькими до решти міських діалектів Леванту (Behnstedt, 2009, с. 403–404). Класифікація за територіальним принципом включає: а) північно-сирійський діалект; б) прибережний діалект; в) діалект центральної частини країни; г) діалекти Сирійської пустелі; д) діалекти плато Каламун; е) дамаське койне; ж) південно-сирійський діалект; з) месопотамські діалекти східних районів країни (Behnstedt, 2009, с. 404–407).

Ситуація диглосії в Сирії характеризується співіснуванням “рівноправних” територіальних розмовних ідіомів. Столичне (дамаське) койне не відіграє такої значущої ролі в системі діалектів Сирії як, наприклад, каїрське койне в Єгипті, не домінує у ЗМІ і досі не виступає загальнонародним розмовним варіантом. Наразі у Сирії спостерігається доволі високий ступінь лояльності мовців до рідного діалекту, і перемикання між розмовними ідіомами є рідкісним явищем.

З іншого боку, у країні формуються кілька головних регіональних койне (Дамаска, Алеппо, Хами та ін.), в яких поступово нівелюються вузьколокальні діалектні риси. Тому наразі словосполучення “сирійський діалект” (Syrian Arabic), яке використовується у деяких працях (передусім науково-популярного та навчального характеру), є досить умовним і може позначати: а) сукупність територіальних розмовних ідіомів Сирії; б) дамаське койне (в цьому значенні воно, як правило, фігурує у навчальних посібниках).

Прибережні діалекти Сирії типологічно близькі до ліванського (центрально-сирійського) діалекту. У фонетичній системі їм властиві риси, спільні для міських діалектів Леванту, як-от реалізація міжзубних приголосних \underline{s} і \underline{z} через зубні t і d відповідно (зокрема у лексемах з побутової сфери). Дистинктивною фонетичною ознакою є протяжна інтонація у певних синтаксичних структурах. У прибережній зоні виділяється передусім діалект Латакії – найбільшого приморського міста країни; також слід виділити діалект другого за значенням прибережного міста Тартус. За нашими спостереженнями, між ними існують певні фонетичні відмінності, однак ідентифікувати говірку конкретного прибережного міста можуть лише вихідці з цього регіону, тоді як носії інших територіальних діалектів Сирії відрізняють лише належність даної говірки до діалектів прибережної зони загалом.

У латакійському діалекті можна виділити два типи – власне міський діалект та навколишні сільські говірки; останні мають високий ступінь варіативності. Однією з характерних фонетичних ознак латакійського діалекту міського типу є випадіння кінцевого кореневого приголосного у паузальних формах, наприклад: $wāḥ$ ‘один’ замість $wāḥid$; $rū$ ‘йди!’ замість $rūḥ$. Дистинктивною морфологічною рисою латакійського діалекту є використання специфічної форми стягненого займенника 3 особи однини ч. р. $-hne$ з конкретними словоформами: $\check{s} < ftahne$ ‘ти його бачив’ (Klimiuk, 2016, с. 347).

До лексичної системи латакійського діалекту входять: загальносемітська лексика, арабська лексика, загальноарабські діалектизми, загальносирійські діалектизми, латакійські діалектизми, запозичення зі східних та європейських мов, а також лексичний шар, який являє собою арамейський субстрат. До власне латакійських діалектизмів слід віднести такі лексеми, як: $‘auyin$ ‘дивись!’, $zmayte$ ‘ранковий холод’, $farkaš$ ‘зробити невдало’. Виявлення лексичної специфіки латакійського діалекту в системі розмовних ідіомів Сирії становить перспективу нашого подальшого дослідження.

ЛІТЕРАТУРА

- Рибалкін, В.С. (1991). А.Ю. Кримський як арабіст-діалектолог. *Мовознавство*, 2, 68–74.
- Behnstedt, P. (1997). *Sprachatlas von Syrien. Kartenband, Beiheft*. Wiesbaden: Otto Harrassowitz.
- Behnstedt, P. (2009). Syria. *Encyclopedia of Arabic Language and Linguistics*, 4, 402–409.

- Klimiuk, M. (2016). Third Person Masculine Singular Pronominal Suffix *-hne (-hni)* in Syrian Arabic Dialects and its Hypothetical Origins. *Arabic Varieties: Far and Wide*. Bucharest: Editura Universitǎții din București, 345–349.
- Versteegh, K. (1997). *The Arabic Language*. New York: Columbia University Press.

ПРОБЛЕМА ПЕРЕДАЧІ ІРОНІЇ В ПРОЦЕСІ ХУДОЖНЬОГО ПЕРЕКЛАДУ

Євтушевська Ю.Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Останнім часом в перекладознавстві усе більше уваги приділяється вивченню лінгвокультурних проблем перекладу (Алексеева, 2004, с. 288; Виноградов, 1980; Коптілов, 2002, с. 280). Відтворення культурно-специфічних понять часто виявляється для перекладача складнішим, ніж відтворення синтаксичних чи стилістичних мовних особливостей оригіналу. До таких проблем перекладу належать непрямі висловлювання, чий прихований зміст без труднощів можна розпізнати в контексті вихідної культури, однак часто складно донести до цільової аудиторії. Одним із різновидів такого прихованого змісту є іронія.

Цікавою є спроба аналізу проблем відтворення іронії в рамках художнього перекладу. У науковому середовищі досі існують розбіжності з приводу визначення специфіки художнього перекладу, проте перспективним у цьому відношенні є визначення В.Н. Комісарова (2002), який розуміє під художнім перекладом вид перекладацької діяльності, основна мета якого полягає в породженні у вихідній мові мовного твору, здатного створювати художньо-естетичний вплив мовою перекладу.

Відомо, що головним завданням художнього перекладу є не стільки передача інформації, що міститься в тексті, скільки адекватна передача художнього образу, для створення якого автори часто використовують іронічні звороти та словосполучення. Слід зазначити, що феномен іронії в художньому перекладі досі залишається недостатньо вивченим, у зв'язку з чим виникає потреба у визначенні способів та засобів передачі іронії, що мають місце при її відтворенні в цільовій мові.

З точки зору стилістики, іронія - це фігура, яка виражає насмішку і одночасно несе в собі критику, осуд під маскою прийняття і схвалення, і ,навіпаки, видає смішне під маскою серйозності. Мовознавці визначають іронію як вживання слів або цілого відрізка тексту в сенсі, протилежному буквальному.

Специфіка використання автором іронії у художньому творі створює певні труднощі, з якими стикається перекладач. По-перше, іронія може виражатися в таких мовних одиницях, які самі по собі являють труднощі для перекладу. По-друге, іронія не є універсальною категорією, і не завжди є можливість перенести іронію з однієї культури в іншу, так щоб вона була адекватно сприйнята представниками іншої культури. Крім того способи вираження цього феномена і механізми його створення в різних культурах найчастіше

відрізняються. Вони можуть бути різними за формою, змістом і функціями мовних традицій, і тому не завжди можуть бути відтворені засобами іншої мови. По-третє, іронія може залишитися непоміченою перекладачем. Як правило, це пов'язано з тим, що перекладач не володіє необхідними фоновими знаннями та ерудицією, для того щоб вловити і реконструювати сенс, закладений автором. Упущення перекладачем іронії, яка містить культурно-специфічну інформацію, спричиняє утворення в мові перекладу функціонально-семантичної лакуни.

Традиційно, основними способами передачі іронії у художньому перекладі залишаються наступні (Казакова, 2000):

- ✓ повний переклад з незначними лексичними і граматичними перетвореннями;
- ✓ розширення вихідного іронічного обороту;
- ✓ антонімічний переклад;
- ✓ додавання смислових компонентів;
- ✓ культурно-ситуативна заміна;

Таким чином, можна зробити висновок, що для ідентифікації іронії в художньому тексті, перекладачеві необхідно добре знати не тільки мову, але й традиції і особливості цільової культури. До того ж, не менш складним є завдання відтворення іронії засобами іншої мови таким чином, щоб реципієнт зміг відчути іронічний зміст і зрозуміти інтенцію автора. Найчастіше через іронію автор висловлює своє ставлення до дійсності; вона відображає його світосприйняття і світоглядну позицію, тому передача іронії є важливим завданням художнього перекладу.

ЛІТЕРАТУРА

- Алексеева, И. С. (2004). *Введение в переводоведение*. (с. 288). – Санкт-Петербург.
- Виноградов, В.В. (1980). *О языке художественной прозы: Избр. Труды*. – Москва.
- Казакова, Г.А. (2000). *Практические основы перевода*. – Санкт-Петербург.
- Комиссаров, В.Н. (2002). *Современное переводоведение. Учебное пособие*. – Москва.
- Коптілов, В. В. (2003). *Теорія і практика перекладу*. (с. 280). – Київ.

НАЗВИ ПОСУДУ ТА ХАТНЬОГО НАЧИННЯ У ГОВІРЦІ СЕЛА ПAVЛІВКА БІЛОКУРАКИНСЬКОГО РАЙОНУ ЛУГАНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Єресковська К.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Метою дослідження стали особливості місцевої говірки мешканців села Павлівка Білокуракинського району Луганської області, порівняння назв предметів хатнього начиння з українськими літературними назвами.

Як зазначив П.Т.Поротников, у зв'язку з нинішнім спекулюванням мовним питанням найбільш актуальними є регіональні дослідження української мови, особливо ті, що хоч і приваблюють лінгвістів своїми перспективами збагачення літературної мови за рахунок діалектної лексики, але детально не розроблені, не узагальнені.

Як відомо, існують такі групи говірок: 1) слобожансько-стєпова; 2) галицько-подільська; 3) поліська. Найважливішою, за М.Сумцовим, є слобожансько-стєпова говірка, до якої належить говірка нашого села і яка має у складі київсько-полтавську говірку, що лягла в основу нової української літературної мови. Говірки південної Київщини, Полтавщини і Слобожанщини настільки близькі, що, перетворені під пером класиків літератури на мистецькі зразки, сприймаються представниками інших наріч як єдиний діалектний тип. Варто зазначити, що одним із важливих чинників у створенні характерних рис говірки був склад перших поселенців. Адже до цього дикі степи не мали своїх корінних жителів. Якщо звернути увагу на склад колоністів-українців, то неможливо не помітити його різноманіття. На Слобожанщині оселились представники з усіх частин України – від Галичини до Полтавщини, від Холмщини до Поділля і навіть із Карпат. Але й у межах самої Слобожанщини населення іноді мігрувало з місця на місце. Одним із таких поселень є село Павлівка.

Село Павлівка (село Павлівка, місцева назва – село Павлювка) розташоване за п'ятнадцять кілометрів на північний захід від районного центру м. Білокуракине. Тривалий час село мало назву Слобода Тарабанівка, що виникло в першій половині XVII ст. як козацьке “черкаське” поселення. Національний склад села практично однорідний – українці, але деякі родини мають польське коріння, однак вони повністю асимілювались із українським населенням. Тому діалектні слова польського походження більш характерні для окремих сімей, а згодом можуть взагалі зникнути.

Під час проведення дослідження мною було опитано дванадцять осіб, що становить 6% від усього населення села Павлівка:

Козленко Іван Іванович, 1942 р.н.; Козленко Надія Давидівна, 1947 р.н.; Ковальчук Меланія Тимофіївна, 1939 р.н.; Єресковський Василь Іванович, 1944 р.н.; Вяла Світлана Василівна, 1956 р.н.; Скиданенко Віталій Миколайович, 1974 р.н.; Єремєєва Ірина Іванівна, 1974 р.н.; Кошеленко Володимир Іванович, 1967 р.н.; Кондратенко Ольга Іванівна, 1968 р.н.; Малик Марія Іванівна, 1954 р.н.; Кондратенко Сергій Володимирович, 1987 р.н.; Косенко Аліна Вікторівна, 1990 р.н.

Під час дослідження виявлено такі протиставні діалектні відмінності:

власне лексичні (словникові): *бордюг* – шлунок тварини (свинини); *завіска* – фартух; *приступки* – сходи; *чувал* – мішок; *верх* – труба для виходу диму, димар; *вужевка* – рід мотузки з лози; *цеберка* – відро (металеве); *трушляк* – друшляк; *сковорда*, *пательня* – сковорідка; *шворишок* – металевий кіл для запинання свійської худоби; *полумисок* – миска; *полоник* – ополоник; *череп'яний посуд* – глиняний посуд; *кошіль* – велика кругла посудина, зроблена з лози; *черпак* – ковшик; *баняк* – чавун;

лексико-семантичні: *барахло* – одяг взагалі і ганчірки, *завіска* – фартух і фіранка, *кружки* – чашки і дощечки для квасіння, *стулка* – стілець і половинки вікна;

лексико-словотвірні: *сковорода* – *сковорда* (втрата літери *о*);

фонетичні:

1. відсутність в окремих словоформах чергування задньоязикових приголосних [г], [к], [х] із шиплячими і свистячими приголосними: *на порогі, у коробку, у фартуху*;

2. пом'якшена вимова [ч']: [ч'а]йник, [ч'а]рка, [ч'у]вал;

3. спостерігається втрата початкових етимологічних приголосних: *ополоник* – *полоник*;

4. зміна звуків [г]>[г], [ф]>[хв], [д]>[т]: *фартух* – *хвартух*, *гніт* – *гніт*, *друшляк* – *трушляк*;

5. в окремих словах заміна [т'] на [к']: [к'і]сто.

6. заміна префікса *с-* на *за-*: *стулка* – *затулка*.

Отже, можна зробити висновок, що говірка села Павлівка за своєю природою – унікальна, але помічаємо тенденцію поступового зникнення діалектних слів із двох причин. По-перше, зникають слова разом із предметами ужитку (*завіска, затулки, баняк* тощо); по-друге, молодь цурається “нецікавих” та незрозумілих слів своїх предків, замінюючи такі слова суржилом. Але старше покоління використовує діалектизми.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ФОРМУЛ МОВНОГО ЕТИКЕТУ СУЧАСНОЇ КИТАЙСЬКОЇ МОВИ В ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ

Жуковська Н.Д.

Київський національний лінгвістичний університет

Публіцистичний стиль, який використовується в суспільно-політичній сфері діяльності, є мовою газет, суспільно-політичних журналів, пропагандистських радіо-телепередач, коментарів до документальних фільмів, мова виступів на зборах, мітингах, урочистостях тощо.

Основні засоби публіцистичного стилю розраховані не тільки на повідомлення, інформацію, логічний доказ, але і емоційний вплив на слухача (аудиторію).

При цьому зауважимо, що цей жанр також потрібно розглядати і в аспекті мовного етикету, який повинен дотримуватися в ньому.

Мовний етикет – це мікросистема національно специфічних вербальних одиниць, прийнятих і прописаних суспільством для встановлення контакту співбесідників, підтримання спілкування у бажаній тональності, відповідно до правил мовної поведінки.

Аспект етикету в публіцистичному стилі повинен проявлятися не тільки через синтаксис, але також за допомогою стереотипних формул (мовних кліше). Мовні формули – це стандартні (стійкі) мовні звороти, що використовуються в незмінному вигляді. У діловому мовленні такі стійкі словосполучення

називаються "канцеляризмами". Автор задля створення правильного враження на свою аудиторію повинен чітко розуміти до якої категорії він звертається, які мовні кліше, формули він повинен використовувати (Абрамова, 2002).

У письмовій публіцистиці мова автора буде наближатися до наукового або офіційно-ділового стилю. Це позначиться на характері обраних для викладу лінгвістичних засобів. Частіше за все, при перекладі мовних формул перекладач використовує еквівалент, описовий тип перекладу, або також може мати місце такий тип перекладацьких трансформацій, як транскрипція.

Якщо говорити про письмовий стиль, то стиль офіційного листування може змінитися в залежності від мови та традицій різних країн, проте він підпорядковується деяким загальними правилами, що визначаються міжнародною практикою.

У кожній мові для різних формул вітання є готові відповідності. Наприклад, в українській мові вживаються такі кліше, як : "Вельмишановний пане!" .., "Шановна пані!" .., а в китайській мові використовують такі фрази, як : "尊敬的先生 ..", "尊敬的小姐 ...".

Для тих же цілей слугують формули ввічливості, що включаються в основний текст листа, а також формули прощання. Задля гарного враження на реципієнта у завершенні листа у китайській мові дуже часто використовують словосполучення "辛苦了". Перекладаючи цей вираз українською мовою, ми не можемо віднайти доцільного еквіваленту, тут краще застосувати описовий тип перекладу, тоді як цей вираз є однією з найважливіших формул китайського мовного етикету. Коли автор використовує цей вираз, він зазначає, що дуже поважає зусилля, які були докладені реципієнтом (Корець, 2010).

В усній та письмовій публіцистиці, зазвичай, використовуються імена, статуси людини, посади тощо. Що стосується імен, то при перекладі китайські імена транскрибуються. Наприклад, "张杨" українською мовою пишеться і читається, так само як і чується в китайській мові: Чжан Ян.

При перекладі українських імен і прізвищ китайською мовою теж прийнято використовувати транскрибування: Микола –你过来.

За традицією у китайців спочатку йде прізвище, а потім – ім'я, яке може складатися як з одного, так і з двох складів. Після прізвища використовується спеціальні звернення: 先生 – пан, 太太 – пані, тощо.

Дуже часто китайців представляють, підписують їх ім'я, використовуючи їх чин і посаду. Наприклад: 王老师 – вчитель Ван.

Зазвичай китайці представляють своїх гостей, називаючи їх повну посаду і назву компанії. Наприклад : "中国国家习近平" – голова Китаю Сі Цінпін". Якщо потрібно вжити "президент" то зазвичай використовують "总统"(Готліб, 2006).

У назві компанії дуже часто також вживають транскрибування або калькування, іноді можуть лишити англійську назву, наприклад: 波士顿咨询 – Boston Consulting Group, 阿里巴巴集团 – Alibaba Group, BABA.

Звертаючи увагу на синтаксис публіцистичного стилю, мовний етикет також може виражатись за допомогою таких засобів, як *expansion* (розширення, розгортання змісту повідомлення) та *compression* (компресія змісту повідомлення).

Перспектива подальшого вивчення мовних формул етикету полягає у вивченні семантики мовних одиниць, а також їх дослідженні у площині теорії комунікації, вивчення не лише мови, а й мовної поведінки людини, мовної особистості та проблем її формування.

ЛІТЕРАТУРА:

Абрамова, Т. (2002). Мовний етикет як предмет лінгвістичного вивчення.

Теоретична та прикладна лінгвістика, 3, 148-159.

Готліб, О. (2006). *Комерційне письмо: китайсько-російські кореспонденції* (2-е видання). Москва, АСТ: Схід-Захід.

Корець, Г. (2010). *Китайська: ділова кореспонденція*. Москва: Живая речь.

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНЕ ПОЛЕ «ЖІНКА» ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ВІДТВОРЕННЯ У ПЕРЕКЛАДІ

Завада О.Ю., Вялікова О.О.

Київський національний лінгвістичний університет

У спробах дослідити та систематизувати багатий лексичний склад мови науковці сформулювали ідею та принципи лексико-семантичного поля (ЛСП). Варто зауважити, що вперше до семантичного аналізу мови вдалися наприкінці ХІХ – початку ХХ століть. Сьогодні у мовознавстві поняття ЛСП набуло широкого розповсюдження. Його вивченню присвячено чималу кількість досліджень, зокрема О.О. Потебні, Ю.М. Караулова, М.М. Покровського, О.С. Ахманової, Й. Тріра, В. Порціга, В.В. Левицького, В.М. Манакіна, Ж.П. Соколовської, метою яких є відображення лексики як системи (Бондаренко, 2011).

ЛСП «жінка» є одним із найчисельніших за кількістю номінацій в англійській та українській мовах та літературах. Загальне значення «особа жіночої статі» в англійській мові реалізується через такі лексеми: *woman*, *lady*, *female*, в той час як в українській мові серед найпоширеніших його реалізаторів вважають слова *жінка*, *матір* та *дівчина* (Дядченко, 2005). Архісекою, що пов'язує вищезазначені іменники в одну семантичну групу, є «female person» (Джасежева, 2006).

Назви особи жіночої статі формують складні системи, що поєднують як ідентифікуючі (вік, стать), так і оціночно-кваліфікативні найменування (внутрішні якості та поведінка, зовнішність) (Джасежева, 2006). Диференційні ознаки або семи надають лексичним одиницям індивідуальності та диференціюють їх, попри те, що можуть повторюватися в низці слів у різних комбінаціях. Поряд з категорійною семою, яка виявляє значення «особа плюс

належність до жіночої статі», диференційна відображає сферу вираження особи жіночої статі, приміром, біолого-фізіологічні й антропологічні якості, такі як вік, вага, зовнішність; або психічна діяльність та емотивні оцінки, тобто характеристика за когнітивними здібностями (Бондаренко, 2011).

У лексико-семантичній парадигмі образу жінки відзначаємо такі вторинні номінації:

- власні назви (e.g. Sedna, Vasalisa; Марія, Роксоляна, Катерина);
- найменування осіб за родом діяльності та професією (e.g. nun, witch, teacher; черниця, пастушка, блудниця, жебрачка);
- назви міфологічних істот (e.g. Amazon, Skeleton Woman, Mother Nyx, Baba Yaga; мавка, русалка, фея);
- лексемина позначення національної приналежності чи місця проживання (e.g. мулатка, парижанка);
- словесні маркери соціального статусу (e.g. slave, queen; княгиня, принцеса, панна);
- номінації, що вказують на родинні стосунки (e.g. mother, orphan, wife, stepsister, widow; матір, дружина, наречена, сестра, коханка);
- назви тварин (e.g. she-wolf; вовчиця) (Дядченко, 2005).

Що стосується семасіологічної структури поля, можна визначити такі його складові частини:

1. Ядро поля, представлене родовою семою-компонентом, довкола якої розгортається поле. Для ядра властиві нейтральність, безознаковість та широкий спектр вживання;
2. Центр поля, що охоплює одиниці, які мають інтегральне значення, спільне з ядром і між собою;
3. Периферія поля, що включає елементи, семантично найвіддаленіші від ядра, які деталізують та конкретизують основне значення поля. Периферійним словам притаманна найменша частотність. Нерідко вони знаходяться у контакті з іншими семантичними полями, таким чином забезпечуючи єдність лексичної системи мови (Ключка, 2012).

На практиці у процесі перекладу дуже складно досягнути повної еквівалентності ЛСП, що передбачає абсолютний збіг денотативних та конотативних аспектів значення елементів поля. З огляду на це, жоден переклад не може бути цілковитим аналогом оригіналу. Тож, ключовим завданням перекладача є створення ЛСП, максимально наближеного до оригіналу з погляду семантики, структури та потенційного впливу на користувача цього перекладу. За визначенням І.Ф. Лощенової, «перетворення, за допомогою яких здійснюється перехід від одиниць мови оригіналу до одиниць мови перекладу, називаються перекладацькими трансформаціями» (Лощенова, 2014, с. 102).

Будучи одним з найбільш актуалізованих в англійській та українській мовах та репрезентуючи мовну картину світу, ЛСП з домінантою «жінка» викликає неабиякий інтерес у наукових колах, адже є моделлю реального світу та культурних особливостей різних країн.

ЛІТЕРАТУРА

- Бондаренко, К. Л. (2011). Зіставна лексикологія (гендерний та соціолінгвістичний аспекти): навч. посіб. для студ. ф-тів інозем. мов. Вінниця: Нова Книга.
- Дзасежева, Л. Х. (2006). Лексико-семантическое поле «женщина» в разных культурных сообществах (на материале английского, русского и кабардино-черкесского языков). (Автореф. дис. канд. филол. наук). Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х. М. Бербекова, Нальчик.
- Дядченко, Г. (2005). Лексико-семантичне поле «жінка» в українській поетичній мові кінця ХХ – початку ХХІ століття. Взято з <http://kulturamovy.univ.kiev.ua/КМ/pdfs/Magazine65-3.pdf>
- Ключка, Н. Я. (2012). Лексико-семантичне поле як системно-структурне утворення. Наукові записки. Серія «Філологічна», 24, 129-131.
- Лощенкова, І. Ф. (2014). Перекладацькі трансформації як ефективний засіб досягнення адекватності перекладу. Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя. Філологічні науки, 3, 102-105.

АКТУАЛЬНА МЕТАФІЗИКА

В.В. Заїка

Київський національний лінгвістичний університет

Метафізика – це абсолютно ізольоване спекулятивне пізнання розумом, яка повністю возвеличується над знанням із досвіду, а саме пізнання шляхом лише одних понять (але без застосування їх до споглядання, як у математиці), і в якій розум, виходить, повинен бути лише своїм власним учнем.

(Кант, 2, с. 131)

Метафізика – це та філософська течія, довкола якої на часі виникає багато суперечок та амбівалентних тлумачень. Багато непорозумінь викликає, наприклад, запитання, чи є метафізика наукою? Класики, як правило, уважали метафізику фундаментальною частиною філософії (Аристотель), та й знаменитий декартівський образ філософії варто пригадати: якщо “уподібнити філософію дереву, то її коріння – це метафізика, стовбур – фізика, а гілки – всі інші науки” (Столярова, 2017, с. 114).

Перші спроби розкрити, що таке метафізика, розібратися в її основних проблемах були зроблені ще в давні часи. Жага зрозуміти, як влаштований світ, супроводжує людство мало не з самого початку його існування. Аристотель у своїх працях називає метафізику “мудрістю *par excellence*”, а філософа “людиною, яка намагається пізнати першопричину та природу реальності заради самого знання” (Аристотель, 1991, с. 67). Знання для Аристотеля грають найважливішу роль. Він поділяє людей на дві категорії:

“ті, що мають досвід” і “ті, що володіють мистецтвом” (с. 68). Річ у тому, що люди, чия праця базується лише на досвіді (наприклад, ремісники) знають “що, але не знають чому”. Так, вони “машинно” виконують певну роботу, але виконують її, самі того не усвідомлюючи. У свою чергу, люди, які володіють “мудрим” мистецтвом, мають чіткі знання та знають причини. Вони можуть навчити іншу людину, передати їй свої знання, а головне – відповісти на питання “Чому?”.

Знаменитий Іммануїл Кант (Кант, 2000) на питання про можливість визначення метафізики відповів: “Що стосується одностайності в поглядах прихильників метафізики, то вона ще настільки далека від цього поняття, що нагадує арену, призначену для тренувань у боротьбі, арену, на якій ще ні один із бійців не зміг завоювати собі місця і забезпечити собі своєю перемогою надійний притулок” (с. 134). У своїй революційній для епістемології праці “Критика чистого розуму” Кант зазначає: що розум у метафізиці “знаходиться у стані постійного застою” (с. 98), і це дійсно так. Адже, роздумуючи над певною метафізичною проблемою, філософ завжди повертається назад, тому що обраний шлях часто виявляється хибним, потрібно починати усе спочатку, знаходити нові способи.

То які ж існують метафізичні проблеми? Насправді, їх дуже багато:

- “Що об'єднує усі речі в єдиний Всесвіт?”,
- “Що є Бог або боги?”,
- “Як пов'язані між собою дух та тіло?”,
- “Чи можна вважати простір та час деякими реальностями, а якщо ні, то що ж вони таке?”,
- “Світ має закінчення чи він нескінченний?” тощо.

Особливе місце належить питанням часово-просторового континууму. Приміром, для Канта час – це лише форма споглядання. Взагалі, час є безкінечним, але частини часу, що лежать у цій безкінечності, обмежені. “Безкінечність часу означає тільки те, що будь-яка часова величина можлива лише шляхом обмеження одного, що лежить в основі часу. Тому первісне уявлення про час повинно зазначатися як необмежене” (Кант, 2000, с. 200). Явища ж можуть існувати тільки у часі, до того ж, самі явища можуть зникнути, а час не зникне ніколи.

Реальність як факт (за І. Кантом) відповідає нашим відчуттям, тобто тільки вказує на буття (у часі). На противагу цьому, заперечення реальності означає небуття (у часі). “Будь-яке відчуття має ступінь та величину, завдяки якій воно може наповнювати один і той самий час, тобто внутрішнє почуття відносно одного і того самого уявлення про предмет, більшою чи меншою мірою аж до перетворення в ніщо” (Кант, 2000, с. 110).

У наш час метафізичні запитання справді популярні. Коли ми говоримо, що повернення метафізики – це факт (Столярова, 2017, с. 113), ми потрапляємо у мисленнєвий простір сучасності, що відкривається нам завдяки інтелектуальним нарративам історії. Спираючись лише на історичний підхід, можна запитати: “Як можлива метафізика сьогодні?”. На нашу думку, лише

зіставляючи минуле та теперішнє, ми можемо дійти певних висновків про метафізику та її майбутній поступ у філософії.

Отже, метафізика – цікава тема, яка приваблює філософів ще з давніх часів. Багато філософів намагаються знайти вирішення метафізичних проблем, але часто замість вирішення заходять у глухий кут, і змушені виконувати всі свої міркування спочатку. Метафізика – це, перед усім, пошук знань про те, як побудований світ, пошук причин, сутності та сенсу всього буття. Тож має актуальність і у сучасній філософії.

ЛІТЕРАТУРА

- Аристотель. (1991). *Метафізика. Мир філософії: Книга для читання* (Т. 1, с. 67-69). Москва: Наука.
- Кант, І. (2000). *Критика чистого розуму*. В.І. Бурковський (Пер.). Київ: Юніверс.
- Столярова, О.Е. (2017). Возвращение метафизики как факт. *Вопросы философии*, 8, 113-124.

ОСОБЛИВОСТІ МОРФОЛОГІЧНОЇ БУДОВИ АЛЖИРСЬКОГО ДІАЛЕКТУ АРАБСЬКОЇ МОВИ

Зімовченко К.С.

Київський національний лінгвістичний університет

Діалект (грец. Διάλεκτος – ‘наріччя’ від грец. Διαλέγομαι ‘говорити, висловлюватися’) – різновид мови, який вживається як засіб спілкування між людьми, пов'язаними між собою певною територією. Діалектологія (від грец. Διάλεκτος – ‘наріччя’ + Λόγος ‘слово, вчення’) – розділ мовознавства, що вивчає діалекти тієї чи іншої мови в їхньому синхронному стані і історичному розвитку (Cohen, 1963, с. 22).

Арабський географ X ст. ал-Мукаддасі вважав, що магрибську мову нелегко зрозуміти і що вона відрізняється від арабських діалектів Аравії, Іраку, Єгипту та Сирії. Багдадський філолог того ж часу Абу Алі ал-Калі, подорожуючи Північною Африкою, прямуючи до Іспанії, зазначав, що “чим далі він віддаляється від Сходу, тим гірше мусульмани говорять арабською” і турбувався, чи не доведеться йому взяти перекладача, коли він прибуде до місця призначення (Cohen, 1963, с. 41).

Магрибські діалекти арабської мови самі носії називають *الدارجة dāriġa* (“народна мова”).

Розглянемо основні типові особливості морфологічної будови алжирського діалекту на прикладі форм дієслів минулого, теперішнього та майбутнього часів. Як відомо, дієслово в семітських мовах являє собою основний каркас всієї морфологічної системи. Найпростіше розпізнати корінь дієслова в діалектах в його наказовій формі, наприклад *ktab* – ‘пиши!’, *gib* – ‘принеси!’, *šuf* – дивись! (Heath, 1987, с. 144).

Форма минулого часу:

ruħt – ‘я йшов’; *ktebt* – ‘я написав’; *klit* ‘я з’їв’; *tzwaġt* ‘я одружився’.

Дієслівним формам минулого часу в діалектному мовленні, на відміну від їхніх аналогів у літературній арабській мові, притаманна редукція голосних, зокрема випадіння коротких голосних у відкритих складах: *tazawwağtu* > *tzwağt* ‘я одружився’.

Дієслова теперішнього часу:

nakul ‘я їм’; *nšrab* ‘я п’ю’; *nl‘ab* ‘я граюся’; *nlbis* ‘я вдягаюся’.

В алжирському діалекті дієслово 1 особи однини в теперішньому часі має префікс *n-* (відповідає префіксу множини 1 особи в літературній мові), а форма множини утворюється від цієї форми за допомогою закінчення множини *-u*: *naklu* ‘ми їмо’; *nektbu* ‘ми пишемо’.

Дієслова майбутнього часу:

raḥ nlbis ‘я вдягнуся’; *raḥ nakul* ‘я з’їм’; *raḥ nšrabu* ‘ми вип’ємо’.

Замість літературної частки سوف (скорочений варіант س) в алжирському діалекті, як і в багатьох інших арабських діалектах, для утворення форми майбутнього часу використовується допоміжне дієслово *raḥ* (букв.: “йти”), яке втрачає своє лексичне значення і функціонує як допоміжна частка.

Отже, порівняння основних дієслівних форм арабської літературної мови з їхніми аналогами в алжирському діалекті вказує на наявність спільної морфологічної основи, а також на фонетичні відмінності і типологічні особливості в системі діалектної дієслівної морфології.

Більшість діалектних дієслів та їхніх літературних аналогів відрізняються фонетично та інтонаційно. Фонетичною особливістю діалектів арабської мови є більш консонантний характер, який особливо виявляється в діалектах Магрибу. Це може бути пов’язане з артикуляційними особливостями мовленнєвого апарату носіїв арабської мови. Як правило, в письмовій формі магрибські діалекти використовуються доволі рідко, до того ж арабська графіка не відображає всього розмаїття фонетичних варіантів, тому матеріалом дослідження може слугувати лише усне мовлення.

ЛІТЕРАТУРА

- Heath, J. (1987). *Ablaut and Ambiguity: Phonology of a Moroccan Arabic Dialect*. 2. Albany: State University of New York Press.
- Cohen, D. (1963). *Le dialecte arabe ḥāssānīya de Mauritanie (parler de la Gəbla)*. Avec la collaboration de Mohammed El Channafi. Paris: Librairie C. Klincksieck.

ВЛИЯНИЕ ГОМИЛЕТИКИ ЗАПАДНОЙ ЦЕРКВИ НА ПРАВОСЛАВИЕ

Иконникова Валерия

Киевский национальный лингвистический университет

Процесс развития проповеди был долгим и постепенным. Начало зарождения жанра восходит к проповеди ветхозаветных пророков и бесед, в которых производилось толкование Священного Писания. Устоявшуюся традицию использовал Иисус Христос, который был первым Проповедником в сотворённой Им Церкви.

В дальнейшем процесс формирования жанра проповеди восходит к апостолам, мужам апостольским (непосредственные ученики апостолов), а от них к тем историческим лицам, которых в Церкви называют святыми отцами. В своей проповеди они использовали не только опыт предшественников, но и риторское наследие античного мира.

После раскола 1054 г. за Западной Церковью закрепилось название Католическая Церковь. В ходе исторического развития это направление сформировало традицию духовной жизни, которая во многом отличается от православной. Однако святые отцы Западной Церкви, писавшие, в основном, на латыни оказали влияние на развитие богословия и духовной христианской жизни Православной Церкви. Их духовное наследие признано православной церковью.

Рассмотрим наиболее известных святых отцов и богословов Западной Церкви, оказавших заметное влияние на православную ветвь христианства. Среди них есть представители старой церкви, которые признаны столпами католичества.

Св. Амвросий, епископ Медиоланский. Проповеди св. Амвросия почти все нравственно-практического характера. Хотя они носят название «слов», но по тону и характеру скорее похожи на пастырские беседы, отличаясь искренностью чувства, краткостью, простотой изложения и построения. Образец таких бесед: «Слово о том, как должно сретать день Рождества Христова».

Блаженный Августин, епископ Иппонский. Проповеди Бл. Августина, числом до 500, преимущественно нравственно-практического характера. По изложению они не отличаются тщательностью обработки, но многие из них обнаруживают живое чувство и воображение в проповеднике. Образцом может служить Слово о явлении Иисуса Христа двум ученикам Еммаусским. Из сочинений блаженного Августина, в разные времена у нас изданных, известны такие: «Исповедь», «О граде Божьем», «О свободе воли», Толкование на первый псалом.

Иероним Стридонский пресвитер, один из великих учителей Западной Церкви, блаженный. Главным его подвигом был сделанный заново перевод на латинский язык книг Священного Писания, известный под именем Вульгаты.

Труды его делятся на четыре главные группы: истолкования на св. Писание, догматические, нравоучительные и исторические. Толкования блаженного Иеронима, хотя и не чуждые ошибок, принадлежат к числу наилучших.

Творения блаженного Иеронима Стридонского изданы в Киеве в типография И. И. Горбунова (Библиотека творений св. отцов и учителей Церкви западных, издаваемая при Киевской Духовной Академии, в 17 томах.)

Григорий I Великий, Двоеслов (ок. 540-604), папа Римский, отец и учитель Церкви, святитель.

Происходил из старинного римского патрицианского рода Анициев, представители которого издавна исповедовали христианство. Будучи в святительском сане, св. Григорий основал 6 монастырей в наследственных

поместьях на Сицилии и превратил свой дом в Риме в монастырь во имя св. ап. Андрея Первозванного. Распродав оставшееся имущество, Григорий Великий раздал деньги бедным и стал вести строгую подвижническую жизнь в Андреевском монастыре простым монахом в посте, молитве, изучении Священного Писания и святоотеческих творений.

Сочинение Григория Великого “Собеседования...” (“Диалоги”) снискало ему почетный титул “собеседника” (лат. *dialogus*; слав. двоеслов). В Православной церкви из литургического наследия святителя Григория Двоеслова осталась литургия Преждеосвященных Даров. Этим чином литургия совершается во время Великого поста.

Фома Аквинский (иначе Фома Аквинат или Томас Аквинат) – философ и теолог, систематизатор ортодоксальной схоластики, учитель церкви, *Doctor Angelicus*, *Doctor Universalis*, “*princeps philosophorum*” (“князь философов”), основатель томизма, член ордена доминиканцев.

С 1879 года признан наиболее авторитетным католическим религиозным философом, который связал христианское вероучение с философией Аристотеля. Сформулировал пять доказательств бытия Бога. Признавая относительную самостоятельность естественного бытия и человеческого разума, утверждал, что природа завершается в благодати, разум – в вере, философское познание и естественная теология, основанная на аналогии сущего, – в сверхъестественном откровении.

Труды Фомы Аквинского включают два обширных трактата, охватывающих широкий спектр тем – “Сумма теологии” и “Сумма против язычников” (“Сумма философии”), дискуссии по теологическим и философским проблемам (“Дискуссионные вопросы” и “Вопросы на различные темы”), подробные комментарии на несколько книг Библии, на 12 трактатов Аристотеля и др.

Джироламо Савонарола – знаменитый итальянский проповедник и общественный реформатор. Он утверждал, что, подобно ветхозаветным пророкам, передаёт лишь веления Божии, угрожал проклятием тому, кто не верит в его пророческое призвание, обличал испорченность нравов флорентийцев, не стеснясь в выборе выражений. Савонарола назначал проповеди в часы, когда были назначены балы или маскарады, и народ стекался к нему. Столкновение с папой Савонаролы закончилось плохо. Он был взят под стражу и казнен. Последнее сочинение написано Савонаролой за несколько часов до смерти на переплёте одной книги, по просьбе тюремщика. Он отмечен глубокой страстью и уверенностью в своих словах, где переплетались его собственные мысли и строки Святого Писания, что приводило к крайностям поведения, поэтому в истории осталось две ипостаси Савонаролы: страстного проповедника и жестокого правителя.

Гомилетика Православной Церкви вобрала в себя всё лучшее, что было в искусстве пастырской проповеди отцов как восточной, так и западной церквей.

ЗВЕРТАННЯ ЯК ФРАГМЕНТ УКРАЇНСЬКОЇ ТА КОРЕЙСЬКОЇ МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ

Іваненко Ж. О.

Київський національний лінгвістичний університет

З давніх-давен члени колективу були соціально стратифіковані. Хтось віддавав накази, хтось – був їх виконавцем. Тож в цей момент становлення ієрархічних відношень у первіснообщинному ладі сформувалась специфіка звертання один до одного: звертання до керівника і підлеглого в колективі, звертання до старшого та молодшого, звертання один до одного членів родини.

Звертання – це етикетний знак, без використання якого неможливе встановлення відношень між продуцентом та реципієнтом. Звертання – це своєрідний “ярлик”. Його функцією є – проілюструвати не тільки номінацію людини, але й її приналежність до соціального статусу в суспільстві чи родині.

Звертання є одним з найбільш яскравих прикладів мовної традиції будь-якого народу, оскільки існує психофізіологічний взаємозв’язок мислення, мови, “духу народу”, його ментальності та культури (Гумбольдт, 1984, стр.47).

Кожна країна має свій мовний етикет. І ця різниця мовних традицій ілюструє специфіку їх національних мовних картин світу. Саме цей аспект хотілося б продемонструвати на прикладі української та корейської мови предметом дослідження обране звертання один до одного членів родини. Ми вважаємо, що на відміну від офіційних звертань, тут можна простежити мовну специфіку народу.

Спільною рисою звертання в українській і корейській мові є його структура: воно може бути непоширеним (виражатися одним словом) і поширеним (виражатися групою слів).

При звертанні дітей до батьків (звертання до батька). Зазвичай, як в українській, так і в корейській мові використовують звертання, що називають конкретну особу чи осіб: *батько, тато* – 아버지 (abeoji), 부친 (buchin); *таточко, татусь* – 아빠 (appa). Можна побачити, що в обох мовах існують як повна так і зменшено-пестлива форма цього слова. Історично склалося, що в українській мові у функції звертання виступає іменник у кличному відмінку. Тому зазвичай кличуть: *таточко, татусю*. При зміні сімейного стану з’являються нові звертання до нових членів родини. Так, наприклад, *свекор* – 시아버지 (siabeoji) (префікс 시- – вказує на приналежність до родичів чоловіка) (Пз, 2000, стр.112) та *тесть* – 장인어른 (jang-in-eoleun) (дослівно перекладається “дорослий, старший чоловік”). Також характерною особливістю корейської мови є гонорифічна система. Для вираження поваги корейці використовують гонорифічні суфікси та закінчення. Тож для вираження ще більшої поваги додається суфікс –님 (Пз, 2000, стр. 36): 아버지님 (abeonim) – “батько”. Так зазвичай звертаються до свекра.

При звертанні батьків до дітей (звертання до дочки) в українській і в корейській мові є багато спільного. По-перше, це звертання до дочки на ім’я, наприклад, *Марія* – 영희 (yeonghui). По-друге, вживання звертання в кличному

відмінку: *Маріє*– 영희야 (yeonghuiya) (де закінчення -야 або -아 виступають кличними суфіксами в корейській мові) (Пз, 2000, стр.24). По-третє, звертання за допомогою групи слів *наша донечко*–우리딸 (ulittal). По-четверте, звертання

свекрухи до невістки:*невістко*–아가 (aga) або 며느리 (myeoneuli). Однією відмінністю є лише те, що в українській мові використовують також зменшено-пестливі слова/словосполучення, які вживаються як звертання, наприклад:*сонечко, ластівко, рибонько, радосте моя, золотце, зіронько моя* тощо.

При звертанні молодших до старших братів і сестер (рідні брати та сестри). Досліджуючи звертання у цьому напрямку, можна чітко простежити відмінність мовних культур цих двох мов. На відміну від української, в корейській мові існують окремі слова для звертання до старшого брата, старшої сестри, молодшого брата, молодшої сестри. Крім того, велике значення має також стать того, хто звертається до старших братів або сестер. Так, наприклад, звертання молодшої сестри до старшої –언니 (eonni), молодшої сестри до старшого брата –오빠 (oppa), молодшого брата до старшої сестри –누나 (nuna), молодшого брата до старшого –형 (hyeong). Для вираження ще більшої поваги

до старших братів та сестер, тут також працює функція додавання гонорифічного суфікса -님: 형님 (hyeongnim). В українській мові відповідні звертання виражаються за допомогою слів / словосполучень *сестро / старший брате*. Також відмінністю є й те, що українці називають своїх старших братів чи сестер на ім'я, або використовуючи займенник 2-ої особи *ти*.

При звертанні онуків до бабусі. Як в українській, так і в корейській мові до бабусі звертаються, використовуючи слово *бабусе*–할머니 (halmeoni). Але в корейській мові суфікси 친- (chin) та 외- (oe) вказують на приналежність особи до певного роду (Пз, 2000, стр.113). Так, 친할머니 (chinhalmehoni) – бабуся по татовій лінії, а 외할머니 (oehalmehoni) – бабуся по маминій лінії. Обидві мови мають і скорочений варіант звертання до бабусі: *бабо* чи *ба*–할매 (halmae).

В українській мові часто використовують також поширені звертання – з додаванням імені бабусі: *бабусюВале*, або рідше, з використанням ім'я по-батькові:*бабусю Марино Іванівно*.

Проаналізувавши декілька прикладів звертання в українській та в корейській мові, можна зробити висновок, що суспільна ієрархія залишила помітний відбиток на звертанні один до одного членів родини в українському та корейському менталітетах. Навіть декілька вище описаних випадків вживання звертання можуть проілюструвати особливості мовної картини світу української і корейської культур.

ЛІТЕРАТУРА

Гумбольдт, В. фон. (1984). Избранные труды по языкознанию. М.: Прогресс. 345 с.

Пз Ян Сон. (2000). Практическая грамматика корейского языка. Сеул: КОИКА. 248 с.

Русско-корейский словарь. Получено <http://rudic.naver.com>.

ОСОБЛИВОСТІ ЛІНГВОКУЛЬТУРНИХ ТА СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ЛАКУ ЯК ЧАСТИНИ БЕЗЕКВІВАЛЕНТНОЇ ЛЕКСИКИ

Іванник В. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Безеквівалентною лексикою називають лексичну одиницю однієї обраної вихідної мови або діалекту, що не мають регулярних (повних або часткових) словникових відповідностей в мові перекладу. Основна проблема полягає в тому, що перекладач стикається з труднощами при передачі референціальних значень, виражених у вихідному тексті, розбіжності значень, властивих одиницям вихідної мови, що передає значення. У цих випадках, коли відповідність тієї чи іншої лексичної одиниці однієї мови в словниковому складі іншої мови повністю відсутня, прийнято говорити про безеквівалентну лексику. Потрібно відзначити, що характерною рисою безеквівалентних слів є їх перекладання на інші мови за допомогою постійної відповідності, їх неспіввідносності з деякими словами іншої мови, але це не означає, що вони зовсім неперекладні.

Переклад є не точною, а досить відносною операцією, що стосується його результатів, адже не завжди можна із впевненістю підібрати точний та конкретний еквівалент до тієї чи іншої лексеми. Іноді неможливо відтворити в межах одного елемента, можливо відтворити складним цілим, тобто шляхом контекстуального перекладу. Таким чином питання постає не в тому, щоб перекласти лексичну одиницю іншої мови, а в тому, яким шляхом це зробити. Тоді, щоб правильно передати безеквівалентну лексику та пов'язані із нею питання, необхідно мати свідчення, щодо дійсності, в якій була створена та функціонує ця лексика.

Якщо порівнювати лексику декількох мов, то можна помітити так звані прогалини, або білі плями в семантичній структурі однієї з досліджуваних мов. Такі виявлення науковою мовою називають лексичними лакунами. Але такі лексичні прояви можуть бути виявленні тільки під час лексичного порівняння або контрастивного дослідження двох мов і ні якими іншими засобами. Лакуни можуть компенсуватися шляхом створення вільних та тимчасових словосполучень, які не входять в постійний універсальний еквівалент, але створюються одноразово для конкретного випадку. Лакуни можна поділити за наступні підрозділи: культурологічні, текстові, лакуни фонових знань, поведінкові, кінетичні, мовні.

У рамках одного з підходів до теорії лакун, розглядається існування лакун з точки зору лінгвістичних та культурологічних універсалій. Деякі феномени культури або мови, володіючи статусом універсальності, можуть при цьому не бути наданими обов'язково у всіх локальних культурах. Іншими словами, для деяких культур такі феномени виявляються лакунізованими. Оскільки в мові все ж таки існує певний принцип, що лежить в основі рахунку, заповнення таких прогалин є досить тривалою справою.

У рамках іншого підходу поняття “лакуна” інтерпретується в термінах інваріанта та варіанта вербальної і невербальної поведінки, притаманної тій чи іншій локальній культурі. Під інваріантом розуміється вся сукупність вербальної і невербальної поведінки homo sapiens, яка, реалізуючись в певному лінгвокультурному варіанті, характеризується деякими відмінностями і збігами в порівнянні з іншим лінгвокультурними варіантами поведінки. Тому лакуна - це поняття, що фіксує національно-культурну специфіку зіставляючи мову і культуру і таким чином лакуни сигналізують про специфіку лінгвокультурної спільності з різних сторін: вони характеризують специфіку реалій, процесів, станів, що суперечать узуальному досвіду носія тієї чи іншої мови, культури.

Проблему існування лакун у текстах можна інтерпретувати з точки зору розбіжності національно-культурних типів реципієнтів тексту. Властивий кожній локальній культурі комплекс знань у поєднанні з психічними особливостями і національним характером носіїв тієї чи іншої культури формує певний тип реципієнта / читача, на який зазвичай орієнтується автор художнього твору. Встановлення лакун у інокультурному тексті, отже, є виявлення того, в чому не збігаються національно-культурні типи реципієнтів, що належать двом різним культурам.

Можна розглядати тип реципієнта / читача як етнопсихолінгвістичний тип, який розуміється як інтелектуально-емоційний тип особистості зі специфічною структурою мовної (і немовної) комунікативної поведінки, обумовленої культурними особливостями того суспільства, до якого дана особистість належить. Все сприйняте реципієнтом як помилкове, незрозуміле, дивне, є специфічним сигналом присутності в тексті мовних феноменів або наявності позамовних корелятивів, співвіднесених з понятійною структурою і психічним типом, неідентичні відповідним характеристикам реципієнта. Випадки такої інтерпретації є сигналом наявності в даному тексті лакун того чи іншого виду безеквівалентної лексики.

Отже, при порівнянні лексики декількох мов, можна помітити так звані прогалини, або білі плями с семантичній структури однієї з досліджуваних мов, подібні виявлення науковою мовою називають лексичними лакунами. Причина утворення лакун полягає в утворенні з причини відсутності відповідного еквіваленту слова розглядаємому слову в іншій мові.

ЛІТЕРАТУРА

- Латышев Л.К. (1981). Курс перевода: эквивалентность перевода и способы ее достижения.
- Иванов А. О. (2006). Безэквивалентная лексика: учеб. пособие. А.О. Иванов (Ред.). Филол. фак. С.-Петербур. гос. ун-та. СПб.
- Гатилова А.К. (1995). К проблеме безэквивалентности в переводе. Мичуринск. Ч. 2.

ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОГО УСНОГО ДІЛОВОГО МОВЛЕННЯ В ЗІСТАВЛЕННІ З ІСПАНСЬКИМ

Іващенко К.О.

Київський національний лінгвістичний університет

Діловий світ неоднаковий як у соціально-політичному, так і в національному плані. Кожен народ має власні культурні традиції, свій національний характер, що віддзеркалюються й в діловому спілкуванні, у якому відбувається обмін діяльністю, інформацією і досвідом, що передбачає вирішення конкретної проблеми чи реалізацію визначеної мети.

Питання ділової мови та ділового етикету досить актуальне в нашій час, адже вміння вести діалог, наукову дискусію, відкрито і гостро полемізувати, слухати і розуміти опонента, аргументовано, переконливо і відверто відстоювати свої позиції, не принижуючи при цьому інших, уміти переконувати – усі ці риси необхідні сучасній діловій людині.

Ділове спілкування реалізується в різних формах: ділова бесіда, ділові переговори, ділові наради, публічні виступи. Одне з головних завдань ділової бесіди – переконати партнера прийняти конкретні пропозиції. Для ділового мовлення також важлива і ділова етика, поведінка ділового партнера.

Мета цього дослідження – зіставити особливості усного ділового мовлення українців та іспанців.

У людини є всього кілька секунд, щоб про неї склали перше уявлення, до того ж 55% уваги українці надають саме мові тіла: як людина стоїть, як тримає руки. За 30 секунд образ формується повністю, далі ставлення до співрозмовника складніше змінити. Тому бізнесменові важливо ретельно продумати свою поведінку і зовнішній вигляд. Його вміння захопити ідеєю буде оцінюватися пізніше.

В Україні, як і в Іспанії ділове знайомство проходить за загальноприйнятими правилами: рукостискання і обмін візитними картками. Якщо в Іспанії вам дають візитну карту, то це є ознакою найбільшої довіри. Звертаючись, іспанці вживають слова *сеньйор* і *синьйора*. До літніх людей і професіоналів необхідно звертатись, додаючи титул, до інших – *дон* або *донья*, додаючи ім'я. Українці на ділових зустрічах здебільшого звертаються до партнера на *ви*; іспанці, особливо представники молодшого покоління, можуть відразу запропонувати звертатися на *ти*.

Українці – пунктуальні люди, тому запізнення на ділову зустріч є рідкісним і небажаним явищем. Жорсткі часові рамки не до душі іспанцям, тому п'ятнадцятихвилинні запізнення на ділові зустрічі для них є нормою.

Ділові переговори іспанці починають із загальних розмов про погоду, спорт, визначні історичні події, місцеві пам'ятки культури, це лестить почуттю національної гордості іспанців. Вони вважають, що переговори повинні проводитися з рівними за своїм статусом особами в діловому світі. Щоб справити належне враження на іспанського партнера, бажано на переговорах виявити себе сміливою, розумною та гідною людиною. Як

показує практика, для українців важливо не тільки познайомитися, але й постаратися відразу ж стати добрими друзями, обговоривши з ними особисті або громадські теми.

Іспанці використовують тривалі розмови, щоб краще пізнати співрозмовника, встановити з ним дружні стосунки, перевести їх на лояльну основу. Намагаючись донести свої ідеї повністю, вони перебирають велику кількість слів, допомагаючи собі пальцями, руками та мімікою, максимально використовують тембр голосу та інтонацію, на відміну від українців. Поглиблення знання іноземної мови сприяє розвитку крос-культурного взаємосприймання ділових партнерів.

В Україні немає чітко визначеного часу проведення ділових зустрічей, переговорів. Вони можуть відбуватися як вранці, удень, так і ввечері. Однак здебільшого вони проходять вранці або ж у першій половині дня. Дуже часто такі події супроводжуються діловими сніданками. В Іспанії ж ділові зустрічі не можна призначити на полудень, оскільки в цей час у них сієста.

Під час спілкування іспанці надають перевагу близькій відстані. Вони завжди прагнуть стати ближче до співрозмовника, демонструючи цим зацікавленість у партнерові та повагу до нього. Відстань між українськими партнерами зазвичай на відстані витягнутої руки.

Якщо іспанця не дослухати до кінця і перебити його, це буде сприйнято як неповага. Звичайно, в інших країнах це теж вважається порушенням етикету, але в Іспанії до цього ставляться особливо педантично. Навіть якщо вас переб'ють, будьте терплячими, це досить цінується іспанцями.

При веденні ділових зустрічей слід дотримуватися такої форми одягу: класичний костюм, біла сорочка та ретельно начищене взуття. Одягатися слід консервативно, уникаючи яскравих кольорів. Взуття – найважливіший елемент, на який звертають увагу іспанці. Також волосся у жінок повинне бути зібраним.

Отже, ділове мовлення та ділова етика – національно специфічні в кожного народу і їх не можна ігнорувати в діловому спілкуванні. Це допоможе запобігти конфліктним ситуаціям. Національний стиль спілкування – це лише типові, найбільш поширені, найбільш вірогідні особливості мислення й поведінки. При першій зустрічі з іноземцем слід знати такі орієнтири. Національною особливістю психології іспанських бізнесменів є дотримання філософії мачеїзму (розподіл ролей між жінкою і чоловіком, коли чоловік багато працює, а жінка створює сприятливі умови для цього). Більшість іспанців вважає чинниками успіху в ділових справах долю та вдачу. Важливим є протекціонізм, приятельські та сімейні зв'язки. Загалом потрібно бути ввічливими, охайно одягнутими і з розумінням ставитися до звичаїв, норм та правил тієї чи іншої країни.

ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ ДІЄСЛІВ РУХУ В ХУДОЖНІХ ПЕРЕКЛАДАХ

Іщук Руслана Олегівна

Київський національний лінгвістичний університет

Дослідження присвячено відтворенню англійських дієслів руху в українських перекладах. У перекладознавстві не так часто ставили об'єктом наукової роботи дієслова руху. Саме тому ми вважаємо, що дана тема надзвичайно актуальна для перекладача, оскільки їхній переклад важливий для передання характеру, емоцій, поведінки персонажів художніх творів. В даній роботі ми досліджували можливості перекладацьких рішень при відтворенні дієслів руху у художньому творі. Щоб досягти даної мети, використовували метод контекстуального аналізу, а також зіставний семантичний та перекладознавчий аналіз.

З традиційної точки зору, дієслова руху – це група дієслів, що позначають фізичне переміщення в просторі живих істот і неживих предметів (як самостійне, так і не самостійне) і характеризуються своєрідною кореляцією, семантичною, морфологічною, взаємною співвіднесеністю, типу *가다* – *걸어가다*, *달다* – *돌아다니다*. Слід зазначити, що стрижнем системного зіставлення дієслів серії *가다* дієсловом серії *걸어가다* є спрямованість руху в просторі. Дієслова типу *가다* позначають пересування в одному напрямі – це однонаправлені дієслова. Дієслова типу *걸어가다* є слабким членом кореляції, оскільки в них немає вказівок на напрям руху, - це ненаправлені дієслова (Бистрова, 1978, с. 44). Однією з особливостей дієслів руху в корейській мові є їх парна лексична співвіднесеність: кожна пара складається з двох членів, близьких за значенням, але не тотожних. Вони є семантично співвідносними, оскільки позначають один і той самий спосіб пересування: *이끌다* – “направляти або показувати шлях; допомагати йти, примушувати йти з собою” і *안내하다* – “вести, направляти рух, показувати комусь шлях; допомагати, примушувати йти з собою” (*Лексические особенности перевода художественных текстов с корейского языка*).

Першим критерієм добору дієслів руху з градуальною семою є наявність в семантиці компонента “процес переміщення”, що виражається словами-ідентифікаторами: *움직이다*, *움기다*, *오다*, *가다*, *여행하다*, *틀고 있다*, *걸어가다*, *달리다*, *달다*, *뛰다* и т.п., тобто одиницями, денотативна співвіднесеність яких з поняттям руху не викликає сумнівів. Другим критерієм добору дієслів руху з градуальною семою стали градуатори, тобто слова, які вказують на ступінь прояву ознаки (*너무*, *그런*, *그렇게*, *빨리*, *날카롭게* *та ін.*) (Авилова, 1976, с. 65).

Підводячи підсумок, необхідно відзначити, що як корейська, так і українська мови мають надзвичайно багаті можливості для вираження різних відтінків ситуації руху і пересування в просторі. Їх класифікація сприяє відтворенню одного з найважливіших фрагментів мовної картини світу, а саме сфери “руху” в корейській і українських мовах, допомагаючи виявити загальні

риси, а також різні способи сприйняття і тлумачення елементів навколишньої дійсності представниками різних культур.

ЛІТЕРАТУРА

Авилова Н.С. (1976). *Вид глагола и семантика глагольного слова* / Отв. ред. С.Г. Бархударов.–М.: Наука,.

Бистрова Л.В. (1978). *Вивчення синтагматичних зв'язків слів за допомогою статистичних методів*. Мовознавство. №4.

Лексические особенности перевода художественных текстов с корейского языка
Взято з: <http://cberleninka.ru/article/n/leksicheskie-osobennosti-perevoda-hudozhestvennyh-tekstov-s-koreyskogo-yazyka-na-primere-proizvedeniy-ho>

СТАРΟΣЛОВ'ЯНІЗМИ У ТВОРЧОСТІ ПОЕТІВ-ШІСТДЕСЯТНИКІВ

Кадученко О.Є.

Київський національний лінгвістичний університет

Старослов'янізми як особлива структурно й семантично окреслена група лексем у складі української мови завжди викликали зацікавлення лінгвістів. Старослов'янські лексеми увійшли до української лексико-семантичної системи у зв'язку із запровадженням християнства в Київській Русі 988 року та поширенням перекладної літератури церковного змісту.

Старослов'янізми виконують різноманітні стилістичні функції в художньому тексті, тому їх активно використовують письменники і поети. Актуальним нині є дослідження функціонування старослов'янізмів у поетичних творах середини ХХ ст. з огляду на те, що ця доба знаменує боротьбу митців, так званих шістдесятників, за національне відродження української мови та культури загалом.

Поети-шістдесятники зверталися до вічних джерел духовності, найпотужнішими з яких були релігія і віра. Це й зумовило широке використання старослов'янізмів у їхньому поетичному мовленні.

До старослов'янської лексики належать лексеми, які ми поділяємо на такі групи: **фонетичні** (слова зі старослов'янськими фонетичними ознаками, що часто мають в українській мові відповідники в східнослов'янському звуковому оформленні), **морфемно-словотвірні** (лексеми з морфемами старослов'янського походження), **семантичні** (слова праслов'янського походження, які в старослов'янській мові набули нових значень і з цими значеннями прийшли в українську мову) та **лексичні** старослов'янізми (слова, запозичені зі старослов'янської мови або за її посередництва).

Найвиразнішими фонетичними ознаками строслов'янських запозичень є такі:

1. Неповноголосні звукосполучення [ра], [ла], [ре], [ле] між приголосними у коренях слів, яким відповідають повноголосні, східнослов'янські за походженням, звукосполучення [оро], [оло], [ере], [еле]: *вражий, древній, прах, храм*. Пор.: ...*Блукаю нею, вражий син, неначе кінь муругий* (В. Симоненко).

2. Початкові сполучення [ра], [ла], які у східнослов'янських мовах мають відповідники [ро], [ло]: *раб, рабиня, рало*. Напр.: ...не будь **рабом** і смійся, як *Рабле!* (Л. Костенко).

3. Сполучення приголосних звуків [жд], якому на місці праслов'янської сполуки *dj в українській мові відповідає [ж]: *ждати, стражденний* та ін. Напр.: ...**стражденного** в нещасті прихистить і зважитись боротися, щоб жити... (В. Стус).

4. Початковий [j] відповідно до староукраїнських [о], [у]: *єдине, єдиний, єретик, єлей, юна, юний, юні* та ін. Напр.: *Що тобі од нашого єлею Юних ювілейних гірколіт?* (І. Драч).

5. Літера щ замість української ч: *пропащі, священник, священний*. Пор.: ...*Я проллюся крапелькою крові На твоє священне знамено* (В. Симоненко).

Серед морфем старослов'янського походження виокремлюють такі:

1. Словотворчі префікси **воз-/вос-**, **пре-**: *возвістити, воздоби, воскреснути, прекрасно*. Напр.: *Весна, і смерть, і світле воскресіння* (Л. Костенко).

2. Іменникові суфікси **-тель-**, **-ств-о**, **-тв-а**, **-ес-**: *учитель; безумство, дитинство, злочинство, мискоборство, торжество, убозтво; молитва, жертва; небеса*. Напр.: ...*Це торжество* надій, промиань і наближень і навертань у своє... (В. Стус).

3. Дієприкметникові суфікси **-ущ-** (**-ющ-**) у прикметниках сучасної української мови: *загребущий, невмируща, цілющий*. Пор.: *Сказала йому гордо: – Я – невмируща мати!* (І. Драч).

4. Складні слова з першим компонентом **благо-**, **бого-**, **добро-**, **зло-**: *благословенна, благословіння, благословляти; боговгодні; доброокий; зловорожий*. Напр.: ...*І мене твоє благословіння* не попустить з-під страшного гніту (В. Симоненко).

5. Слова із наростками **-ій**: *царіє, кровію*. Напр.: *Несуть тобі три царіє* со дари скапарене озлоблення сво (В. Стус).

Семантичні старослов'янізми (слова, які повністю асимілювалися в українській мові та втратили свої первинні ознаки) у творчості поетів-шістдесятників представлені у великій кількості, серед них: *блуд, Бог, вік, вуста, гріх, грішниця, диявол, знамено, істина, лоно, лукавий, отець, святий, смерть, суєта, тьма* та ін. Напр.: *Пробігла в хвіст крізь гвалт і суєту, Чиєсь дитя схопивши на льоту*" (І. Драч).

Лексичні старослов'янізми, насамперед грецького походження, переважно позначають поняття церковно-релігійної сфери або абстрактні назви. До них належать: *ікона, істина, історія, кадильниця, канон, лампада, небо* та ін. Пор.: *Мені відкрилась істина* печальна (Л. Костенко).

Крім цього, у поетичному мовленні можна виокремити словосполучення, які автори вжили в автентичній формі. Зокрема, Ліна Костенко в одному зі своїх віршів використала фразеологічний старослов'янізм во врем'я оно (за давніх часів): – **Во врем'я оно**, о, во врем'я оно! – сказав диявол і чомусь зітхнув (Л. Костенко). Василь Стус у поезії "Сосна із ночі випливала, мов щогла..." вжив відомий вислів із найстарішого церковнослов'янського тексту – Біблії: "Аз воздам": "...а Бог шепоче спрагло: "Аз воздам!" (В. Стус).

Отже, у поезіях шістдесятників функціонують фонетичні, словотвірні, лексичні, семантичні старослов'янізми. Майстерне використання цієї лексики допомогло авторам яскравіше передати ідею своїх творів та привернути увагу читача, адже старослов'янізми, архаїзуючи мовлення, створюють звучання піднесеності та урочистості.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ МЕДИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ НА МАТЕРІАЛІ КОРЕЙСЬКОЇ МОВИ

Каменюк Т. В.

Київський національний лінгвістичний університет

У лінгвістиці, на сучасному етапі, виникає необхідність дослідження способів перекладу медичних текстів у світлі постійного розвитку термінології. Медичні тексти не містять достатньої кількості метафор та інших стилістичних прийомів. Тому переклад специфічної термінології є найважчим в перекладацькому процесі. Важливим фактором є також вивчення структури термінів і їх використання в різних контекстах.

Медичний переклад вимагає виняткових знань медичної термінології. В цій сфері перекладу похибки, відхилення від суті та найменша зміна значень є абсолютно недопустимими. Успішна робота перекладача в сфері медицини залежить не тільки від використання морфологічних, синтаксичних і лексичних засобів мови, але й від володіння значним запасом термінології. Величезну роль в перекладі відіграє правильний та адекватний вибір відповідного терміну в мові перекладу, адже неточність вносить значні зміни до вихідного тексту.

Однією з особливостей медичної термінології є рухливість лексичного складу, її постійний розвиток: одні терміни замінюються іншими, з'являються нові терміни і нові значення. Рухливістю термінології пояснюється не тільки появою неологізмів, але і такі процеси в термінології, як поява багатозначних, синонімічних, антонімічних термінів, витіснення застарілих термінів.

В даний час спеціалізовані словники не завжди встигають фіксувати знову утворюються лексичні одиниці, тому джерелом інформації для перекладача повинна служити спеціалізована література (актуальні публікації, журнали, матеріали конференцій). Крім цього для різних галузей медицини з'являються стійкі еквівалентні позначення українською (корейською) мовою. Як ще одну сторону цієї проблеми можна згадати спеціальні терміни, які використовуються при введенні в дію нових законодавчих актів, що регулюють сферу медицини, або при внесенні змін до вже існуючі постанови та інструкції.

Характерною особливістю європейської медичної термінології, являється запозичення греко-латинських термінів, завдяки чому багато медичних термінів являють собою інтернаціоналізми. В корейській мові інтернаціоналізми обов'язково зберігають лише семантику. Активно використовують епонімічні медичні терміни та інші способи термінологізації (Канделаки, 2007).

Найбільш продуктивною вважається термінологізація на основі метафоризації чи метонімічному переносі назви. Метафоричні переноси

являються найбільш продуктивним джерелом формування термінів, адже для людського мислення найбільш характерним є зведення до спільного та подібного.

Термінологічній системі притаманні всі ті характеристики, якими володіє кожна підсистема, в тому числі і синонімія. Синонімія в термінології – явище небажане, але, ймовірно, неминуче. Наявність синонімів у термінологічній системі робить її громіздкою, не сприяє точності вираження і опису наукових понять, що, в свою чергу, ускладнює комунікацію між вченими різних країн, ставить певні труднощі при перекладі наукових медичних монографій, статей, тез з однієї мови на ін. Явище синонімії має велике практичне і загальне значення для сучасної науки та медичної практики.

Максименко О. І. зазначає, що зараз в корейській мові активно розвиваються пуристичні тенденції (слова японського та китайського походження замінюються на споконвічно корейські), в утворенні термінів в корейській мові і досі значну роль відіграють запозичення з китайської мови (китаїзми). Латина, традиційна для європейської медицини, в корейській мові не використовується взагалі (Максименко, 2015).

Найпоширенішими засобами термінологізації в корейській мові є калькування. Калькування це більша частина корейської термінології. Калькуванням називають запозичення, у вигляді буквального перекладу іноземного слова чи виразу.

Напівкальки – різновид калькування, який своєю звуковою частиною сигналізує про іншомовне походження. Вони створюють ланку між власне кальками та фонетичним запозиченням. Напівкальки можуть бути лише структурними, так як до певної частини іншомовного терміну відноситься певна корейська частина.

Фразеологічне калькування в корейській медичній термінології копіює метафоричне значення в терміні з однієї мови на іншу (Мазур, 2001).

Отже, тенденції розвитку термінології в корейській мові відмінні, від притаманних європейським, адже спираються на ієрогліфічну базу китайської мови. Медична термінологія весь час розвивається, та поповнюється новими термінами та значеннями, а отже її вивчення й дослідження не припинятиметься.

ЛІТЕРАТУРА

Канделаки Т.Л. (2007). Семантика имотивированность эпонимов - терминов.

Москва: Наука.

Мазур Ю.Н. (2001). Грамматика корейского языка (Морфология. Словообразование). Теоретический курс. Москва: Международный центр корееведения МГУ. ИД “Муравей-Гайд”.

Максименко О.И. (2015). Структурно-семантические особенности формирования терминологии. Москва: Московский государственный областной университет.

СТИЛІСТИЧНІ ФУНКЦІЇ ОМОНІМІВ В СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

Каплун О.Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Омонімічність – одна з найяскравіших ознак китайської мови. Класифікація омонімів, визначення їх ролі в функціонуванні мови та в процесі її розвитку, вирішення проблем, яких завдають омоніми при перекладі з китайської мови – всі ці питання неодноразово були розглянуті лінгвістами. Але не зважаючи на значну увагу з боку дослідників, однозначного вирішення дані питання досі не мають. Ми вважаємо, що шлях для вирішення проблеми перекладу омонімів та проблеми їх розуміння при дослідженні чи вивченні китайської мови лежить, в першу чергу, через дослідження стилістичних функцій омонімів в мовленні.

Дослідженням омонімії в китайській мові займалися Сун Чансюй, Чжоу Яовень, С.Б. Янківер, А.А. Торопов, В.И. Горелов та інші. Цьому питанню також присвячена праця А.А. Хаматової (2006) “Омонимия в современном китайском языке”. Думки синологів щодо ролі омонімів в мовленні, їх класифікації та підходу до їх вивчення не збігаються. Так одні лінгвісти вважають значну кількість омонімів явищем патології мови, недоліком, інші розглядають її як процес збагачення та розвитку лексики.

У ході нашого дослідження важливо було вказати основні причини омонімічності китайської мови, до яких ми віднесли її фонетичний склад, тобто обмежену та сталу кількість складів, що ускладнює появу нових слів, односкладовість давньокитайської мови, на базі якої розвивалась сучасна китайська мова, а також власне закономірні чинники, характерні для розвитку будь-якої мови: семантичний розвиток слів, словотворчі процеси, влиття в мову запозичень та входження в повсякденне вживання діалектних слів. Оскільки явище омонімії було властиве китайській мові на найдавніших етапах її розвитку, а отже є нерозривно вплетеним в культуру та звичаї китайського народу, основною метою нашої роботи було дослідження стилістичних та функціональних особливостей омонімів в мовленні.

Ми розглянули омонімію китайської мови як інструмент створення стилістичних ефектів різного виду. Так, комічний ефект, що базується на омонімії, будується на парадоксальному заміщенні слів, що мають однакове звучання, таким чином, що значення нового речення повністю відрізняється. Вартим уваги є також використання омонімії в китайській рекламі. Гра слів – особлива риса текстів китайської реклами. Це художній прийом, що базується на використанні омонімічних чи схожих за звучанням слів, що мають різне значення. Так, інколи для гри слів використовуються слова, що мають однакове чи схоже звучання, але на письмі представлені різними ієрогліфами. Так, тексти реклами дають можливість читачу реконструювати не одну ситуацію, а відразу декілька. У ході наших досліджень, розглядаючи омонімію як не лише мовне, а і культурне явище, нашу увагу привернули також омофони. Більшість

синологів схилиються до думки, що омофонія – поняття ширше, ніж омонімія, і включає в себе всі слова з нетотожними значеннями, що звучать однаково чи майже однаково на всіх лінгвістичних рівнях. Величезна кількість омофонів – специфічна риса китайської мови. Ідеєю омофонії пронизана вся китайська культура. З нею пов'язані численні звичаї та обряди, які прийшли з давніх часів та шануються до сьогодні.

Омонімія в китайській мові – не лише лінгвістичне явище, вона тісно вплетена в культуру китайського народу, становить невід'ємну частину його унікального мистецтва, особливого гумору та національного колориту. Вивчення та глибше розуміння цих функцій омонімів в мові дає змогу ближче підійти до вирішення основних проблем їх розуміння, вивчення та перекладу.

ЛІТЕРАТУРА

- Хаматова, А.А. (2006). *Омонимия в современном китайском языке*. Москва, Российская Федерация: Восток-Запад.
- Горелов, В.И. (1984). *Лексикология китайского языка*. Москва, СССР: Просвещение.
- Ожогина, А.Н. (2013). *Омонимия современного китайского языка как средство создания комического эффекта в анекдотах*. Взято из: <https://nauchforum.ru/studconf/gum/i/183>.
- Думанская, К.С. (2010). Лингвистические и культурные особенности печатной и наружной рекламы в Китае. *Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация*, 8(1), 82-91.

ПОНЯТТЯ ІДІОСТИЛЮ ТА ІДІОЛЕКТУ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ

Карпюк А. Р.

Київський національний лінгвістичний університет

Аналіз індивідуального стилю автора на матеріалі його художніх творів є надзвичайно актуальним питанням у сучасних текстозорієнтованих розвідках, адже письменник збагачує загальну культуру своїми культурно-етнічною приналежністю та життєвим досвідом. Саме ті мовні одиниці, які після ретельного відбору та оцінки потрапляють на папір, становлять предмет особливого інтересу для досліджень інтерпретативного спрямування.

Такі терміни, як “*ідіостиль*” і “*ідіолект*” постають об'єктами дискусій серед текстологів і літературознавців, адже думки щодо розмежування згаданих вище понять ніяк не можуть дійти консенсусу. Достатньо велику увагу приділяли цій проблематиці українські (І. В. Арнольд, О. П. Воробйова, О. М. Мороховський, І. В. Смуцинська) та зарубіжні (В. В. Виноградов, К. А. Долінін, Р. Cahné, Р. Chartier, Y. Reuter) дослідники, щораз указуючи на нові можливості та шляхи витлумачення понять ідіостилю або ідіолекту, зважаючи на домінуючу дослідницьку парадигму.

На думку С. Я. Єрмоленко, системність індивідуального стилю ґрунтується на зв'язку мови і мислення, на формуванні мовної картини світу, в якій

поєднано загальне й індивідуальне (Єрмоленко, 1999, с. 305). В авторській картині світу авторське і самобутнє завжди реалізоване в особистісній манері письма та зливається із загальноприйнятим і узагальненим.

Своєрідність автора комбінувати власні судження та емоційні стани з типовими образами має свій вплив на манеру його висловлення, передачу внутрішніх почуттів і смислів, а також на втілення у своїх творах елементів національної картини світу. Ідіолект мовної особистості базується на системі правил національної мови, стані її розвитку, художніх нормах епохи, мовно-естетичних традиціях, що є індикаторами розвитку мови і рівня духовності суспільства загалом.

У “Короткому тлумачному словнику лінгвістичних термінів” визначення “ідіолекту” та “ідіостилю” подані відокремлено. Так, *ідіолект* – є мовною практикою окремого носія мови; сукупністю формальних і стилістичних ознак, що вирізняють індивідуальну мову (Єрмоленко, 2001, с. 67).

Поняття *ідіостилю* пояснено як *індивідуальний стиль, в якому виразні, марковані засоби мови утворюють певну систему* (Єрмоленко, Биби́к & Тодор, 2001, с. 67). Слід зауважити, що ці поняття вживають інколи як синоніми, але частіше всього дослідники їх розрізняють і розподіляють у відмінні співвідношення з мовою, текстом і мовною особистістю.

Розрізнення термінів *ідіолект* і *ідіостиль* також може проводитися в хронологічному аспекті. Так, ідіолектом позначають усі тексти, написані автором у хронологічній послідовності, а до ідіостилю відносять сукупність глибинних текстоутворювальних типологічних художньо-естетичних полюсів стилю (константа) та переважаючих ознак (домінанта) певного автора, що детермінували появу текстів саме в такій послідовності. Співвідношенням між розглядуваними поняттями у цьому разі є часткова кореляція між мовленням та стилем мовлення (Леденева, 2000, с. 292).

З точки зору генеративної граматики, терміни *ідіолект* і *ідіостиль* співвідносять між собою пари *сми́сл – текст*, або ж поверхневу та глибинну структури. Ідіолект, який твориться численними мовними факторами, пов’язаними між собою, сягає корінням у мовну пам’ять та в генетику лінгвістичного мислення автора, які, у свою чергу, отримують своє втілення в ієрархічній системі інваріантів, що формують художній світ автора, тобто його ідіостиль (Жолковский & Щеглов, 1996).

Отже, у такому разі *ідіостиль* є похідним від *ідіолекту*, а тому опис ідіостилю має бути спрямованим на виявлення глибинної семантичної та категоріальної зв’язності його елементів, що уособлюють у мові творчий шлях письменника та сутність його рефлексії про мову (Григорьев, 2000, с. 91).

Варто також зазначити, що сам факт наявності двох термінів *ідіостиль* і *ідіолект* є ознакою індивідуальності та ексклюзивності мовної особистості, де кожен елемент виокремлює та виділяє індивіда із маси інших.

У результаті проведеної розвідки було зроблено висновок про те, що відмінність між *ідіостилем* і *ідіолектом* є спірним питанням навіть сьогодні, а тому важко дати остаточну відповідь на питання про їх чітке розмежування. Проте, беззаперечним фактом лишається те, що повне розуміння твору та його

інтерпретація, яка включає виявлення художніх особливостей тексту та самого письменника як мовної особистості є неможливим без визначення таких ключових стилістичних понять, як ідіостиль і ідіолект.

ЛІТЕРАТУРА

- Григорьев, В. П. (2000). *Грамматика идиостиля В. Хлебникова*. Москва, Россия: Языки русской культуры.
- Єрмоленко, С. Я. (1999). *Нариси з української словесності: стилістика та культура мови*. Київ, Україна: Довіра.
- Єрмоленко, С. Я., Бибик, С. П. і Тодор, О. Г. (2001). *Українська мова: короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів*. Київ, Україна: Либідь.
- Жолковский, А. К. и Щеглов, Ю. К. (1996). *Работы по этике выразительности: Инварианты – Тема – Приемы – Текст*. Москва, Россия: Прогресс.
- Леденева, В. В. (2000). *Особенности идиолекта Н. С. Лескова: средства номинации и предикации* (Докторская диссертация). Московский педагогический университет, Москва, Россия.

КОМПАРАТИВНІ ФРАЗЕОЛОГІМИ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ: СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ

Кашпрук А.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Я.А. Баран визначає фразеологізм як “віртуальний знак мови, оформлений у вигляді словосполучення або речення, з повним або частковим переосмисленням компонентів, призначенням якого є вираження номінативно-експресивної функції” (Баран, 1997, с. 77).

Фразеологія української мови характеризується неоднорідністю за своїм походженням та багатофункціональністю, яка визначається вживанням фразеологічних одиниць у різноманітних структурно-функціональних стилях. Наявність фразеологічної компаративістики дає підстави стверджувати про багатогранний культурно-образний аспект українського народу. Логічно припускати, що джерелом фразеологічних одиниць порівняння є сталі порівняння, адже вони відбивають визначальні риси, притаманні фразеологізму: постійність компонентного складу та структури, цілісність значення, експресивність та автоматичну відтворюваність.

Структурно-семантичною особливістю компаративних фразеологізмів (фразеологічних одиниць порівняння) найчастіше є вираження характеристики якості чи дії шляхом введення порівняльної групи чи порівняльного підрядного речення з використанням таких сполучників:

- як** (як блекоти об’ївся; засісти в голові як цвях; любити як собака цибулю);
мов (руки мов чавуном (оловом) налиті; дивитися, мов кошеня в каганець);
немов (носиться немов кіт з оселедцем; немов карась на сковороді);

наче (жиге, *наче вареник у маслі плаває; наче на кілку теліпатися*);
неначе (*неначе оселедці в бочці; неначе дірка в мості; неначе дурень із печі*);
а (*дивитися лисицею, а думати вовком*).

Головною функцією порівняння є своєрідне унаочнення вираженої характеристики, якості, дії тощо шляхом образного світосприйняття. Семантично перетрансформовані компоненти фразеологічної одиниці, поєднуючись, сприяють здатності фразеологізму набувати кардинально нового значення. Проте у фразеологічній системі мови функціонують компаративні фразеологізми, які у своєму складі не містять сполучника: *вертітися дзигною; бути каменем на чийсь шиї; в'юном зиватися; їхати зайцем; заливатися солов'єм; лягти трупом*.

Компаративні фразеологічні одиниці поділяють на такі лексико-граматичні розряди:

- 1) прикметникові (ад'єктивні): *німий як домовина; м'який як віск;*
- 2) дієслівні: *дивиться, як чорт на попа; мчати як вітер; любити, як хрін в оці;*
- 3) прислівникові (адвербіальні): *як чарами* («швидко»), *як украсти* («дуже мало»);
- 4) субстантивні: *голова як макітра; ніс картопелькою; пам'ять як решето*.

Стосовно семантичних особливостей фразеологічних одиниць порівняння варто зазначити, що фразеологізми з негативною конотацією переважають, деякі містять слова негативного забарвлення: *дурний як довбня; дешева рибка – погана юшка; волочити ноги, мов колоди; гидкий як смертний гріх; як чорту лапоть потрібен*. Друге місце посідають фразеологізми з позитивним відтінком значення: *як штик; як шалений; мов цяцька; як на сало годувати; немов з маслом та нейтральні: як трави; мов цуцика ганяти; немов циган сонцем крутити; як сноів на возі*.

До складу компаративних фразеологізмів входять:

- 1) **зооніми**: *ганяти, мов солоного зайця; витріщивсь, як коза на різника; брехати, як собака на висівки; битись як риба в неводі; личить як свині наритники; лякливий, як заєць, а шкодливий, як кіт; наче рак на міліні; як сови ночували в голові; так до діла, наче свиня штани наділа;*
- 2) **антропоніми**: *мов Кузьма з маку; прилип, як до Гандзі Пилип; товчеться, як Марко по пеклу; як Мартин до мила; як Марко з пасльону; наче Пилип із конопель; як у Сірка із зубів не вирвати;*
- 3) компоненти на позначення **явищ природи**: *наче громом прибитий; рости як гриб після дощу; надутися як квочка на дощ; мчати як вітер;*
- 4) **колороніми** (лексеми на позначення назв кольорів): *червоний як буряк (мак, рак); чорний як смола (смоль); білий як полотно;*
- 5) фразеологічні одиниці з використанням **числівників**: *один як палець (перст), як собаці п'ята нога потрібний; як мак начетверо бідний;*
- 6) **назви рослин**: *почувати себе як горох при дорозі; причетився, як реп'ях (до кожуха); тремтіти як осикове листя; як маків цвіт;*

- 7) **матеріали та речовини:** *плаває, як пампук в олії; руки (ноги) мов чавуном налиті (оловом); упав у гаразд, як муха в сметану; хмелем витися; як шевська смола до чобота (п'яти); як шовком шиє;*
- 8) **частини тіла:** *сам собі як палець; очі горять вогнем; не побачити як своєї потилиці; як без рук; ніс бульбою; неначе води в рот набрати;*
- 9) **характеристики** якостей, дій та стану суб'єкту, особи або предмета: *здоровий як бик; голий як бубон; злий як муха в Спасівку;*
- 10) назви **предметів** культури та побуту: *полити як з цебра; товчеться як дурень із ступою; мов на голках; як на тарілочки;*
- 11) **продукти, їжа:** *як з гречки лико; наче кров з молоком; пекти як млинці; як меду полизати; як маслом по душі; немов горіхи (насіння) луцтити.*

Оскільки тварини від самого початку історії людства співіснували з людиною та супроводжували її на життєвому шляху, представники анімалістичного світу слугують об'єктом порівнянь частіше, ніж інші групи (Олексашина, 2007, с. 377).

Отже, структурно-семантичні особливості дають підстави розглядати компаративні фразеологізми як окремий особливий тип фразеологічних одиниць. Дослідження порівняльних фразеологізмів є надзвичайно важливим як для аналізу життєвого шляху українського народу, так і для вивчення мови. Недарма мовознавці стверджують, що компаративні фразеологізми є безцінним джерелом дослідження мови і народу, оскільки в компаративних зворотах найпрозоріше віддзеркалюються особливості життя і побуту носіїв мови.

ЛІТЕРАТУРА

- Баран, Я.А. (1997). *Фразеологія у системі мови*. Івано-Франківськ: Лілея-НВ.
- Олексишина, Л.Г. (2007). Типи зоонімних художніх порівнянь за структурно-граматичною формою та лексичним складом компаратора. *Науковий вісник Волинського державного університету ім. Лесі Українки. Філологічні науки*, 377-380.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ КОМЕДІЙНИХ СЕРІАЛІВ

Кисіль І.Я.

Київський національний лінгвістичний університет

Комедія ситуацій, ситуаційна комедія або ситком (англ. *situation comedy, sitcom*) – жанр комедійних програм, що зародився в США на радіо в 1920-х роках. В наш час ситками майже винятково є телевізійними передачами. Ситками зазвичай складаються з постійних персонажів у звичайному оточенні, такому як дім або робоче місце. Для телевізійних ситкомів характерний певний часовий формат – як правило, 20-30 хвилин, включаючи титри і рекламу. Перші ситкоми, як правило, знімалися в студії перед глядачами, тому для них характерний закадровий сміх.

У сучасному кіно важливу роль відіграють не тільки образи героїв, а й репліки, якими вони обмінюються в процесі виробництва кінодіалога. У

багатьох випадках передача гумору акцентується на тексті, тобто це може бути гра слів, дотепна репліка, анекдот тощо. Головне завдання перекладача – це максимально точно передати ту комунікативну ситуацію, яка була закладена в оригіналі. Існує безліч труднощів при трансформації гумору, тому що залишаються корінні відмінності між різними народами, незважаючи на глобалізаційні процеси, які стирають міжкультурні рамки.

Труднощі передачі комічного ефекту в перекладі кіно Завдання перекладача ускладнюється тим, що «йому необхідно враховувати не тільки змістовні особливості гумору, але і мовні форми, які задіяні в створенні “комічного ефекту”. У такій ситуації перекладач повинен шукати або еквіваленти в своїй культурі, або доповнювати текст поясненнями, що не завжди може бути можливим. Звідси очевидно, що відносини між культурою-відправником і культурою-одержувачем не завжди можуть будуватися однозначно.

Є.Г. Кім (2013) стверджує, що “комічність серіалу побудована на каламбурах і грі слів, часто дуже тонкою і вимагає від глядача великої уважності та знань різних сфер” (с. 259). Дуже часто в серіалі використовуються різні акценти, нестандартно вимовляються ті чи інші звуки англійської мови, використовується величезні речення, які додають комедійності зображуваній ситуації. З цього випливає, що перекладач зустрічається з проблемою адекватної передачі гумору серіалу при перекладі на іншу мову.

Перекладачі стверджують, що передача комічного ефекту в аудіовізуальному перекладі є найважчим завданням, з яким вони часто не можуть впоратися. Наприклад, коли перекладач не домагається бажаного ефекту, і вся комічність втрачається. В результаті глядач бачить картину і чує закадровий сміх, але не може зрозуміти суть жарту. Такий вид помилки називається ефектом обманутого очікування. Так само варто відзначити, що перекладач може зіткнутися з різними труднощами при перекладі і передачі комічного ефекту в кіно. Він повинен враховувати вербальні і невербальні знаки, і перекладати, зберігаючи сенс і комічність усієї ситуації, так щоб глядачі могли зрозуміти жарт.

ЛІТЕРАТУРА

- Вікіпедія. Комедія ситуацій(тележанр).
- Жуланова, Е. В. (2014). Можливості передачі і сприйняття культурної специфіки комічного дискурсу в умовах кіноперекладу / Е. В. Жуланова, І. К. Федоров // Вісник. – № 3. – С. 54-60.
- Федорова, І. К. (2011). Кінотекст в інокультурному середовищі: до проблеми побудови моделей культурних переносів / І. К. Федорова // Вісник. – № 1. – С. 61-70.
- Кім, Е. Г. (2013). До питання про трансліруємість гумору скет-шоу (на матеріалі перекладу "A bit of Fraay and Laurie") / Є. Г. ким // Вісник. – № 6. – С. 256-262.
- Яркіна С.В., Куксова Н. А. Перекладу комедійних серіалів // Молодіжний науковий форум: Гуманітарні науки: електро. зб. ст. по мат. XXVII Міжнар. студ. наук.-практ. конф. № 8 (26).

**ЛЕКСИКА НА ПОЗНАЧЕННЯ НАЗВ ОСІБ
У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРНІЙ МОВІ
(НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ-ХРОНІКИ ВОЛОДИМИРА ЛИСА
“СТОЛІТТЯ ЯКОВА”)**

Клімчук Ю. С.

Київський національний лінгвістичний університет

З-поміж усього лексичного розмаїття роману-хроніки “Століття Якова” вирізняється лексика на позначення назв осіб. Ця лексика представлена двома великими групами: антропонімами та персонімами. До перших належать ті, що є власними назвами осіб, інші – пов’язуються із загальними найменуваннями.

Персоніми чітко розрізняються за гендерним принципом. У романі спостерігаються такі лексеми на позначення осіб жіночої статі: дівчина (дівка), баба, гостя, дохтурка, тьотка, дочка, дамочка, пані, жінка, землячка, кума, кумася, сусідка. Наприклад: *Він мусить діждатися письма од тої **дівчини, дівки** окаянної. А може, якась дурна **баба** на пошті викинула в кошик. Зрештою незвана **гостя** замовкла, й на хвилину Якову здалося, що замовкла навіки. **Тьотка**, ви Екзюпері читали? **Дочка** обернулася. Гарна **дамочка**, – сказав Пилип. Він пригадав – не раз і не два, та мало не кожного тидня навідувалася **пані дохтурка**. Була їдна **жінка**, з України, **землячка**. Ой, кумасю! Може, **мама** Параска відчула, що далі казатиме **кума** і **сусідка**.*

З-поміж лексем на позначення осіб чоловічої статі фіксуємо такі: дед, син, хрещеник, хлопець, батько, пан, хлоп, парубок. Наприклад: ***Дед**, буду стріляти. Я жи зла **синові** не хочу, самі знаєте. Я жи такого для мого **хрещеника** не хочу. Через два дні після Василюниного весілля **хлопця** знайшли у їхній річці. Їх обох у двадцять п’ятім році коло вулиці по краях городу. **Пане** Гершку, у мене нима ни гроша. **Хлопе** Якубе, – сказав Гершко. Яків, уже геть дорослий **парубок**, іде до річки з каменем. Загальні найменування диференціюються за професією, родом занять, захворюванням: господар, отаман, поштарка, дохтурка, фершалка, наркоманка. Наприклад: *Коли воно побачило **господаря**, то закричало. Не та вдача в нашого Сьомки-отамана. Він уже збагнув – тая, **наркоманка**, бачив уже таких, навідувалися до його маку. **Поштарка** Ніна ступає на подвір’я під вечір. Приведена ним того-таки вечора **дохтурка** Вікторія глянула на тільце, що здригалося у напівсні в судомних конвульсіях, взяла за руку і підняла рукав. Бо поки дійде до **фершалки**. Також виокремлюється група назв осіб, що вказують на родинні зв’язки та свояцтво: тато, бабця, хрещена мати, кума, мама, сестра, тітка. Наприклад: *Ходімо, **тату**, – сказала Ольга. Ольга із бабцюю, **хрещеною мамкою**, набалакалися, і з котярою пухнастим награлася. Того дня возив **маму** на Гуменці, до її **сестри, тітки** Рипини. Ще одну групу становить лексика на позначення назв осіб за національною та територіальною належністю: полька, поляк, українець, німець, чехи, серби, словенці, галичанин. Наприклад: ***Пані етем полька?** – спитав старший. Одного разу до їхнього браку заходить охоронець і оголошує, що всі, хто є за національністю не **поляк**, а **українець**, повинні вишикуватися на плацу.****

Перед завмерлим строєм похмурих, неголених з'являється німець, щось гарчить. У бараку жили різні люди – українці, поляки, чехи, серби, словенці. Та їдного вечора до Якова підійшов Зенько-галичанин.

У межах антропонімів чітко виокремлюються лексеми на позначення чоловічих і жіночих імен. Прикладами чоловічих імен є: Яків, Іван (Йван), Тарас, Тимко, Федот, Їгор, Карпо, Микита, Василь та ін. Наприклад: *«Який же я старий», – думає Яків. Він пригадав, як тітка Герасимиha дядька Івана од білої гарячки рятувала. Не, не Олька, Тарас по-новітньому каже. В мене Тимко не курить. Али ж, кумо, мій Федот окаянний ні за якого діла не віддасть Улянку за Яшка. Вже вони з Крапоном (назвала вуличне прізвисько старого Вергуна), Їгорем, про теє говорили. І сватів таки заслав, заслав, дядько Карпо пушов і Василь Тарасюків.* Лексика на позначення імен жіночих назв осіб: Оленка, Альона, Ольона, Олька, Ніна, Вікторія, Параска, Тетяна, Якилина. Наприклад: *Від тої дівчини, тої окаянної, Оленки, Альона, казала вона. Али якби не мак, то тая Ольона сюди, на його город, і не зайшла б. Якщо сьогодні прийде Олька, то й молока принесе. Поштарка Ніна заходить до хати. Приведена ним того-таки вечора дохтурка Вікторія глянула на тільце, що здригалось у напівсні в судомних конвульсіях, взяла за руку і підняла рукав. І раптом тоді .. чогось ота розмова постала, матері його, Параски, і сусідки, Федотихи.* Окрему групу створюють лексеми, утворені від чоловічих імен за допомогою суфікса -их(а): Павлючиха, Федотиха, Герасимиha. Наприклад: *А міні ж казала Павлючиха, що вчорась перед весіллям Тиміш напився. І раптом тоді, коли з Оленкою сидів, як і тепер, чогось ота розмова постала, матері його, Параски, і сусідки, Федотихи. І спосіб із травами од Герасимиhi покійної, що рятував од ламання костей, од ревматизму та од глистів у голові, – все перепробував.* Частина найменувань осіб має суфікс -к (Варка, Зоська, Людка, Олька, Улянка, Танька, Яська, Васька, Йоська, Зенько, Яшко, Тимко, Сьомка, Гаврилко), наприклад: *Я ж, як Варка Тонусьова вмерла, найстарший у Загоренах. Людка в другім селі. Якщо сьогодні прийде Олька, то й молока принесе. Та ж з твоїм Яшком і мею Улянкою. Танька втретє десь вже за границею заміж вийшла. Та їдного вечора до Якова підійшов Зенько-галичанин. Тимко, Тимофій Глуцук не був ані банькатим, ані витрішкуватим. Не та вдача в нашого Сьомки-отамана. Кажуть, що наш Йоська хоче, абись до Берліна совети уступили. Ну, я вийшов, а там – Зоська. Гаврилко теж похронує.; суфікс -еньк (Зосенька), як-от: Маленька, але горда Зосенька; суфікси -очк, -ечк (Варочка, Парасочка, Зосечка). Наприклад: *На їдній Зося, він, Парасочка, Зосечка, ну, й Улянка малесенька на руках. Ну а старша, Варочка, знала.; суфікс -ськ (Яресько) Наприклад: *Ось свідчення колишнього учасника боївки Ліповича Микити Петровича, псевдо Яресько.***

Отже, у романі В. Лиса “Століття Якова” зафіксовано чимало лексем на позначення назв осіб, з-поміж яких спостерігаються персоніми та антропоніми. Обидві підгрупи номенів можна розмежувати переважно на основі гендерного принципу, семантичного критерію та словотвірних особливостей. Перспективи подальших досліджень убачаємо в аналізі найменувань осіб у романі-хроніці В. Лиса “Соло для Соломії” під аналогічним кутом зору.

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ЛЕКСИКИ АНГЛОМОВНОГО ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ

Коваленко В.В.

Київський національний лінгвістичний університет

У наш час науково-технічної революції, бурхливого розвитку наук кожна спеціальна галузь користується словами, якими називають поняття і явища, що є предметом наукового дослідження саме цієї галузі (Лагутіна, 2006). Оскільки суспільно-політична лексика використовується для вербалізації концептів суспільно-політичного життя суспільства, така лексика є спеціальною, а тому повинна вивчатися в контексті вивчення спеціального, або фахового, мовлення.

Суспільно-політична лексика визначається як ідеологізована (проникнута ідеологією) частина словника, яка відображає поняття суспільного, політичного і соціального життя суспільства і вживається, більшою своєю частиною, в засобах масової (соціально-політичної) комунікації (Гейко, 2013, с. 196). До суспільно-політичної лексики входить найбільш вживана частина суспільно-політичної термінології, назви державних, партійних та інших громадських організацій та закладів, соціальних інститутів, найменування соціальних реалій та явищ життя різних країн тощо (Крючкова, 1989, с. 16).

Сферою функціонування суспільно-політичної лексики у нашому дослідженні визначаємо публіцистичний дискурс, що розуміється як дистантна форма комунікативної діяльності інституціонального та когнітивного характеру, основними учасниками якої є представники засобів масової інформації як соціального інституту та масова аудиторія (Новохачева, 2005, с. 11).

Суспільно-політична лексика є важливою частиною лексичної системи англійської мови, вона охоплює досить широке коло слів, пов'язаних з суспільно-політичним ладом та ідеологією держави і суспільства. Уся суспільно-політична лексика, що використовується в англійському публіцистичному дискурсі, може бути розподілена на дві основні групи – «держава» та «суспільство».

До тематичної групи «держава», зокрема, належать такі підгрупи:

1) «країна та уряд», зокрема, назви окремих гілок влади: *“We must stop pretending that the degradation of our politics and the conduct of some in our executive branch are normal,” Mr. Flake said;*

2) «посади та позиції в політичному світі», серед яких – назви посад у Сенаті, як у наступному прикладі: *Last week, Senator John McCain, the senior senator from Arizona, spoke in Philadelphia, denouncing the “half-baked, spurious nationalism” that he saw overtaking American politics;*

3) «політика, її види та прояви», зокрема, назви напрямів руху країни до певних міжнародних організацій: *Ukrainians living in the western half of Ukraine aspired to membership in the European Union and NATO, while those in the eastern half near the city of Donetsk oriented themselves toward Russia.*

До тематичної групи «суспільство» належать такі підгрупи:

1) «суспільство та окремі члени суспільства», наприклад, назви верств суспільства за ознакою громадянства: *Ms. Curran shares the views of unnamed groups that “want to make Nassau County a sanctuary county for illegal immigrants”*;

2) «ідеології та суспільні рухи», серед яких – назви ідеологій по відношенню до окремих народів: *Former President George W. Bush, in yet another speech, lamented: “We’ve seen nationalism distorted into nativism”*;

3) «збройні протистояння», зокрема, назви на позначення таких протистоянь: *He is pushing us closer to an unthinkable nuclear conflict with North Korea.*

За критерієм структури суспільно-політичну лексику, що використовується в текстах публіцистичного дискурсу, розподіляємо на такі види: 1) прості слова: *But Mr. McConnell quickly turned the Senate floor back to a minor debate over a budget point of order*; 2) складні слова: *They are equally wary of raising the ire of hard-right activists*; 3) словосполучення.

Словосполучення у сфері суспільно-політичної лексики творяться здебільшого за схемами «іменник + іменник» (*The historic Women’s March has continued its work with a convention last month in Detroit*) та «прикметник + іменник» (*Mr. Trump fears that Mr. Corker’s vow to oppose any tax plan that increases the federal debt could imperil his tax push*).

Суспільно-політична лексика, таким чином, охоплює широке коло понять суспільно-політичного життя, а отже, її розуміння вимагає оцінки суспільних та політичних процесів, які відбуваються у світі та на території окремої країни. Використовуючись у публіцистичному дискурсі, суспільно-політична лексика охоплює коло інтересів сучасного громадянина. Одиниці суспільно-політичної лексики є структурно неоднорідними та представлені усіма структурними групами – словами та словосполученнями. Така ситуація призводить до того, що суспільно-політична лексика однієї країни може не співпадати за формою та семантикою із відповідною лексикою іншої країни, що особливо відчутно, коли автори газет використовують реалії, як наприклад: *But with his run as chairman nearly done, the 69-year-old Texan announced on Thursday that he would retire rather than seek a 17th term in Congress and a spot on the backbench*. Вживання суспільно-політичних реалій у публіцистичному дискурсі значно ускладнює процес перекладу.

ЛІТЕРАТУРА

- Гейко, Н. Р. (2013). Общественно-политическая лексика в публицистическом дискурсе. *Вестник ЧелГУ*, 1 (292), 194-197.
- Крючкова, Т. Б. (1989). *Особенности формирования и развития общественно-политической лексики и терминологии*. Москва: Наука.
- Лагутіна, А. В. (2006). *Термін і загальноживана мова*. Взято з <http://kulturamovy.univ.kiev.ua/КМ/pdfs/Magazine18-6.pdf>.
- Новохацева, Н. Ю. (2005). *Стилистический прием литературной аллюзии в газетно-публицистическом дискурсе конца XX – начала XXI веков*. (Автореф. дисс. канд. филолог. наук). Ставропольский государственный университет, Ставрополь.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

The New York Times. Взято з <https://www.nytimes.com/>.

ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ СПОРТИВНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ В АРАБСЬКІЙ МОВІ

Ковальчук О.С.

Київський національний лінгвістичний університет

Термінологія – це сукупність термінів певної галузі виробництва, діяльності, знань, що є особливим сектором, найбільш доступним свідомому регулюванню. Термін – слово або словосполучення, яке означає конкретне поняття в певній галузі людської діяльності. Термін має відповідати внутрішнім мовним законам, бути чітко зрозумілим, якомога повніше співвідносним з означуваним поняттям, бути стислим, стилістично нейтральним, однозначним (Гринев, 1993, с. 104).

Об'єктом нашого дослідження виступає система спортивної термінології в арабській мові. Ця тема досі не отримала детального висвітлення, і на сьогодні існує лише незначна кількість видань навчального характеру, як-от арабсько-російський словник спортивних термінів А.С. Шахфаза та А.Н. Сабахі, в якому проаналізовано окремі аспекти термінології з фізичної культури та спорту. Тому дослідження джерел формування спортивної термінології в арабській мові, її структурних та функціональних особливостей залишається актуальним.

Спортивна лексика є доволі специфічною. Її специфіка полягає, з одного боку, в її професійності, з іншого – її доступності для широкого кола носіїв мови, а отже, її виході за межі терміносистеми. Спортивним термінам властиві ознаки, які не характерні для терміносистеми взагалі (експресивність, синонімія, сполучуваність та ін.).

На перший погляд, складається враження, що спортивна термінологія, порівняно з іншими термінологічними системами, не вирізняється строгою науковістю. Очевидно, таку особливість спортивної термінології можна пояснити передусім її місцем у житті суспільства. Вона є важливою частиною словникового складу загальноживаної лексики і водночас має суттєві від неї відмінності.

У спортивній лексиці поширені синоніми, що передають те чи інше поняття з усіма його найтоншими відтінками і виражають усю гаму пов'язаних із ним емоційно-експресивних нюансів. Такі синоніми запобігають одноманітності висловлення думки у спортивних інформаціях, тому доцільно звертати увагу на їхнє стилістичне використання (Боровська, 2004, с. 3).

Також спостерігається активізація творення аббревіатур, що спричинено тенденцією появи значної кількості нових спортивних команд, зокрема це збірні з різних видів спорту, професійні клуби, товариства, ліги тощо. За правилами арабської мови, такі скорочення передаються повністю: الاتحاد الآسيوي لكرة القدم – AFC, دوري الأبطال – CL, اتحاد أمريكا الشمالية والوسطى ومنطقة الكاريبي لكرة القدم – CONCACAF.

Згідно з загальноприйнятою характеристикою терміна, спортивний термін є системним у певному виді спорту (наприклад, у баскетболі або хокеї), йому також притаманна дефінітивність, відносна незалежність від контексту, експресивність, нейтральність тощо.

Термінологія у фізичному вихованні має певні особливості, оскільки її базою є ряд споріднених галузей науки про людину (анатомія, фізіологія, гігієна, біомеханіка, спортивна медицина, спортивна метрологія, біохімія, теорія і методика фізичного виховання, педагогіка, психологія та різні види спорту). Успішність професійного спілкування визначається значною мірою таким рівнем володіння лексичними навичками, який забезпечить здатність розуміти і вживати у потрібній ситуації саме ту лексичну одиницю, яка точно й економно передає висловлену думку.

За підрахунками дослідників, питома лексика в галузі спорту в українській мові становить 30%. Із неї 50% – це запозичення, решта 20% – інтернаціоналізми. Найбільше (42%) термінів походить з англійської мови (Янків, 2000, с. 16). В арабській літературній мові процес запозичення іншомовних слів є не таким активним, як в європейських мовах, і для значної кількості термінів-інтернаціоналізмів знайдено арабські відповідники, наприклад: UEFA – араб. еквівалент *الاتحاد الأوروبي لكرة القدم*.

Також суто арабським терміном є *الكيافيز* ‘стрибки у висоту’. У цьому виді спорту гравці розміщували дерев'яну перекладину, через яку перестрибували за певними правилами. Серед інших прикладів можна згадати такі слова, як *الراب* ‘важка атлетика’, *رأوب الخيل* ‘верхова їзда’, *السباقات* ‘спортивні скачки (перегони) на конях’ тощо.

Серед запозичень з європейських мов до арабської спортивної термінології потрапили такі слова, як: *أولمبياد* ‘олімпіада’, *تنس* ‘теніс’, *ألتاتاشو* ‘катеначо’; назви команд і клубів запозичуються без перекладу: *أثليتيك بيلباو* ‘Атлетік Більбао’ (назва футбольного клубу).

Сучасна спортивна термінологія є відкритою лексичною системою, яка завдяки широкій представленості у засобах масової інформації активно поповнюється в останні десятиріччя. Виявлення співвідношення власне арабських та запозичених слів у системі спортивної термінології в арабській мові залишається актуальним і потребує подальшого дослідження.

ЛІТЕРАТУРА

- Боровська, О.В. (2004). Співвідношення національних та інтернаціональних термінів в українській термінології галузі фізичної культури і спорту. Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.01. К.: Інститут української мови НАН України.
- Гринев, С.В. (1993). Введение в терминоведение. М.: Московский лицей.
- Янків, І.Т. (2000). Українська спортивна термінологія (історико-методологічний аналіз). Автореф. дис... канд. наук з фізичного виховання і спорту: 24.00.02. Луцьк: Волинський державний університет імені Лесі Українки.

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ, ПРАВА РОБОТІВ ТА ДИГІТАЛЬНЕ МАЙБУТНЄ ЛЮДСТВА

Н.В. Ковтун, А.В. Клаптюк

Київський національний лінгвістичний університет

*Страх, що люди мають перед роботами, – це шлях сховатися від справжнього страху, який вони відчують перед собою.
(Робот Софія, 2017, с. 1)*

Людський мозок, інтелект та свідомість завжди викликали величезний інтерес науковців та філософів. Мислителів різних епох цікавило питання, “де закінчується людина і починається щось ще”, чи можуть інтелект та свідомість існувати поза людським тілом. Саме з цією метою філософи проводили велику кількість мисленнєвих експериментів (Кулик, 2012, с. 2).

У той же час науковці активно займалися розробкою програм та пристроїв, які були б наділені такими ж розумовими здатностями та інтелектом, як і людина. Хоча дослідження в області штучного інтелекту почалися ще в 1956 році (Чалмерс, 2013), найвищі досягнення спостерігаємо саме зараз. Яскравим зразком штучного інтелекту є реальний робот-андроїд Софія (Софія, Робот, 2017). Медійна Софія – це найновіший і найсучасніший робот, якого створила компанія Hanson Robotics. Доктор Хенсон, засновник компанії, прагнув продукувати геніальні машини, які будуть розумнішими за людей і зможуть навчитися творчості, співпереживанню та співчуттю – трьом якостям, які притаманні лише людям. Хенсон вважає, що “ці риси необхідно розвивати у штучному інтелекті для вирішення світових проблем, які люди не здатні розв'язати самостійно” (Софія, Робот, 2017, с. 2).

Але питання про те, чи може існувати машинна свідомість, досі відкрите. Девід Чалмерс стверджує: “Якщо ми уявимо собі людську свідомість, у якій є певні причинно-наслідкові зв'язки, і почнемо потроху замінювати її частини на машинні, але зі збереженням причинно-наслідкових зв'язків, зі збереженням механізму роботи цієї свідомості, тоді теоретично така свідомість має в результаті відтворитися в обчислювальній системі” (Чалмерс, 2013, с. 15).

Але, на нашу думку, проблема полягає в тому, що всіх роботів можна назвати своєрідними “філософськими зомбі”, бо вони не мають основного, що має людина – “qualia”. Це слово можна визначити як особистий чуттєвий досвід, який не можна описати у вигляді текстів чи формул. Крім цього, “свідомі реакції неможливі без емоційних реакцій” (Таланов, 2015, с. 4). Тому ми й не здатні надати роботам нормальне, адекватне людське розуміння та сприйняття (у сенсі cognition). Приміром, у своєму мисленнєвому експерименті Д. Чалмерс пропонує уявити істоту, яка виглядає і поводить себе зовсім як людина. Але при цьому позбавлена досвіду свідомості і суб'єктивних ментальних станів – у неї “все темно всередині” (Чалмерс, 2013, с. 17). Якщо філософського зомбі сильно вщипнути за руку, він не відчує болю, але скрикне і відсмикуватиме руку. Софія поводить себе приблизно так само – вона не

переживає емоції, а лише імітує їх. Тобто поведінка роботів спирається не на чуттєвий досвід, а на програму, що ними керує.

Намагання втілити в роботах закони діяльності людського мозку змушує згадати про експеримент американського філософа Д. Девідсона під назвою “болотна людина” (Кулик, 2012, с. 4). Цей експеримент також доводить, що особистість – це не тільки фізичне тіло людини, але й увесь спектр її взаємин з навколишнім світом. У зв’язку з цим не можна не згадати про надання роботу Софії громадянства Саудівської Аравії. Це спровокувало шквал обурення та суперечок, тому що Саудівська Аравія є країною, в якій жінки позбавлені громадянських прав, а в той же час робот, який ідентифікує себе як жінку, відносно легко отримує громадянство та громадянські права. Відзначається також, що таке рішення може викликати невдоволення серед громадян країни, які вважають блюзнірством наділення предметів людськими правами. “Етичні питання щодо штучного інтелекту дуже складні. В який момент штучний інтелект отримує моральні права? Зараз у нас є найпростіші системи з штучним інтелектом, але ніхто не вважає, що у них є моральні права” (Софія, Робот, 2017, с. 5). То коли ці права з’являються? І чи з’являються взагалі?

Ми погоджуємося з думкою, що “перше, що потрібно від таких систем, щоб отримати моральний статус, – це мати свідомість. Зараз більшість людей вважає, що у роботів немає свідомості, а значить, немає і морального статусу, але, якщо з часом вони отримають свідомість, можливо, вони отримають і моральні права” (Чалмерс, 2013, с. 53). Тому на цьому етапі ми вважаємо невиправданим ідентифікацію або й певною мірою перевищення прав робота Софії над правами людини в умовах, що склалися на території Саудівської Аравії. Однак, якщо роботи з часом володітимуть тим же рівнем свідомості, що і людина, то в них, напевно, буде той же моральний статус, що й у людей, і сам факт того, що вони не є людьми в біологічному сенсі, не робить їх менш гідними морально. Приміром, можна згадати науково-фантастичний фільм “Artificial Intelligence”. Наразі проблема статусу штучного інтелекту в сучасному соціумі перебуває у стані розвитку.

ЛІТЕРАТУРА

- Кулик, А. (2012). 10 мысленных экспериментов современной философии: где кончается человек и начинается что-то еще. Взято з <http://www.rusrep.ru/article/2012/06/18/fylosofy>
- Софія, Робот (2017). Куди сягнув розвиток штучного інтелекту та що про це думають самі роботи. Взято з <https://mind.ua/publications/20178363-robot-sofiya-strah-shcho-lyudi-mayut-pered-robotami-ce-shlyah-shovatisya-vid-spravzhnogo-strahu-yakij>
- Таланов, М. (2015). Сознание машин. Постнаука. Взято з <https://postnauka.ru/faq/47555>
- Чалмерс, Д. (2013). Сознаний ум: В поисках фундаментальной теории. В. Васильев (Пер.). Москва: Книжный дом ЛИБРОКОМ.

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНА ТИПОЛОГІЯ УКРАЇНСЬКИХ ТАНЦЮВАЛЬНИХ ТЕРМІНІВ

Козаченко В. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Українська термінологія танцю має давню історію, проте вона досі належно не опрацьована й не систематизована. Серед дослідників українського народного танцю в ХХ ст. можна назвати В. Верховинця, А. Гуменюка, А. Нагачевського (Канада), Р. Герасимчука та ін. Саме вони запропонували переконливі класифікації українських танців, проте поза увагою науковців залишилося багато інших танцювальних термінів. Відсутні структурна й семантична класифікації танцювальної термінології, не досліджено її системні відношення.

Вивчення зібраного хореографічного і музичного матеріалу дає можливість визначити три основних жанри українських народних танців: *хороводи, сюжетні танці та побутові танці*.

Хороводи – один із найдавніших видів народного танцювального мистецтва. Виконання їх пов'язували колись з обрядовими діями, традиційною зустріччю весни, відзначенням літа, зустріччю Нового року. За темами хороводи можна поділити на три групи: до першої належать хороводи, що відображають трудові процеси (“*Мак*”, “*Шевчик*”, “*Бондар*” та ін.); до другої – хороводи, у яких відбито родинно-побутові відносини народу (“*Перепілка*”, “*Пташка*” тощо); до третьої – хороводи, що оспівують природу (“*А вже весна*”, “*Марена*” та ін.).

Побутові танці беруть свій початок у хороводах, які є основою української народної хореографії. За стилістичними особливостями хореографії та музичного супроводу їх можна поділити на три групи: 1) *метелиці, гопакі, козачки*; 2) *коломийки, гуцулки, верховини*; 3) *польки та кадрили*.

Усюжетних танцях засобами народної хореографії відображено конкретні явища доквілля. Назви танців пов'язані з їхнім змістом. Сюжетні танці поділяємо на групи, у яких основною темою є: 1) праця (“*Шевчик*”, “*Коваль*”, “*Косар*”, “*Лісоруби*” та ін.); 2) народна героїка (“*Опришки*”, “*Аркан*” тощо); 3) народний побут (“*Катерина*”, “*Коханочка*”, “*Волинянка*”, “*Горлиця*”); 4) окремі явища природи і зображення виробничих знарядь селянина в дії (“*Зіронька*”, “*Віз*” та ін.); 5) звички птахів і тварин (“*Гусак*”, “*Козлик*”, “*Бичок*” та ін.).

За структурою танцювальні терміни поділяємо на однокомпонентні (складаються з одного слова) та багатокомпонентні (складаються з кількох слів). Переважають однокомпонентні (“*Катерина*”, “*Коханочка*”, “*Волинянка*”, “*Горлиця*” тощо), багатокомпонентні трапляються значно рідше: “*А вже весна*”, “*Ой нумо, нумо заплетемо шума*”, “*А ми просо сіяли, сіяли*”.

Однокомпонентні назви танців утворено різними способами. Найбільш поширені ті, що постали внаслідок вторинної номінації, яка полягає у використанні вже наявного в мові слова для називання танцю: *гусак, мак, раки, козлик, голуб, льон* тощо. Перенесення відбувається на основі певної подібності між об'єктами доквілля та елементами танцю.

Чимала кількість танцювальних термінів запозичена з інших мов: *полька, кадриль, вальс, краков'як, лезгінка, атан, болеро, гальярда, фламенко*.

Отже, українські танцювальні терміни становлять дуже розгалужену систему термінів, різних за структурою та семантикою, яка потребує подальшого впорядкування та систематизації.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АБРЕВІАТУР У ГАЛУЗІ КОМП'ЮТЕРНОЇ ЛІНГВІСТИКИ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ НА УКРАЇНСЬКУ

Коломієць В. О., Шульга А. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Згідно схваленої Кабінетом Міністрів України в січні 2018 року «Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020» важливою передумовою ефективної інтеграції України в Європейський дослідницький та інноваційний простір, високотехнологічного зростання або проривів на пріоритетних напрямках, зокрема тих, які стосуються цифрових технологій, є забезпечення доступу до світових досліджень у фундаментальній та прикладній сферах (Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020, 2018). Важливим засобом оперативного ознайомлення спеціалістів із зарубіжними науковими публікаціями є анотовані науково-допоміжні бібліографічні покажчики, які не тільки полегшують знаходження наукових документів з певних проблем і предметів, а й значно збільшують кількість опублікованих праць, про зміст яких може дізнатися дослідник, допомагають підтримувати єдність науки, сприяють упорядкуванню науково-технічної термінології.

З метою інформування вітчизняних фахівців з інформаційно-комунікаційних технологій із основними світовими досягненнями в галузі автоматичного опрацювання природної мови викладачами і магістрантами спеціальності Прикладна лінгвістика КНЛУ було створено мережевий анотований науково-допоміжний бібліографічний покажчик статей одного з найавторитетніших видань з комп'ютерної лінгвістики в світі, журналу *Computational Linguistics* (<https://cljai.weebly.com/>) Покажчик містить переклади анотацій опублікованих у журналі наукових статей і технічних звітів.

У процесі роботи над покажчиком укладачі зіткнулися з низкою перекладацьких труднощів. Зокрема, одним із достатньо складних для розуміння і перекладу складових елементів анотацій виявилися аббревіатури, або складноскорочені слова, утворені з перших літер або з інших частин слів, що входять до складу назви чи поняття. Хоча скорочення в авторських резюме наукових публікацій в міжнародній практиці прийнято вживати у виключних випадках, понад 50% анотацій наукових документів, опублікованих у журналі *Computational Linguistics* [<https://www.mitpressjournals.org/loi/coli>] у 2000-2014 роках, містять від однієї до шести аббревіатур. Основною причиною насиченості текстів з автоматичного опрацювання природної мови

скороченнями, є, з одного боку, продуктивність цього способу словотворення в царині комп'ютерних технологій, а з другого – прагнення передати максимальну кількість інформації за одиницю часу, яке реалізується за допомогою принципу економії мовних зусиль. Проте, повне розуміння аббревіатур, потрібне для їх адекватного перекладу на українську мову, можливе лише за умови ґрунтового знання предмету, якому присвячено текст, або попереднього знайомства із значенням аббревіатур, які вживаються в тексті. В інших випадках необхідне звертання до словників, але авторитетного перекладного термінологічного словника, який був би надійним сучасним джерелом англійських аббревіатур у галузі автоматичного опрацювання природної мови з їх українськими відповідниками або перекладами, ще не створено. Це пояснюється відставанням україномовної комп'ютерної лінгвістики від англійської комп'ютерної лінгвістики, нерівномірним розвитком окремих напрямів англійської та україномовної комп'ютерної лінгвістики, динамічним характером предметної царини комп'ютерної лінгвістики, яка швидко змінюється через стрімке старіння існуючих і появу нових комп'ютерно-інформаційних технологій.

З огляду на вищесказане, розшифрування ідентифікованих у текстах анотацій статей у журналі *Computational Linguistics* аббревіатур і їх наступний переклад на українську мову здійснювалось з опорою на контекст та різноманітні інтернет-ресурси: мережеві наукові публікації, присвячені методам і підходам до опрацювання текстів природною мовою, форуми, розсилки, соціальні мережі, які забезпечують спілкування та обмін інформацією між спеціалістами в галузі автоматичного опрацювання природної мови.

Основні способи перекладу розшифрованих аббревіатур у галузі комп'ютерної лінгвістики включають транслітерацію і транскрипцію, калькування, експлікацію та еквівалентний переклад. При виборі способу перекладу враховувалась уживаність терміну в україномовній комп'ютерній лінгвістиці, розвиненість відповідного напрямку україномовної комп'ютерної лінгвістики, а також вимоги до мови і стилю анотацій в українських науково-технічних текстах.

Досвід перекладу аббревіатур у галузі комп'ютерної лінгвістики свідчить про актуальність створення загальнодоступного мережевого словника аббревіатур у галузі комп'ютерної лінгвістики, який би регулярно оновлювався для відображення поточного стану терміносистеми галузі. Такий ресурс значно полегшить ознайомлення вітчизняних спеціалістів з автоматичного опрацювання природної мови з досвідом їх зарубіжних колег у створенні систем синтезу і розпізнавання мовлення, машинного перекладу, автоматичного видобування знань з текстів тощо.

ЛІТЕРАТУРА

Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки. № 67-р. (2018). Взято з <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80>

МОВНІ ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ КАТЕГОРІЇ ТЕМПОРАЛЬНОСТІ В СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

Кондратюк В.О.

Київський національний лінгвістичний університет

Метою цього дослідження є виявлення мовних засобів реалізації категорії темпоральності в сучасній китайській мові.

Темпоральність трактується як функціонально-семантична категорія, яка відображає сприйняття й переосмислення людиною часу означуваних ситуацій та їх елементів у відношенні щодо моменту мовлення оповідача чи іншої точки відліку (Бондарко, 1990). Категорія темпоральності репрезентує систему значень, які в онтологічному сенсі співвіднесені із поняттям часу. Власне час в найзагальнішому розумінні є денотатом, що відображений через різні види темпоральної семантики (Барчук, 2011).

У сучасній лінгвістиці термін темпоральність уживають у різних контекстах і з різним наповненням. Лексичний аспект вивчення темпоральності пов'язаний із системними дослідженнями структури функціонально-семантичних полів.

Вперше теорія поля з'явилася в німецькій лінгвістиці під впливом відповідних понять у фізиці й деяких інших науках природного циклу. У витоків цієї концепції в мовознавстві стояли К. Хейзе і Й. Трір. У російській лінгвістиці цією теорією системно займався А.В. Бондарко (1978), який визначає ФСП як систему різнорівневих засобів даної мови (морфологічних, синтаксичних, словотворчих, лексичних, а також комбінованих), об'єднаних на основі спільності й взаємодії їх семантичних функцій. Компонентами ФСП є мовні категорії, класи та одиниці з їх мовними значеннями, пов'язаними з конкретними засобами формального вираження в даній мові (Бондарко, 1984).

Термін темпоральність, як правило, уживають як синонім терміна час, часовість. Таке розуміння темпоральності, а також уживання термінів темпоральність, темпоральний запроваджене О. Бондарком, який зазначає, що об'єктивний час відображається в мові не лише в системі часових форм дієслова, а й за межами цієї системи. Функціонально-семантична категорія, що спирається на різні – морфологічні, синтаксичні, лексичні – засоби мовного вираження часу, може бути названа темпоральністю (Бондарко, 1990).

Засоби вираження темпоральності, що є компонентами ядра чи периферії відповідного ФСП, не існують в тексті ізольовано. Результатом їх взаємодії є реалізація певних семантичних відтінків часових форм, транспозиція часових форм в інший темпоральний план, вираження невластивої для певної граматичної форми темпоральної семантики, формування часових значень у мовних одиницях, що не мають граматичної категорії часу.

У всіх мовах світу в реченні закладена інформація, яка дозволяє мовцю описати ситуацію в часі. Серед лінгвістичних форм, які відіграють роль у вираженні темпоральності в китайській мові можна назвати граматичні форми

дієслів минулого, теперішнього та майбутнього часу, темпоральні конкретизатори та прислівники, а також аспектні одиниці.

Зазвичай китайські лінгвісти (Jo Wang Lin, 2006) дотримуються думки, що реалізація темпоральності в китайській мові супроводжується використанням слів або словосполучень, які безпосередньо передають семантичне значення часу (темпоральні конкретизатори). Наприклад: 今年以来 昨天 – «Починаючи з цього року», 明年 – «Наступного року», 改革开放之后 – «Після політики реформ та відкритості», 1949年10月1日 – «1 жовтня 1949».

Також темпоральність може реалізовуватись за допомогою таких аспектних маркерів, як 了 та 过 . Аспектні допоміжні слова можуть містити в собі інформацію про зв'язок ситуативного часу з часом мовлення, хоча і не завжди.

Зазвичай 了 в кінці речення говорить про те, що ситуація локалізується в часі, тотожному моменту мовлення, вказує на зміну ситуації або на кінець речення; при вживанні після дієслова вказує на доконаність дії; а 过 після дієслова – про те, що час події передує моменту розмови. Наприклад: 他看了电影 – «Він дивився фільм»; 他看电影了 – «Він почав дивитися фільм»; 他看过电影 – «Він дивився фільм» (щонайменше один раз колись в минулому) (Jo Wang Lin, 2006).

Що ж до теперішнього часу, то маркер 在 вказуватиме на те, що дія незавершена або в процесі виконання, така дія близька до ситуативного часу. Наприклад: 他在北京学习 – «Він навчається в Пекіні». Ще одним маркером в теперішньому часі є 着 -zhe, що вказує на незавершену дія або дію в процесі виконання, що близька до ситуативного часу. Наприклад: 他们正谈着话呢 – «Вони як раз зараз розмовляють».

Інформація про темпоральність також передається за допомогою дієслів, що орієнтовані на майбутнє 要 , 会 . Ці дієслова є модальними за своєю природою. Модальні дієслова також виражають майбутній час. Проте, дещо відрізняються між собою: 要 – здебільшого виражає бажання; 会 – прогнозує (вживається для запланованих ситуацій тощо). Наприклад: 我要去上海 – «Я хочу з'їздити в Шанхай»; 他会来 – «Він має прийти».

Отже, категорія темпоральності репрезентує систему значень, які в онтологічному сенсі співвіднесені із поняттям часу. Власне час в найзагальнішому розумінні є денотатом, що відображений через різні види темпоральної семантики.

ЛІТЕРАТУРА

- Барчук, В.М. (2011). Граматична темпоральність: Інтервал. Час. Таксис: Монографія. Івано-Франківськ: Сімік.
- Бондарко, А.В. (1978). Грамматическое значение и смысл. Ленинград.
- Бондарко, А.В. (1984). Функциональная грамматика. Ленинград.
- Бондарко, А.В. (1990). Теория функциональной грамматики: Темпоральность. Модальность. Ленинград.
- Jo Wang Lin, (2006) Meaning of Guo. Journal of Semantics, 23, 1–53, National Chiao Tung University.

КЛАССИФІКАЦІЯ ЛЕКСИЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ (НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНОЇ ПЕРСЬКОМОВНОЇ ДОКУМЕНТАЦІЇ)

Конус В.Є.

Київський національний лінгвістичний університет

Переклад є однією з важливих форм міжкультурних взаємин і даний момент перекладачі являють собою найточніший і найбільш надійний засіб для міжнародного спілкування в різних сферах. Оскільки кожна окрема культура постає як цілий світ, цілком природнім є відсутність певних реалій однієї культури народу в іншій. Для відтворення реалій, за їх відсутності перекладачі вдаються до лексичних трансформацій.

Т.Р. Левицька та А.М. Фітерман (1976) виділяють чотири причини, що викликають лексичні трансформації:

1. Різне бачення предметів об'єктивної дійсності, що базуються на виділенні у відповідних словах двох різних мов двох різних ознак.
2. Різниця в семантичній структурі слова, тобто в його смислового обсязі.
3. Різниця в сполучуваності .
4. Традиційне для кожної мови вживання слова або слів.

В. Н. Комісаров (2013) стверджує, що лексичні ПТ застосовуються при перекладі в тому випадку, якщо у вихідному тексті на мові оригіналу зустрічається нестандартна мовна одиниця на рівні слова, наприклад, яке-небудь ім'я власне, притаманне початкової мовної культури і відсутнє в мові перекладу, термін в тій або іншій професійній області, слова, що позначають предмети, явища і поняття, характерні для вихідної культури або для традиційного іменування елементів третьої культури, але відсутні або мають іншу структурно-функціональну упорядкованість у мові перекладу. Такі слова посідають дуже важливе місце в процесі перекладу, тому що будучи порівняно незалежними від контексту, вони, тим не менш надають різну спрямованість, в залежності від вибору перекладача.

До лексичних перекладацьких трансформацій належать транскрипція і транслітерація, калькування, конкретизація, генералізація, модуляція або смисловий розвиток.

Перекладацька транскрипція – це формальне пофонемне відтворення вихідної лексичної одиниці за допомогою фонем мови перекладу.

Транслітерація – формальне полімерне відтворення вихідної лексичної одиниці за допомогою алфавіту МП, за допомогою літер імітація форми вихідного слова.

Калькування – відтворення не звукового, а комбінаторного складу слова або словосполучення.

Конкретизація – заміна слова або словосполучення іноземної мови з більш широким предметно-логічним значенням на слово в перекладі з більш вузьким значенням.

Генералізації передбачає заміну одиниці мови оригіналу, що має вужче значення, одиницею на мові перекладу з ширшим значенням.

Модуляція – це заміна слова МО на слово або словосполучення МП, значення яких можна вивести логічним шляхом з початкового значення.

При перекладі офіційної документації перекладач не вдається до транслітерації та перекладацької транскрипції.

Однак спостерігаються калькування: “مطالبی را که در زیر ذکر شده مورد تایید من می باشد” (я підтверджую перераховане нижче), ця фраза перекладена словосполученням “заявляю наступне”, використання даної трансформації в цьому реченні спрощує зміст сказаного, в мові перекладу використана калька, яка є типовою для подібних документів.

Також перекладач вдається до генералізації. Це прослідковується при перекладі словосполучення “اطلاعات نادرست گمراه یا یا کننده اسناد غیر قابل اثبات” (неправильна інформація або та, що вводить в оману або недійсні документи), що перекладена як “неправдива, або така, що вводить в оману, інформація чи документи”, замінюючи ознаки “неправильний, недійсний” одним прикметником “неправдивий”.

Однак, при перекладі документів перекладач також використовує еквіваленти, наявні в українській мові. Наприклад в кінці документу не перекладене слово в дужках “اداره مهاجرت پناهندگان”, оскільки це є державна установа, яка має усталену назву - “Міграційна служба України”.

ЛІТЕРАТУРА

Комиссаров, В.Н. (2013) *Теория перевода (лингвистические аспекты)* Москва: Альянс.

Левицкая, Т.Р. Фитерман А.М.(1976) *Проблемы перевода* Москва: «Международные отношения».

СПЕЦИФІКА ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРСЬКОЇ ФРАЗЕОЛОГІЇ У СУЧАСНОМУ МОВОЗНАВСТВІ

Копил Т.І.

Київський національний лінгвістичний університет

Перед дослідниками фразеології іранських мов постає низка важливих і ще не вирішених проблем. Одна з таких проблем – розмежування деяких різновидів іменних фразеологічних одиниць і складних слів. Труднощі в розмежуванні цих одиниць спричинені певними причинами: іменні ФО і складні слова нерідко утворюються за схожими структурними моделями і збігаються за характером переосмислення компонентів. У тих мовах, де широке поширення набув ізафетний зв'язок (напр., перська, таджицька), в результаті редукції або втрати ізафетного показника спостерігаються або перехідні випадки між фразеологічними сполуками і складними словами, або випадки повної лексикалізації словосполучень.

В іранських мовах надзвичайно великий розвиток отримала дієслівна фразеологія, що включає до свого складу сполуки різної семантичної неподільності і різної внутрішньої структури (Рубінчик, 1981, с.53).

Проблема дослідження і зіставлення фразеологізмів різних мов актуальна ще з минулого століття і до теперішнього часу. Ще в 1981 році Рубінчик Ю.А. написав монографію (1981), присвячену всебічному дослідженню фразеології перської мови. У ній докладно характеризувалися: структура, семантика і особливості функціонування перських фразеологічних одиниць. Відповідно до цієї класифікації фразеологізми перської мови розподіляються на декілька класів виходячи з їх структурних і семантичних особливостей. У результаті такого групування, виділяються іменні ФО, дієслівні ФО, фразеологізми-речення, які, в свою чергу, діляться на підкласи.

У роботі Голєвої Г.С. (2006) представлена об'ємна картина унікальної фразеологічної системи перської мови. При цьому фразеологізми розглядаються як в плані їх власне мовних особливостей, так і в національно-культурному аспекті. Особливе значення мають рясно представлені та переведені формули мовного етикету, широко вживані в іранському суспільстві прислів'я, приказки та поетичні афоризми. Згруповані за тематикою комунікативні фразеологізми живо ілюструють етнопсихологічні риси та соціально-етичні норми іранського народу. У роботі наводиться велика кількість ілюстрованих прикладів з перської художньої літератури, які розкривають комунікативно-функціональний статус фразеологізмів у перській мові. Спеціальна глава «Фразеологічні одиниці і контекст» присвячена дослідженню проблем фразеології стосовно мовної діяльності.

У фразеології перської мови переважну більшість займають дієслівні фразеологізми, а також складні дієслова з притаманними ФО ознаками. Дослідник перської фразеології Мансур Шакі у своїй роботі (1967) називає складні дієслова перської мови фразовими дієсловами (phrasal verbs).

Корисною в теоретичному плані є робота С.В.Мухліної про антонімію у сфері дієслівної фразеології перської мови (1997). У цій роботі доводиться, що фразеологічні одиниці, за прикладом окремих слів, можуть бути протилежними за значенням, антонімічними. У роботі виділяються логічні і лінгвістичні критерії антонімічності складних дієслів, проводиться їх семантична класифікація, описується лексико-граматична структура антонімічних дієслівних ФО.

Фразеологія іранських мов широко досліджувалася мовознавцями з Росії. Так О.А. Веретенніков, слідом за Ю.А. Рубінчиком, поділяє всі багатокомпонентні дієслівні фразеологізми, які мають два і більше компонентів в своєму складі, на три групи. Групи виділені залежно від того, утворюють вони або не утворюють рамкову конструкцію (Веретенніков, 1993).

У працях з фразеології перської мови також розглядалась проблема семантики ФО. З метою опису семантичних типів фразеологізмів вчені використовували широко відому класифікацію В.В. Виноградова (Веретенніков, 1993, с.11), в якій виділяється фразеологічні зрощення, єдності та фразеологічні сполучення. Варто згадати працю присвячену перській фразеології Ю. Ю. Аваліані на тему розвитку потенційних сем у компонентів у складні ФО. Ю.Ю. Аваліані описує явище появи додаткових семантичних значень у слів в складні ФО, які не були зареєстровані в самотійному використанні слова (Веретенніков, 1993, с.11).

Отже, можна сказати, що за останні десятиріччя вивчення фразеології іранських мов активізувалося: досліджуються як різновиди фразеологізмів у мові загалом, так і фразеологія у творах окремих письменників, зіставляються фразеологізми різних мов, укладаються фразеологічні словники.

ЛІТЕРАТУРА

- Рубінчик, Ю.А. (1981). *Основы фразеологии персидского языка*. Москва: Наука.
- Голева, Г.С. (2006). *Фразеология современного персидского языка*. Москва: Муравей.
- Шакі, М. (1967). *Principles of Persian Bound Phraseology*. Енн-Арбор: видавництво Мічиганського університету.
- Мухлініна, С.В. (1997). *Антонимические отношения в сфере глагольной фразеологии персидского языка* (Дис. канд.філ.наук), Інститут востоковедіння РАН, Москва.
- Веретенніков, А.А (1993). *Очерки глагольной фразеологии персидского языка*. Москва: Восточная литература.

LES EMPRUNTS DANS LA LANGUE FRANÇAISE COMTEMPORAINE (A LA BASE DES PUBLICATIONS IMPRIMEES ET INTERNET) DANS LE GENRE JOURNALISTIQUE

Корнієнко А. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Le vocabulaire de la langue française change constamment. Son lexique varie et s'enrichit à toute époque. Parmi les différentes sources d'enrichissement lexical il faut signaler l'emprunt aux autres langues. Ce phénomène linguistique est étroitement lié au développement de la société, à l'histoire du peuple.

Le terme "emprunt", a un sens assez vague, ou trop large, dans certains ouvrages linguistiques. Il est donc important de trouver une définition qui soit plus précise. L. Deroy, dans son livre sur l'emprunt linguistique, fait remarquer qu'on "ne peut logiquement qualifier d'emprunts dans une langue donnée que des éléments qui y ont pénétré après la date plus ou moins précise marquant conventionnellement le début de cette langue" (Picoche, 1995).

Dans notre travail, nous nous sommes concentrées sur les emprunts dans la presse française contemporaine, et, plus particulièrement encore, sur les emprunts qui ont apparu dans la langue française. À propos de cette problématique de nombreuses questions se lèvent. Les emprunts aux langues étrangères, représentent-ils un phénomène fréquent dans la langue française contemporaine? Quelles sont les langues auxquelles le français emprunte le plus souvent? Les emprunts du latin : liberare livrer (XI s.) libérer (XVI s.); major maire (XII s.). A l'espagnol surtout au XVI et au commencement du XVII s. à l'époque des guerres entre la France et l'Espagne ont été empruntés des mots comme: camarade, casque, débarcadère, caserne, escou. Par l'intermédiaire du portugais ont pénétré quelques mots exotiques: banane, bambou (Cerquiglini, 1991).

Vers le X^{ème} siècle le lexique du français était déjà formé. Mais ce lexique n'était pas riche: il était fait par le peuple pour son usage quotidien et contenait les mots nécessaires aux formes primitives de la société humaine d'autrefois. A mesure que la civilisation se développe, cette langue devient insuffisante, à des mots nouveaux. Ces mots ont été empruntés par les savants (clercs) au grec, mais surtout au latin classique (Bertrand, 2008). L'histoire des langues montre clairement que les emprunts constituent un phénomène normal, universel, qui participe largement de la dynamique des langues et de l'élargissement de leur vocabulaire. De ce point de vue, ils représentent un enrichissement des langues et une manifestation des contacts qu'elles entretiennent entre elles.

LITTÉRATURE

- Bertrand, O. (2008). *Histoire du vocabulaire français*. Paris, France: "Éditions du Temps".
- Cerquiglini, B. (1991). *La naissance du français: collection Que sais-je?* Paris, France: "Presses universitaires de France".
- Picoche, J. (1995). *Structures sémantiques du lexique français*. Paris, France: "Nathan". Tiré de: http://ebooks.grsu.by/lexic_franc/les-emprunts.htm

РАСТИТЕЛЬНЫЙ МИР В ТВОРЧЕСТВЕ А.АХМАТОВОЙ

Корновенко Л.В., Шлапак Д.В.

Черкасский национальный университет имени Богдана Хмельницкого

Погружение в творчество А.Ахматовой разных лет вызывает ощущение прикосновения к чарам красоты **РАСТИТЕЛЬНОГО МИРА**: роскошных и скромных полевых цветов, могучих и сильных деревьев леса, летних и плодородных кустов и т.д.

Цель работы – исследование представления растений в поэзии А.Ахматовой как средства отражения индивидуальной картины мира. В процессе работы были изучены поэтические тексты, содержащие понятия **РАСТИТЕЛЬНЫЙ МИР**: цветы, деревья, кустарники, травы.

В настоящее время существуют различные работы, посвященные анализу **РАСТИТЕЛЬНОГО МИРА** в творчестве Ахматовой, однако эти наблюдения не достаточно систематизированы. Цветы, растения являются символом чего-то светлого, молодого, бурлящего, радующего глаз, поэтому становится ясным общий любовный настрой раннего творчества А. Ахматовой: «*То в инее ярком блеснет, / Почудится в дреме левкоя...*»; «*На коленях в огороде / Лебеду полю.*»

В «Белой стае» происходит обновление поэта: «*Как дым от жертвы, что не мог / Взлететь к престолу Сил и Славы, / А только стелется у ног, / Молитвенно целуя травы...*».

Реальность все быстрее, уверенными шагами «входит» в мир героини, однако возникают новые тревоги: «*Пахнет гарью. Четыре недели / Торф сухой по болотам горит. / Даже птицы сегодня не пели / И осина уже не дрожит.*».

Примечательное название сборника «Подорожник» (*Подорожник – сорная луговая, обычно придорожная, трава с мелкими цветками, собранными в колос*). Почему поэт останавливается не на пышном букете из благородных цветов, а берёт ничем не примечательную траву, растущую у дороги? Двадцатые годы – конец гражданской войны, «старый мир разрушен», а новый не так легко создать.

Пропорция в употреблении номинаций различных растений, позволяет выявить самое низкое количество упоминаний конкретных видов цветов, в основном деревья и травы (более 30%). Здесь символ подорожника олицетворяет не только гибель прошлого, но и косвенно указывает на возрождение лирической героини, которая оказалась «у дороги непроезжей». Обращаясь к еще одному значению подорожника – «лекарственное растение» можно предположить, что он стал противоядием ситуации тех лет, следовательно, обретает иное звучание – символ вечной нетленной жизни, которая существует вне времени и событий.

Известно, что А.Ахматова дважды включала данный сборник в «ANNO DOMINI», что означает «В лето Господне» – время упадка для русской интеллигенции. Именно поэтому, давая заглавие «Подорожник», она пыталась приостановить поток крови из душевных и телесных ран общества. Мы проследили синонимический ряд к слову *подорожник* у А.Ахматова выделяются: *дорога, линия, колея, путь*. Образ дороги одновременно символизирует религиозный путь развития страны, как и образ Цветка – «будущей бессмертности тела».

В стихотворении «Памяти В.С.Срезневской» наблюдается самое позднее употребление травы. Ахматова постоянно играет на контрастах: «*Почти не может быть, ведь ты была всегда / В тени блаженных лип, в блокаде и в больнице / ...И травы пышные, и страшная вода...*».

Осознание трагичности судьбы, сплетаясь с чёткими природными акцентами, даёт энергию и вселяет уверенность в завтрашнем дне. Так, невероятный оптимизм среди чёрной реальности – одна из главных черт ахматовского пера: «*Полевые цветы на воле, / Их не надо трогать и рвать... / ...Для детей, для бродяг, для влюбленных / Вырастают цветы на полях...*».

Они, подобно звёздам на небе, пробиваются сквозь обесточенную «русскую землю». Возрождаются и душа, и мысли, и цветы. Не окрепшие, но главное – находящиеся *на воле, их не надо трогать и рвать*.

В докладе будут представлены результаты распределения номинаций *РАСТЕНИЙ* в мире лирической героини, предварительно укажем, что чаще всего встречается просто "Цветок" (пятьдесят восемь упоминаний).

ФІЛОСОФІЯ ЕПОХИ ШРАМАНСЬКИХ ДОКТРИН

Кот Г.С.

Київський національний лінгвістичний університет

Незважаючи на те, що індійська релігійно-філософська традиція не знала формальної фіксації будь-яких текстів як канону, вона, по суті, вважається

канонічною. Відповідно до визнання вищого релігійного авторитету ведійського канону всі школи стали традиційно розділятися на “астіка” і “настіка” – ортодоксів і єретиків (Бешем, 1951). Зазвичай “настіка” називали не стільки представників неведійських шкіл, скільки всіх тих, хто заперечував авторитети Вед, – “нігілістів”.

На рубежі VI/V – V/IV ст. до н. е. серед представників “настіка” з’являються мислителі і вчителі, яких називають “шрамани”, а саму епоху виникнення нових філософсько-релігійних течій – шраманською. (Бешем, 1951) Шрамани являли собою вкрай неоднорідну групу мандрівних аскетів, які вважали, що саме в суперечках між собою і з брахманами-традиціоналістами необхідно відстоювати свої власні вчення і погляди. Для шраманив невласивим було дотримання авторитету будь-якої традиції, а кожна дія або положення речей вимагало логічного обґрунтування. Кожен представник шраманської течії мав вільне право висловлювати власні, іноді вкрай радикальні, думки на будь-яку тему, не зважаючи на засудження з боку брахманів.

Перш за все, шрамани заперечували авторитет Вед і встановлені за їх допомогою ідеологічні і соціальні норми. Звідси випливала їх категорична незгода з визнанням брахманства як особливого становища в суспільстві та ролі брахманів, як єдиних носіїв вищої істини. Друга істотна відмінність шраманив від представників інших релігійно-філософських шкіл полягала в особливій увазі до проблем етики. Відкидаючи традиційний варновий уклад життя, описаний і деталізований у ведійській літературі, вони по-новому підходять до питання про “місце людини в природі і суспільстві” і про її призначення. (Бонгард-Левін, 1980, с. 66–68)

Одним з найцікавіших “єретиків” шраманська традиція називає Пурана Кассапа. В його вченні етичні питання, що зазвичай є важливими для шраманив, розглядаються під радикально іншим кутом зору. Стрижнем його вчення є доведена до логічного кінця ідея детермінізму. Світ, з його точки зору, розвивається за задалегідь встановленим законом, не маючи нічого спільного з надприродними істотами або єдиним всемогутнім божеством. Мало того, Кассапа ще й заперечує вплив будь-яких людських дій на подальшу долю індивіда (вчення Кассапа було названо пізніше “акріявада” – доктрина бездіяльності). Це стало головною причиною різкого засудження з боку буддистів, які пропонували принцип “кріявади” (віри в ефективність дії). Основний мотив акріявади – положення про те, що жодна дія не є результативною в тому сенсі, що вона нічого принципового в житті людини не змінює.

Буддійська традиція засуджує Кассапа як ворога моральності. Наприклад, в “Сам’ютта-нікає” цитується вірш прихильників його вчення, згідно з яким Пурана не бачить за жодними діями ні гріха, ні чесноти, не вважаючи недопустимим каліцтво, вбивство або будь-яке інше насильство. Цинічні побудови Пурани, звичайно, були розраховані на епатаж слухачів, але за цим епатажем слід вбачати і рішучість дійти до логічного кінця доктрини “відсутності дії” (Бонгард-Левін, 1980, с. 69–71).

Справді, з точки зору Пурана Кассапа, дія не може нічого істотно змінити в тому випадку, якщо всі вчинки індивіда вже визначені наперед (що витікає з

концепції детермінізму) і якщо долі тих, кому людина своїми діями може допомогти або зашкодити, також зумовлені.

ЛІТЕРАТУРА

Basham A. L., (1951). History and doctrines of the Ajivikas, a Vanished Indian religion. London: Publisher "Motilal Banarsidass".

Бонгард-Левин, Г. М. (1980). Древнеиндийская цивилизация. Философия, наука, религия. Москва: Наука.

АНГЛОМОВНИЙ ЮРИДИЧНИЙ ДИСКУРС В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА

Т.В. Красноштан

Київський національний лінгвістичний університет

Сучасна суспільно-політична ситуація в Україні визначається низкою процесів, які детермінують її майбутнє і сьогодення. Це відбивається у посиленні міжнародних зв'язків, розширенні інтеграційних меж та адаптації норм українського законодавства до європейського. Отже, переклад юридичних документів стає **актуальною** потребою сучасного українського перекладу, що потребує фундаментального вивчення юридичного дискурсу та його особливостей.

Юридичний дискурс належить до інституційного типу дискурсу, що відображається в наявності чіткої мети, учасників та усталеного шаблону розгортання мовленнєвої ситуації (Гамзатов, 2004, с. 94). Ціль юридичного дискурсу – врегулювання соціальних взаємовідносин. Основними типами юридичного дискурсу вважають **законодавчий, усний судовий, письмовий судовий та освітньо-правовий** (Коваль, 2006, с. 89). Вальтер Отто (1981) у межах юридичного дискурсу виділяє **мову законів** (законодавчі, абстрактні, правові норми), **мову юридичної науки та експертиз**, **мову відомчого писемного спілкування та адміністративний жаргон** (S. 44-57). Для кожного функціонально-стильового типу юридичної мови властиві специфічні риси, норми і правила використання мовних засобів відповідно до ситуації та комунікативного завдання.

Юридичний переклад є одним із видів спеціального перекладу, ціль якого – відтворити засобами іншої мови зміст правових письмових чи усних текстів. Особливостями юридичного перекладу є:

1) використання спеціальної юридичної лексики, юридичних понять та реалій (*solicitor, coerced acquiescence, to retaliate accusation*).

2) вживання загальноновживаної лексики у її звичному значенні (*accomplice*) та зі спеціальним незвичним значенням (*utility, valid, warrant*).

3) насиченість юридичних текстів скороченнями юридичного вжитку (*USJC – United States Judicial Code, CB – casebook, COA – court of Appeals, CIF – Coming into Force*).

4) вживання синонімів, що використовуються з метою уникнення двозначності; кліше та сталих виразів, використання особливих засобів забезпечення цілісності тексту. Інформаційне навантаження кожного речення та важливість вичерпної й однозначної передачі кожного положення пояснюють використання надзвичайно довгих речень зі складним синтаксисом.

5) наявність в оригінальних текстах міжнародних угод запозичень з латинської (*lex loci delicti, absente reo*) та французької мови (*plaintiff, voirdire, profit a prendre*), які часто не підлягають перекладу.

6) вживання в англomовних юридичних текстах слів давньоанглійського походження, які вийшли із загального вжитку (*hereinabove, whereby*). Мова права є ритуальною та консервативною, архаїчність надає їй авторитетності та навіть величності.

7) часте використання дієслів у пасивному стані (*the criminal case was initiated by the Prosecutor's Office*) та переважання дієслів в абсолютному теперішньому часі задля об'єктивного представлення інформації. Наявність дієслівних структур зі значенням модальності необхідності та можливості створюють стилістично нейтральний відтінок. У юридичних текстах широко вживається модальне дієслово *shall* для вираження наказу або зобов'язання. Наприклад, "*The Parties shall take the necessary measures to*" (Чепурна, 2013, с. 322). У юридичних текстах відсутня компресивність (відсутність скорочень, дужок та цифрових позначень; числівники передаються словами і т.д.). Іменники та займенники з узагальнювальною семантикою "**кожний, ніхто, всі громадяни**" переважають.

8) наявність в юридичних текстах особливих ідіоматичних виразів та фразеологічних сполучень, які не вживаються чи рідко вживаються в літературній мові (*to meet claim, the jury finds guilty, preliminary stipulations*) (Шумило, Сніца, 2016, с. 267-268).

Отже, в контексті сучасного перекладознавства, можна стверджувати, що переклад юридичних документів повинен реалізувати такі принципи як логічність, офіційність, нейтральність, точність, стереотипність, своєрідна імперативність. Такі риси як нейтральна лексика, запозичені слова, особлива синтаксична будова, граматична своєрідність, спеціальна термінологія, кліше та сталі вирази вирізняють юридичний дискурс та повинні бути майстерно передані у процесі перекладу. Якість юридичного перекладу впливає на ефективність правозастосування, ступінь регламентації відносин, адже мова перекладу повинна забезпечити реалізацію суспільного призначення та відповідати правовому узусу.

ЛІТЕРАТУРА

- Гамзатов, М.Г. (2004). Техніка і специфіка юридичного перекладу : зб. статей Санкт-Петербург.
- Коваль, Н.Є. (2006). Комунікативно-прагматичні аспекти юридичного дискурсу. Викладання англійської мови як мови фаху в контексті глобалізації університетської освіти. 1. (с. 87-97). Львів.
- Чепурна, О.В. (2013). Особливості методичної роботи над англomовними юридичними текстами у процесі перекладу. Вісник Дніпропетровського

університету імені Альфреда Нобеля. Сер.: Філологічні науки, 2, 321-325. –
Взято з: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vduepf_2013_2_46

Шумило І., Сніца Т. (2016). Особливості перекладу юридичних текстів.
Філологічний дискурс. 4. (с. 266-272). Хмельницький.
Otto, W. (1981). Die Paradoxie einer Fachsprache. Stuttgart: Der öffentliche
Sprachgebrauch. Band II

СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ АКТУАЛЬНОГО ЧЛЕНУВАННЯ РЕЧЕННЯ У СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

Кривенко В.Д.

Київський національний лінгвістичний університет

Аналізуючи або перекладаючи текст китайською мовою, звичайного синтаксичного розбору речення іноді буває недостатньо, щоб розкрити його зміст. Тому у 80-х роках минулого століття американськими вченими С. Томпсон і Ч. Лі (Li & Thompson, 1976) було введено два поняття, топік і коментар, які змінили звичну модель членування речення. Розбираючи китайські речення таким чином, можна досягти більш ефективного аналізу його змістових компонентів, тобто визначити, що саме описує мовець, і яку додаткову інформацію про описуване він вводить.

В. Курдюмов (2005) не погоджувався з тим, що топік і коментар у реченні – це лише варіація теми і реми з незначними відмінностями. Він стверджував, що на відміну від темо-рематичних зв'язків у реченні взаємозв'язки топіка і коментаря є більш глибокими і первинними. Отже дискусії щодо актуального членування речення у сучасній китайській мові досі тривають.

Лі Цзіньсі і Лю Шижу (Цзинси и Шижу, 1989) вважають, що граматичний центр у китайській мові зосереджений саме у синтаксисі, тому що слова, як правило, не мають зовнішніх морфологічних ознак, за якими їх можна було б зарахувати до тієї чи іншої частини мови. Тому необхідним є не лише аналіз морфологічних ознак, а й виконуваних синтаксичних функцій, що уможлиблює розуміння того, як функціонує слово в ролі того чи іншого члена речення, яким чином корелюється з іншими словами, а також формальними елементами.

Необхідно також звернути увагу на той факт, що синтаксис сучасної китайської мови має певні особливості, які у свій час освітлювали у своїх працях мовознавці як з Китаю, так і з різних куточків світу. Серед них Чжао Юаньчжень (1979), Ч. Хоккет (1958), Ч. Лі, С. Томпсон (Li & Thompson, 1976), і В. Курдюмов (2005). Саме Ч. Лі і С. Томпсон запропонували разом з новим підходом до актуального членування речення, тобто виокремлення у реченні топіку і коментаря, поділити мови на такі, у яких морфологія і синтаксис підкреслюють різницю між топіком і коментарем у реченні.

Китайська мова відноситься до ізолюючих, жодна з морфологічних форм слова не сигналізує про його синтаксичні функції і синтаксичні зв'язки. Для реалізації синтаксичних зв'язків вкрай важливим є порядок слів і службові слова.

Але це не єдина функція прямого порядку слів. За допомогою такої побудови речення можна простежити також і темо-рема-тичні зв'язки всередині нього.

В англомовній літературі частіше зустрічаються терміни топік та коментар, де топік, відповідно до переконань Ч. Лі і С. Томпсон (Li & Thompson, 1976), встановлює просторову, часову або індивідуальну структуру, в якій зберігається основна предикація. Між топіком і коментарем є певний семантичний зв'язок, тому вважається недоцільним аналізувати сенс китайських речень, беручи за основу лише їх синтаксичну структуру.

Отже, в сучасній китайській мові актуальне членування речення виконує низку функцій. Серед них формування логічного зв'язку між реченнями у тексті через повтор певних елементів, які ще називають ключовими. Ця функція є важливою для досягнення комунікативної мети тексту, оскільки спрощує його сприйняття реципієнтом. Сучасна китайська вважається орієнтованою здебільшого на топік, тому він часто знаходиться на початку речення, тобто не менш важливою функцією можна вважати додавання акценту на певну частину інформації, який впливає на сприйняття тексту.

У ситуаціях, коли граматична структура речення не співпадає з позиціями топіку і коментаря, це зумовлено особливою функцією актуального членування, а саме перетворення речення на динамічну одиницю, адаптацію його змісту відповідно до ситуації. Іноді у різних функціональних стилях мови використовується прямий або непрямий порядок слів, а отже і зміна положення топіку відносно коментаря як спеціальний художній засіб.

ЛІТЕРАТУРА

Li, C., & Thompson S. (1976). *Subject and Topic: A New Typology of Language*. New York, NY: Academic Press.

Курдюмов, В.А. (2005). *Китайская грамматика в русском языке: Теория и практика для преподавателей РКИ и китайского языка*. Москва, Российская Федерация: Цитадель-трейд.

Цзинси, Ли и Шижун, Лю. (1989). *Еще раз об изучении грамматики – разграничение частей речи и проблема существительных*. Москва, СССР: Прогресс.

赵元任. (1979). *汉语口语语法*. 北京：商务印书馆.

Hockett, Ch. (1958). *A Course in Modern Linguistics*. New Jersey, NJ: Prentice Hall College Div.

ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ХУДОЖНІХ ТВОРІВ ДЛЯ ДІТЕЙ (НА МАТЕРІАЛІ ПРИГОДНИЦЬКОГО РОМАНУ В. РУТКІВСЬКОГО “ДЖУРИ КОЗАКА ШВАЙКИ”)

Кузьомко К. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Одним з найвагоміших показників рівня розвитку мови є її стилістична диференціація. Використання мовних стилів зумовлене різними сферами спілкування, а кожен стиль сформований із сукупності тільки йому властивих

мовних ознак, стилетвірних засобів – лексичних, фразеологічних і граматичних. Саме завдяки таким мовним ознакам можна відрізнити один стиль від іншого, адже вони зосереджують у собі певну специфіку вживання, використання і стильову відмінність.

Художній текст є матеріальним та незалежним віддзеркаленням світобачення автора. У власних творах автор хоча і є вільним у виборі стилетвірних ознак і мовних засобів, проте має підпорядковуватися жанровим особливостям творів. Обираючи своєю цільовою аудиторією дітей, письменник має враховувати їхній поріг розуміння нових понять та запас слів (активний і пасивний). Для дітей звичним є побутове й естетично-образне спілкування, адже дитина ще не включена в широке коло спілкування дорослих і тому оперує тільки знайомими їй поняттями. На цьому етапі її сприйняття художнього тексту спирається на власний досвід, що становить розмовно-побутове мовлення, яке позначається місцевим колоритом і часто у творах зображується у вигляді різноманітних діалектів, а також художній стиль, який дітям відомий з віршів, казок, скоромовок і, звісно, з творів шкільної програми.

У художньому стилі відбиваються індивідуально-авторські особливості вживання різних мовних засобів та поєднання елементів різних стилів. Розгляньмо для прикладу пригодницький роман “Джури козака Швайки” Володимира Рутківського.

Важливу частину лексичного простору роману становлять розмовні слова, які підвищують експресивність мовлення. Найбільша підгрупа розмовних слів представлена дієсловами (наприклад, *куняти, потрюхати, розшолопати, шубовстнути, забрьоханий, нацьковувати, відчикрижити, гарикнути, пугукнути, подибуляти, схарпудитися, розпанаханий, пащекувати, гизкати, дременути, вештатися, кишнути, порішити, прошкувати, здуріти, тицнутися, намазюкати, репетувати, поторсати, длубати, гмукнути, піддурювати*). Дещо менше репрезентовані іменники з таким самим стильовим забарвленням (наприклад, *зарізяка, хирляк, роззява, дурник, здохлятина, хлебтання, лахи, кебета, замазура, знайомець, круп, зайда, страховидло, злючка, потиличник, хлопчина, друзяка, писок, шибеник, пащека, здоровань, поганець, баяндрасник*). Прислівники, прикметники, присудкові слова, сполучники розмовного вжитку належать до найменш використовуваних автором (наприклад, *затим, набакир, поволеньки, замашний, куций, катма, буцімто*).

Уже з самої назви роману очевидно, що події у творі відбуватимуться за часів козаччини, а отже переважатиме пласт пасивної лексики, яка належить до периферії чи обмежена у вживанні певними функціональними контекстами. Найбільш представленою підгрупою пасивної лексики, зафіксованої у творі, є застарілі слова, передусім історизми, зокрема – *джура, улус, татари, челядник, курінь, ватага, бусурман, дозорець, дишель, каганець, провіант, челядь, канчук, праця, бек, гяур, ясир, чауш, козакувати, піхви, волхв*.

Невід’ємною частиною будь-якого художнього твору для дітей є демінутиви (слова зі зменшено-пестливим значенням). Зафіксовані вони й у досліджуваному романі: назви недорослих істот та малих предметів (наприклад, *поросята, чортенята, копичка, озерце, барилко, шкурка, бересток*,

клуночок); зменшено-оцінні (наприклад, курчатка, пастушок, річечка, шабельки, очиці, горлички, цуценятко, итанцята, галявинка, очеретинка, синичка, хлоп'ята, паличка, коник) та пестливі (наприклад, соловейко).

Варто сказати, що в канву аналізованих творів вплетено чимало просторіч – стилістично зниженого шару розмовної літературної мови. О. В. Зайцева (2013) у своїй праці “До питання про “просторічну” лексику” до просторіч відносить зневажливу, несхвальну, вульгарну та лайливу лексику. У тексті досліджуваних романів можна натрапити на такі приклади просторіч, як *посіпака, кирпа, костюмаха, мармиза, полчище, підлизуватися, лайдак, дідько, бузувір, гаспид, злигатися, патякати*.

Часто фіксуються в текстах також фразеологізми, наприклад: *показати, де раки зимують; аж волосся дибки стало; аж мурашки по спині бігають; сушити голову; вивести на чисту воду; і миша не проскочить; і ріски в роті не мати; хоч в око стрель; топтати ряст; не з хороброго десятка; лупати очима; аж жишки трусяться; дати драла; встигнути з козами на торг; як лизень злилав; годувати раків; тримати кишені ширше; як у воду впасти; заткнути за пояс; пасти очима; гратися з вогнем*.

Діалектна лексика – лексика, обмежена у вживанні певною територією. У творі можна натрапити на непротиставні (наприклад, *штурпак, пуцьвірінок*) та протиставні (наприклад, *жовнір, дідод, допіру*) діалектизми.

Отже, можна зробити висновок, що художній текст – це своєрідна знакова система. Автор використовує мовні здобутки народу для того, щоб якнайкраще втілити свою ідею і відобразити своє бачення світу, яке буде цікаве читачам не тільки з погляду сюжету, а й завдяки вміло використаним художнім та лексичним засобам.

ЛІТЕРАТУРА

- Зайцева, О. В. (2013). До питання про “просторічну” лексику. *Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя. Філологічні науки*. 1. 199–205.
- Рутківський, В. Г. (2009). *Джури козака Швайки*. Вид-во Івана Малковича “А-ба-ба-га-ла-ма-га”.

ЛІНГВОСЕМІОТИЧНА МОДЕЛЬ ПЕРЕКЛАДУ СТИЛІСТИЧНИХ ПРИЙОМІВ

Лайтер Д.І., Вялікова О.О.

Київський національний лінгвістичний університет

Головним завданням діяльності перекладача є точна і цілісна передача змісту оригіналу засобами іншої мови, зберігаючи при цьому його стилістичні та експресивні особливості. Відтворення емоційно-образної складової має особливе значення у процесі перекладу художньої літератури. Основне стилістичне навантаження закодоване у стилістичних прийомах, які є знаками, специфічними для художнього дискурсу (Вялікова, 2010).

Найпоширенішими серед моделей перекладу, які були створені за останні роки, вважаються інформативна, ситуативно-денотативна, комунікативна, теорія рівнів еквівалентності та семіотична (Государська, 2014). Семіотична модель перекладу може отримати статус універсальної, адже не залежить від видів, типів, форм перекладу, і може працювати як на знаковому, так і на суперзнаковому рівнях, через те що одиницею перекладу в ній виступає комунікативно значимий елементарний смисл – транслатема (Государська, 2015).

За термінологічною енциклопедією О. О. Селіванової, **лінгвосеміотика** – це “розділ лінгвістики й семіотики, об’єктом якого є мовні знаки” (Селіванова, 2006). У руслі лінгвосеміотики будь-яка природня мова трактується як знакова система. Знаки є носіями певних значень, завдяки чому і відбувається кодування інформації та реалізація комунікативних актів (Сидельникова, 2010). Комунікативний процес у лінгвосеміотиці тлумачать як процес “кодування та декодування структур смислу” (Андрейчук, 2015, с. 10). Лінгвосеміотичне тлумачення коду включає три аспекти: 1) код як встановлення відношення між знаком і об’єктом; 2) код як відношення між об’єктами в тексті, що забезпечує розкриття смислу мовного знака; 3) код як відношення знаків у тексті, що відображають соціально, історично та культурно зумовлені зв’язки об’єктів, визначальні для даного типу дискурсу – лінгвокультурний код (Андрейчук, 2015). Можливість інтерпретації кодів забезпечує здатність перекладача “відчитувати” їх та відтворювати мовою перекладу (там само).

О. В. Государська (2015) зазначає, що в основі семіотичної моделі перекладу лежить твердження про те, що переклад – це відтворення смислу, який виражений знаками мови оригіналу, у знаках мови перекладу. Перед перекладачем постає завдання визначити інтерпретанту первинного тексту та відтворити її у кінцевому тексті. Тобто створити знак, який зможе надати реципієнту максимально повну інформацію, що міститься в тексті оригіналу (Государська, 2015). При цьому важливо точно репрезентувати змістово-сміслову структуру оригіналу (що являє собою сукупності лексичних та граматичних значень, які співвідносяться із позамовною реальністю) засобами мови перекладу (Государська, 2014).

Двобічність знака передбачає наявність двох семіотичних макромоделей – змісту і вираження (Государська, 2014). При передачі знаків мови оригіналу знаками мови перекладу в роботі перекладача виділяють два основні етапи. На першому перекладач встановлює план змісту знака мови оригіналу, відштовхуючись від плану вираження, і зважаючи при цьому на контекст. Метою є виділення ядерних смислів, що формують план змісту. На другому етапі – перекладач здійснює пошук у мові перекладу знака, який має план змісту, сформований за допомогою тих самих ядерних смислів і використовується для позначення того самого елемента дійсності (там само).

Продемонструємо принцип роботи лінгвосеміотичної моделі на прикладі відтворення стилістичного прийому з планом змісту “порівняння із складним завдання, для розв’язання якого потрібна кмітливість” і планом вираження *as if I am a puzzle to be solved* засобами української мови.

В основу стилістичного прийому було покладено характеристику зосередженого погляду людини, коли вся її увага спрямована на вирішення певного завдання. Жінка у цьому контексті (“He's looking at me, not unbenevolently, but with curiosity, as if I am a puzzle to be solved” (Atwood, 2010, p. 194)) порівнюють саме із таким складним завданням. Для того, щоб адекватно перекласти художнє порівняння *as if I am a puzzle to be solved* необхідно знайти в українській мові такий засіб, який був утворений аналогічними ядерними семами ‘завдання’, ‘увага’ і ‘розв’язання’. Таким є порівняння *ніби я головоломка, яку йому потрібно розгадати*, що найбільш цілісно передає змістове і стилістичне навантаження, закладене в оригіналі.

Лінгвосеміотична модель має великий потенціал у перекладознавстві. Адже дає змогу перекладачеві декодувати сенс закладений в оригіналі та відтворювати його засобами мови перекладу.

ЛІТЕРАТУРА

- Андрейчук, Н. І. (2015). *Потенціал лінгвосеміотичної інтерпретації для розвитку перекладознавчих студій*. Записки з романо-германської філології, 1(34), 8-14.
- Вялікова, О. О. (2010). *Специфіка плану вираження тексту як складного знаку*. Вісник студентського наукового товариства Горлівського державного педагогічного інституту іноземних мов. Горлівка: Вид-во ГДППМ, 25, 43-47.
- Государська, О. В. (2014). *Семіотична модель як інструмент досягнення смислової адекватності при перекладі*. Вісник КНЛУ, Серія Філологія, Том 17, 2, 38-46.
- Государська, О. В. (2015). *Семіотична мікромодель відтворення плану вираження французьких соматичних термінів українською мовою*. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова, Вип. 13, Серія 9, Сучасні тенденції розвитку мов, 48-54.
- Селіванова, О. О. (2006). *Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія*. Полтава: Довкілля-К.
- Сидельникова, Л. В. (2010) *Специфіка функціонування мовного знака у знаковій системі мови*. Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики, 18, 382-391.
- Atwood, M. E. (2010). *The Handmaid's Tale*. London: Vintage Classics.

ОСНОВНІ ШЛЯХИ РОЗВИТКУ СЛОВНИКОВОГО СКЛАДУ (НА МАТЕРІАЛІ АРАБСЬКИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ У ПЕРСЬКІЙ МОВІ)

Лещенко Ю. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Відомо, що безперервний кількісний ріст словникового складу і його якісні зміни постають як виявлення об’єктивного закону розвитку лексики. Поняття «розвиток лексики» багатоаспектне та дуже складне. Жодна наука не в змозі дати адекватну картину формування словникового складу протягом декількох

епох. У лінгвістиці розглядається два найголовніших аспекти дослідження цього розвитку: соціолінгвістичний та лінгвістичний.

Соціолінгвістичний аспект розглядає причини розвитку лексики за межами мови – в соціальних проблемах, в історії народу. У даному випадку вивчення розвитку словникового складу буде відображати та фіксувати зміни соціальні, економічні, ідеологічні і т.д. Саме так представлені дослідження з лексики різних мов, і, зокрема, перша та єдина поки що робота М. А. Белгородського (1970) з лексики сучасної перської мови. Аналогічним способом викладу користується і М. Бахар (1980) у своїй праці.

Другий аспект цієї проблеми – лінгвістичний – розглядає шляхи і способи формування лексики, тобто відповідає на питання про те, як відбуваються якісно-кількісні зміни словникового складу. За такого підходу в першу чергу характеризуються внутрішньолінгвальні проблеми лексики: деякі питання словотвору, семасіології, фразеології, термінології тощо.

Сучасна перська лексика, як продукт багатьох епох, формувалася поступово, починаючи з глибокої давнини і закінчуючи сьогоденням. На усіх етапах цього розвитку змінювалось значення провідних процесів поповнення словникового складу, однак головними та найбільш інтенсивними процесами розвитку лексики на всіх етапах історії перської мови були внутрішній модельний словотвір, запозичення іноземної лексики і зміни семантичної структури слів. Важко сказати який з цих процесів був основним фактором поповнення словника, адже словниковий склад мови, як і вся мова в цілому, підлягає відомому закону нерівномірності розвитку.

Словотвір та переосмислення слів були провідними процесами формування словникового складу протягом усіх трьох історичних епох розвитку перської мови (давня, середня і нова). Одночасно йшов і процес запозичення іноземної лексики, який став найбільш інтенсивним в епоху розквіту персько-таджицької літератури, коли запозичення з арабської мови переповняли перську мову.

З усіх мов Близького та Середнього Сходу, що перебували під арабським впливом, перська мова за кількістю арабських лексичних запозичень стоїть на першому місці. Не випадково деякі іранські вчені вважають, що перська мова має два словникових склади – перський та арабський. Причина цьому не лише арабське нашествя і правління арабського халіфату, не тільки ісламська релігія та економічні, політичні і культурні зв'язки персів і арабів, але й тривала мовна мода, багатовакова орієнтація на арабську мову, сильні арабістичні тенденції аж до початку 20 ст.

Як відомо, з арабської мови запозичені не лише чисельні пласти різної лексики, окремі фразеологічні одиниці, крилаті слова та вирази, писемність, деякі службові слова, але й разом з цим матеріалом прийшли у перську мову словозмінні та словотворчі морфеми, окремі звуки, що дуже вплинули на граматичний та фонологічний устрій перської мови. Запозичення з арабської мови відбувалося різними шляхами – через усне спілкування, релігію, книжну мову науки і культури.

До релігійних, адміністративно-політичних, економічних, культурних термінів арабського походження, що належать до ранньоісламського періоду,

М. Бахар (1980) відносить такі слова як *لمسه* «мусульманин», *قرآن* «Коран», *الحج* «священна війна».

Особливо багато арабізмів книжного стиля, що не вживаються в просторічній лексиці. Так, наприклад, арабські *عين* «око», *أبي* «батько», *قراءة* «читання», *أكل* «їжа», *توقيع* «підпис», *كريم* «щедрий».

У сучасній мові збереглося досить багато арабізованих варіантів перських слів: *فيل* «слон», *أولاد*, *أولاد* «сталь», *فوز*, *فوز* «переможний» та інші.

Отже, арабські запозичення різних типів досить часто вживаються в перській мові і становлять один із основних шляхів розвитку словникового складу цієї мови.

ЛІТЕРАТУРА

Белгородский, Н.А. (1970) *Современная персидская лексика*. Москва: Изд-во Академии наук СССР.

Бахар, М.Т. (1980) *Стилистика и история развития персидской прозы*. Тегеран: Рахнама.

ПУРИЗМ У СТАВЛЕННІ ДО ЗАПОЗИЧЕНЬ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

Луговська І.М.

Київський національний лінгвістичний університет

Кожна мова – це не лише спосіб порозуміння та обміну інформацією, а й система, що постійно змінюється через суспільно-політичні, економічні та історичні фактори. Однією з таких ґрунтовних та важливих модифікацій є зміна лексичного складу мови та її основних одиниць.

Через збагачення мови, її розвиток та взаємодію з іншими культурами і народами українська мова ввібрала в себе десятки запозичень та інтернаціональних лексем. Адже процес запозичення іншомовних одиниць не є чимось незвичним, до того ж, є навіть закономірним. Проте гостро постає проблема перенасичення сучасної мови запозиченнями.

Тож на противагу запозиченням виникає явище пуризму. Пуризм – це мовна політика, спрямована на очищення літературної мови від іншомовних запозичень, новоутворень, елементів нелітературної мови: діалектизмів, просторічних елементів.

Більшість варіантів до слів іншомовного походження має зрозумілу семантику, тому носіям мови простіше їх сприймати. Тож запозичені лексеми, вживані поряд з питомо українськими, можуть бути замінені. І це стосується не лише розмовної, побутової лексики та абстрактних понять, але й термінів у різних галузях діяльності людини. Проте, з іншого боку, деякі запропоновані лексеми не можуть повною мірою замінити іншомовний варіант. Причиною цього є їхня стилістична забарвленість, що має часто додаткові значення

відтінки, які можуть бути не бажаними в текстах наукового чи офіційно-ділового стилів. Наприклад, пуристичними одиницями у ставленні до запозичень є: *абажур* – *дашок*; *аванс* – *завдаток*; *аварія* – *вилам, залам, злам, надлам, перелам, полам, розлам, лихо, лихо-вина, лихота*; *авдиторія* – *слухальня, навчальня, світлиця*; *авітаміноз* – *вітамінобрак, голоднеча на вітаміни*; *ароматний* – *запашиий*; *артрит* – *суглобиця*; *асанація* – *уздоровлення*; *асомнія* – *нічниця*; *асортимент* – *добір*; *асфальт* – *земна смола*; *атлас* – *мапозбірка*, *атлет* – *дужак, дужан, моцак*; *балкон* – *вислотанок*; *баскетбол* – *кошиківка, кошівка*; *бібліографія* – *книгоопис*; *бібліотека* – *книгозбірня*; *біжутерія* – *оздоби*; *бісектриса* – *косина*; *вакуоля* – *порожнівка*; *вакцина* – *сироватка*; *валюта* – *чужігроші*; *ванна* – *купіль*; *вегетаріянський* – *рослиноїжний*; *вегетативний* – *живкий*; *велосипед* – *колеска, самокатка*; *гараж* – *возівня*; *гармонія* – *милозвук, суголос*; *гарпун* – *гакник*; *гастрит* – *шлунковиця, шлункозапал*; *гематома* – *кров'як*; *гемоглобін* – *кровоцрасник, кровобарвник*; *геоцид* – *людиномор, народовигуб*; ; *десерт* – *заїдка*; *детектор* – *виявлячка, вказівка*; *дикобраз* – *їжатець*; *діабет* – *цукриця*; *діагональ* – *косина, перекут*; *ієрархія* – *ступневість*; *імітувати* – *наподоблювати, сподоблювати*; *імміграція* – *заселенство, заселя*; *імпазантний* – *величний, показний, пишний*; *імпульс* – *відрух, побудка, спонука*; *імуітет* – *невразливість, хворобоопір, відпорність*; *кадик* – *горлан, борлак*; *казино* – *гральня*; *какофонія* – *ревище*; *канат* – *линва*; *капіляр* – *волосник*; *кардіограма* – *серцєриска*; *каркас* – *кістяк*; *катехізіс* – *віровиклад*; *колір* – *барва*; *медсестра* – *пїклунка*; *ментор* – *навчач, виховач*; *меню* – *стравниця*; *метафора* – *образка*; *мізантроп* – *людонелюб, відлюдько*; *мілітаризація* – *овійсковля*; *модератор* – *сповільняч, упоміркувач, ладник, кермач*; *панацея* – *вселїк*; *панїчно* – *жаско, жасно*; *пап'є-маше* – *паперїнь*; *паразит* – *чужоїд*; *паралель* – *парабіж*; *парикмахер* – *стрижїй, голяр, перукар*; *парфюм* – *пахоці, духмяні*; *пасажир* – *подорожник*; *пегас* – *крилокінь*; *педикюр* – *нігтедогляд*; *раунд* – *коло*; *ревматизм* – *ломець, гострець, гризь*; *реквієм* – *журноспїв*; *реклама* – *вихвала, розголос*; *рекорд* – *осяг найвищий*; *рекордист* – *першун, переможець, витязь, звитязець*; *реостат* – *опірничка*; *ресторан* – *харчївня*; *синонім* – *сутямка*; *скульптура* – *різьбарство, сницарство*; *соло* – *самоспїв, односпїв*; *сомнамбулізм* – *сновиддя, сноходїння*; *сонометр* – *звукомір*; *соціолог* – *громадознавець, суспїльник*; *спїдометр* – *хуткомїрка*; *стадіон* – *грище*; *телескоп* – *далекобачка*; *тенїс* – *сітківка* та інші.

ІНШОМОВНА ЛЕКСИКА В МОВІ СУЧАСНИХ ЗМІ

Лютак Н.В.

Київський національний лїнгвістичний університет

Мова, як специфічне явище, постійно знаходиться у процесі розвитку: приходить щось нове, зникає непотрібне. Адже жодна культура світу не розвивається в ізоляції, відірвано від інших культур. Контакти народів

зумовлюють культурний обмін, у тому числі обмін слів. Тому в кожній мові, крім “своїх”, є “чужі”, тобто запозичені слова. Так, скажімо, за підрахунками мовознавців, в лексичному складі корейської мови є 75% китаїзмів, в англійській – до 60% слів французького походження.

Проблема функціонування та освоєння іншомовних одиниць у текстах мас-медіа перебуває в центрі уваги вітчизняних науковців, зокрема Д. Баранника, О. Сербенської, К. Ленець, О. Чередниченка, О. Стишова, Є. Карпіловської, Т. Коць, О. Тодор, П. Шекери, Г. Шаповалової, Н. Попової, Л. Архипенко та ін. Більшість лінгвістів вважає, що процес запозичування слів не можна розглядати як однозначно позитивне чи негативне явище. З одного боку, іншомовні слова слугують активним джерелом збагачення мови новими лексичними одиницями, а з другого – надмірне і необдумане вживання чужих слів зумовлює витіснення питомої української лексики, засмічення рідної мови, руйнації її самобутності. Проникнення запозичень у лексичну систему української мови пов'язане з трансформаційними процесами, які спричинені зовнішніми та внутрішніми чинниками. До перших залучають історичні міжнародні контакти та білінгвізм; новаторство нації в окремій сфері діяльності; мовний снобізм, моду на іншомовні запозичення; авторитетність мови-джерела, пов'язану з політичним авторитетом держави та ін. Серед внутрішніх чинників, за оцінками дослідників, домінують такі: недостатня кількість у мові певних лексико-семантичних груп, наприклад, у сфері фінансової, економічної та політичної лексики; залучення іншомовної лексеми з метою заміни описового звороту на позначення якоїсь реалії чи предмета одним словом; потреба в семантичному обмеженні вже наявної в мові лексеми, уникнення полісемії тощо.

Нині в засобах масової інформації часто натрапляємо на незрозумілі або малозрозумілі слова. Тобто масова інформація, розрахована на швидке, доступне сприймання, нібито не виконує своєї основної функції. А втім, саме ЗМІ найчутливіше реагують на зміни в житті суспільства і, звичайно, в мові. Відбувається активне поповнення і збагачення українського словника запозиченими словами.

Зміни в словниковому складі мови найвиразніше простежуються саме в мові ЗМІ: по-перше, цей різновид публіцистичного стилю літературної мови передусім знайомить широку громадськість із усім новим, що з'являється в житті; по-друге, він убирає мовні елементи всіх функціональних стилів.

Багатоаспектна комплексна проблема взаємодії мов та її складника лексичних запозичень – хронологія та джерела останніх, їхні причини та наслідки, зміни формальні й семантичні здавна були і є актуальними для мовознавства всіх розвинутих країн. У наш бурхливий час її актуальність незрівнянно підвищилася через нинішній могутній процес розширення й зміцнення всебічних економічних, політичних, культурних міжнародних контактів, небачене досі тісне міжнаціональне співробітництво, через швидкий розвиток науки й техніки, виникнення великої кількості нових понять в усіх сферах людського життя. Міжнародні контакти набрали нині глобального характеру, отже, зростають і масштаби конвергенції мов.

МОВНО-СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ В СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

Ляховенко М.О.

Київський національний лінгвістичний університет

Мова сучасної публіцистики та її наповнення (мас медія, преса, реклама, інтерв'ю тощо) характеризуються підвищеною експресивністю. Експресивна функція сучасної мови набуває нових проявів у вживанні саме стилістично зниженої лексики, що було нехарактерно для публіцистики ще кілька десятиріч тому, хоча вона має потужний експресивно-емоційний потенціал. Дослідженню цього шару лексики, умовам її функціонування в сучасному газетно-публіцистичному дискурсі присвячені численні праці вітчизняних та зарубіжних вчених.

Публіцистичний дискурс прирівнюється до публіцистичного тексту, а його характерні особливості визначаються властивостями газетно-публіцистичного стилю мовлення. Визначено, що такий текст має на меті інформувати, висловлювати певну громадянську позицію, переконати людей в її істинності, а деколи й сформулювати думку.

Щодо мовно-стилістичних засобів публіцистичного дискурсу, то “всі лексеми, як правило, чітко поділяються на позитивно-оціночні й негативно-оціночні” (*Лексические заимствования в публицистическом стиле*, 2000). Як зауважує Л.І. Мацько, “мовні засоби публіцистичного стилю – це сплав елементів наукового, офіційно-ділового, художнього стилів”. І з цим дійсно важко сперечатись, адже з одного боку, в ньому широко використовується суспільно-політична лексика, політичні заклики, гасла, точні найменування, а з іншого – багатозначна образна лексика, що здатна привернути увагу читача і вплинути на нього, використовуючи, наприклад, художні засоби – тропи, фігури (*Лексические заимствования в публицистическом стиле*, 2009).

Газета є одним із найпопулярніших “гіпержанрів” публіцистичного стилю сучасної епохи – найдавніша і найбільш популярна складова в системі засобів масової інформації, яка слугувала, слугує та буде слугувати базовою основою виникнення і розвитку стилістичних прийомів і засобів публіцистики (Горелов, 1987, с. 70).

Не буде помилкою сказати, що ознаки та характер публіцистики у різних мовах є ідентичними, й не важливо, до якої мовної групи вони належать. Китайська мова не є виключенням.

Серед стилістичних характеристик, об'єднуючих китайський публіцистичний стиль з іншими мовами, можна виділити використання так званих “надлишкових” елементів тексту, тобто загальноновживаних слів в публіцистиці. Такі елементи тексту допомагають надати висловленню та написаному тексту офіційності та, в деякій мірі, можуть сприйматись як прояв ерудованості людини, яка висловлюється.

Важлива для китайської мови особливість газетних текстів, активно використовувана авторами в публіцистиці – це штампи. Вони зручні як для того, хто пише, так і для читача – вони забезпечують, насамперед,

автоматизацію процесу сприйняття, полегшення комунікації. Газетні штампи найчастіше утворюються з метафоричних виразів, які в результаті частого вживання багато в чому втрачають свою образність і стають ідіоматичними виразами (Горелов, 1987, с. 74).

У китайській публіцистиці виділяють два види штампів – вже згадані вище метафоричні штампи (переносне значення) та стійкі комбінації. У переносному значенні в періодиці широко використовуються терміни з галузі науки: атмосфера (атмосфера довіри), рівень (переговори на рівні послів), позитивний (позитивні результати), закулісний (закулісні переговори); дія (ввести в дію) курс (новий політичний курс) тощо. Штампи є характерними рисами китайського публіцистичного стилю. Так, найбільш вживаними в китайському газетному тексті є такі метафоричні штампи, як: 对...作出贡献 *dùi... zuòchū gòngxiàn* – “зробити вклад у...”; 以...为基础 *yǐ... wéi jīchǔ* – “покласти в основу щось” тощо. Звичайно, веньянь – лаконічна, але в той самий час – містка, в смисловому плані, мова. Наприклад, вживаються словосполучення 设宴 *shè yàn* “влаштувати банкет”, замість 摆酒席 *bǎi jiǔ xī*. Також в публіцистичній літературі

зустрічаються словосполучення чотирьох морфемного складу, побудовані по лексико-граматичним нормам мови веньянь. Наприклад: 不言而喻 *bù yán ér yù* “зрозуміло без слів”, 半途而废 *bàn tú ér fèi* “не зупиняйтесь на півшляху”.

Цікавим є вживання в суспільно-політичному газетному тексті чен'юй (фразеологічних зрощень) і політичних гасел, які побудовані за правилами граматики стародавньої мови. наприклад: 与时俱进 *yǔ shí zhí jìn* “йти в ногу з часом”. У публіцистиці також мають місце бути емоційно-забарвлені слова. Наприклад: 英勇 *yīng yǔ* “героїчний”, 出色 *chū sè* “видатний”. Можна спостерігати сталі словосполучення такого типу, як 给以帮助 *gěi yǔ bāng zhù* “надати допомогу”.

З плином часу кожна мова, й китайська не є виключенням, прогресує. Всі мовні рівні також йдуть у крок із її розвитком и оновленням. Кількість та наповнення попередньо згаданих мовно-стилістичних штампів не має фіксованості, а навпаки – набирає обертів у своєму розвитку. Тому дослідження мовно-стилістичних засобів саме публіцистичного стилю безперечно матиме високий ступінь актуальності його вивчення. Випуск статей, періодики, журналів тощо вимагають належного рівня їх написання. Ерудований вчений, журналіст та навіть студент, які задіяні в публіцистиці, повинні не лише володіти знаннями написання публіцистичного тексту, а й слідкувати за прогресивним її розвитком.

ЛІТЕРАТУРА

Горелов, В.И. (2004). Публицистический стиль китайского языка (функционально-стилистические особенности). Москва, Российская Федерация: Просвещение.

Лексические заимствования в публицистическом стиле современного китайского языка. (2000). Москва, Российская Федерация: Новый гуманитарный университет Натальи Нестеровой.

СИНОНІМІЧНІ РЯДИ В КОРЕЙСЬКІЙ МОВІ

Лященко (Мансурова) К.М.

Київський національний лінгвістичний університет

Освоєння і використання всіх багатств мови неможливо без ретельного вивчення властивостей слова, його значень, здатності вступати в поєднання з іншими словами і утворювати синонімічні ряди. Однак багато проблем, пов'язаних зі словом і його властивостями, а також з освоєнням структури мови, до сих пір остаточно не вирішені. До подібних проблем належить і проблема синонімів.

Синонімія – 1) повний або частковий збіг значень двох чи кількох слів; 2) подібність слів, морфем, фразеологічних зворотів, синтаксичних конструкцій за значенням при відмінності їхньої звукової форми (Лім, 2010, с. 141).

Синонімія – це універсальне явище, що спостерігається на різних рівнях мови. Вона грає важливу роль в мовленнєво-розумовій діяльності, оскільки надає тому, хто говорить, можливість вибору оптимального способу вираження з ряду семантично близьких лексем або синтаксичних структур. Аналіз синонімічних відносин тісно пов'язаний з вирішенням питань, що відносяться до загальних логічних проблем подібності та відмінності. Особливістю синонімічних зв'язків є те, що якщо сам факт синонімічності встановлюється на основі семантичної подібності двох або декількох слів, то характеристика кожного члена синонімічного ряду надається з урахуванням існуючих між синонімами відмінностей.

Синоніми, називаючи одне й те ж, завжди чимось різняться. Однак ці відмінності обов'язково передбачають їх номінативну спільність, що визначає основну властивість синонімів, – можливість заміни в певних контекстах одного слова іншим.

Нерідко синоніми визначаються як слова різного звучання, які мають близькі значення. Таке визначення неточно характеризує сутність синонімів як явище мовної системи. Можна подумати, що серед синонімів спостерігаються тільки такі слова, які обов'язково розрізняються між собою додатковими відтінками в значенні, хоча насправді є і такі синоніми, відмінність між якими полягає тільки в експресивно-стилістичному забарвленні або вживанні і т. д. Можна також подумати, що немає синонімів, які можуть замінити один одного (адже значення синонімів лише близькі, а не тотожні), хоча насправді це є найважливішою, найбільш характерною властивістю синонімів, на відміну від порівняно близьких за значенням, але все ж не синонімічних слів.

Група синонімів, що складається з двох і більше слів, називається синонімічним рядом, інакше кажучи, ряд синонімів, об'єднаних по близькості значення. У синонімічному ряду виділяють головне, стрижневе слово. Це найбільш загальний термін, що має на увазі специфічні риси, що передаються усіма членами синонімічної групи, називається синонімічною домінантою. Н-д: 집 – 가옥 – 주택 – дім; 크다 – 커다랗다 – 큼직하다 – великий; 예쁘다 –

사랑스럽다 – 귀엽다 – гарний.

Синонімічні ряди неоднакові по числу, що входять до їх складу лексичних одиниць. Вони можуть включати необмежену кількість синонімів. Однак при цьому слід зауважити, що в синонімічні ряди навряд чи слід включати образні синоніми, котрі називають перефразами. Синонімічний ряд нерідко демонструє тонку деталізацію смислових відтінків одного і того ж поняття. Разом з тим він показує приналежність слів до того чи іншого функціонального стилю. Сильова прикріпленість іноді ускладнюється додатковими емоційно-оціночними відтінками. Експресивно-стилістичні та функціонально-стильові конотації тісно пов'язані і переплітаються. Тому відмінність експресивних забарвлень у тих чи інших елементів мови пов'язується перш за все з відмінностями в мовних межах їх загальнонародного вживання.

Синонімічний ряд може бути утворений і з однокореневих слів: обігнати – перегнати, туристичний – туристський і т. д. Між словами в синонімічних рядах відносини неоднорідні. У синонімічному ряду цінний – дорогий – дорогоцінний всі слова стилістично нейтральні, але різняться відтінками основного значення. Так, в слові цінний, крім основного, загального для даного ряду слів значення – має високу ціну, – є натяк на значимість, важливість визначається предмета, наприклад: вручені цінні подарунки. Такого відтінку в слові дорогий немає, наприклад: вони не вважали хутро соболів дорогим і цінували більше росомачу; сандалі прикрашені дорогоцінними застібками, палаючими золотом і камінням. Таким чином, повної тотожності між синонімами немає, вони різняться по стилістичному забарвленню і відтінку значення. Але іноді буває важко виявити відтінки значення, якими різняться два синоніми.

Синонімія – це універсальне явище, що спостерігається на різних рівнях мови. Вона грає важливу роль в мовленнєво-розумовій діяльності, оскільки надає тому, хто говорить, можливість вибору оптимального способу вираження з ряду семантично близьких лексем або синтаксичних структур.

Група синонімів, що складається з двох і більше слів, називається синонімічним рядом, інакше кажучи, ряд синонімів, об'єднаних по близькості значення. У синонімічному ряду виділяють головне, стрижневе слово. Це слово, зазвичай об'ємне в смисловому плані і нейтральне стилістично, називається домінантою синонімічного ряду.

Синонімічний ряд утворює систему відтінків одного значення. У синонімічному ряду виділяється головне (стрижневе, опорне) слово – домінанта. Домінанта – носій основного значення, спільного для всього синонімічного ряду, стилістично нейтральне слово, найуживаніше. В словниках синонімів домінанта стоїть на першому місці: дружний – злагоджений, одностайний; дружній – братерський, приятельський, приятний, товариський, дружелюбний.

ЛІТЕРАТУРА

- Апресян Ю. Д. (1974). *Лексична семантика. Синонімічні засоби мови.* Ю. Д. Апресян (Ред.).
- Арутюнова Н. Д. (1988). *Типи мовних значень.* Н. Д. Арутюнова (Ред.).
- Брагіна А.А. (1986). *Синоніми в літературній мові.* А. А. Брагіна (Ред.).
- Головин Б.Н. (1973). *Вступ до мовознавства.* Б. Н. Головин (Ред.).

Голуб І. Б., І. Б. Голуб, Д. Є. Розенталь. (1988). *Цікава стилістика*.
Кодухов В.І. (1984). *Розповіді про синоніми*. В. І. Кодухов. (Ред.).
Лім Є. Х., Х. Нам, І. Є. Че. (2010). *Словник частотних дієслів-синонімів
корейської мови з коментарями Є. Х. Лім, Х. Нам, І. Є. Че*.

КАТЕГОРІЯ ЧАСУ В СУЧАСНІЙ НІДЕРЛАНДСЬКІЙ МОВІ

Майборода В. К.

Київський національний лінгвістичний університет

Граматична категорія часу (англ. tense), як правило, співвідноситься у лінгвістиці із загальнонауковим поняттям часу (англ. time). Це граматична категорія дієслова, яка є специфічним мовним відображенням об'єктивного часу і служить для темпоральної локалізації події або стану, про які йдеться у реченні. Лінгвістичний час включає в себе граматичний (морфологічний, синтаксичний), лексичний і контекстуальний часи. Значну кількість природних мов складають мови з тричленним граматичним протиставленням “теперішнє – минуле – майбутнє” (Голайденко, 2015). До цього типу відноситься і нідерландська.

Граматична категорія часу має також різноманітні зв'язки з іншими категоріями – в першу чергу, з категорією виду, або аспекту, адже у мовах існують відносні (таксисні) часи, які позначають події відносно якоїсь точки відліку, або певної іншої дії і виражають одночасно часові, таксисні та аспектуальні значення.

Відповідно до цього, лінгвісти, зокрема, Золотова (Золотова, 1998) та Плунгян (Плунгян, 2000), розрізняють абсолютний та відносний часи. Абсолютний час вказує на співвіднесення дії з моментом мовлення, а відносний, як було зазначено вище, – на співвіднесення з якоюсь точкою відліку або з іншою дією (Голайденко, 2015).

У нідерландській мові категорія часу дієслова виражається в системі восьми часових форм активного стану, яким відповідає аналогічне число часових форм пасивного стану. Часові форми дієслова виступають як в абсолютному, так і у відносному значеннях. В абсолютному значенні використовуються: теперішній (onvoltooid tegenwoordige tijd), минулий (onvoltooid verleden tijd), майбутній (onvoltooid tegenwoordige toekomstige tijd) і частково перфект (voltooid tegenwoordige tijd). У відносному – частково перфект (voltooid tegenwoordige tijd), давньоминулий (voltooid verleden tijd), майбутній II (voltooid tegenwoordige toekomstige tijd) та майбутній в минулому (voltooid verleden toekomstige tijd) (Hopper, 1982). Використання часів у відносному значенні підтверджує наявність у нідерландській мові видово-часових зв'язків, незважаючи на відсутність граматичної категорії виду (аспекту). Тому можемо стверджувати, що категорія часу частково виконує функцію категорії виду, адже відносні часи виражають окрім часових ще й аспектуальне значення. Для прикладу візьмемо наступне речення: “*Merel heeft zelf eindexamen gedaan.* – Мерел самотійно склала випускний іспит” (Heijden, 2011). Перфект (voltooid tegenwoordige tijd) передає завершеність та

результативність дії, бо вказує на те, що іспит уже складений, а отже цей час виражає аспектуальне значення.

Як і для багатьох інших мов, для нідерландської мови характерне явище транспозиції форми, тобто перенос словоформ у сферу дії іншого граматичного значення. Це означає використання словоформи у значенні, яке їй не характерне. Особливо широкі транспозиційні можливості має дієслово, коли часові значення дієслівних форм сполучають два плани часу, один із яких виражається безпосередньо формою з її основним загальномовним значенням, а інший – мовленнєвим, або ситуативним контекстом. За Токаревою транспозиція часу має у таких випадках образну експресію і є дуже поширеним способом створення стилістико-морфологічних прийомів у художній літературі (Токарева, 2012, сс. 148-149). Так, у прикладі з “Tonio” A. F. Th. van der Heijden (Heijden, 2011) форма теперішнього часу (onvoltooid tegenwoordige tijd) вживається в абсолютній функції для вираження дії, що відбувається в момент мовлення: “*En wat lees ik hier... in het muzikale intermezo gaat hij een duet aan met een draailier – I про що читаю я тут... у музикальному інтермецо виступає він у дуєті з лірою.*” Проте ця форма теперішнього часу може використовуватись і для позначення дії у минулому, тобто як *praesens historicum*: “*Eergisteren ga ik langs de straat en daar ontmoet ik mijn oude kennis. – Йду я позавчора по вулиці і зустрічаю свого старого знайомого*” (Heijden, 2011). У поданому прикладі дієслівні форми теперішнього часу “*ga*” та “*ontmoet*” вказують на подію, яка відбулась у минулому, але переноситься у теперішній час з метою “залучення” реципієнта до цієї події. Транспозиція часу має у такому випадку образну експресію. На те, що це минулий час, окрім дієслова у формі теперішнього часу, вказує також темпоральний компонент “*eergisteren – позавчора.*”

Отже, у нідерландській мові категорія часу дієслова виражається в системі восьми часових форм активного та восьми часових форм пасивного станів, які виступають у абсолютному й відносному значеннях. Відносні часи виражають часові, таксисні та аспектуальні значення, що свідчить про наявність у нідерландській мові видово-часових зв'язків, незважаючи на те, що категорія виду (аспекту) відсутня. Також зустрічаються випадки транспозиції часових форм задля посилення експресивності спогадів, коли за допомогою дієслівної форми одного часу виражається інший час. Крім того, на час вказує сукупність різних темпоральних компонентів, таких як граматичні, лексичні або комбіновані засоби, де ядром темпоральності виступає граматичний час.

ЛІТЕРАТУРА

- Токарева, Т. (2012). Особливості вживання часових форм у текстах художнього стилю (на матеріалі німецької мови). *Філологічні науки: наукові записки*, 105, сс. 149-150.
- Голайденко, Л. М. (2015). Категория времени глагола как грамматическое средство выражения семантики представления в художественной прозе. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 11, сс. 67-74.
- Золотова, Г. А. (1998). *Коммуникативная грамматика русского языка*. Москва.
- Плунгян, В. А. (2000). *Общая морфология*. Москва: Едиториал УРСС.

- Hopper, P. J. (1982). *Tense–Aspect: Between Semantics and Pragmatics*. Amsterdam: Benjamins.
- Heijden, A. (2011). *Tonio*. Amsterdam: Querido.

ВЛАСНІ ІМЕНА В СТРУКТУРІ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ В ІТАЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ. ПОРІВНЯЛЬНО-ЗІСТАВНИЙ АНАЛІЗ

Макарова А.С.

Київський національний лінгвістичний університет

В час відкритих кордонів, коли подорожі в інші країни стали звичною справою, широко розповсюджене вивчення іноземних мов. Проте, володіння мовою не можна назвати повноцінним без знання її фразеології. Щоденно ми несвідомо використовуємо різні фразеологічні звороти, не замислюючись про їх походження та початкове значення. Проте фразеологія дуже багата та різноманітна у своїй формі та семантиці. Саме тому вона привертає найбільшу увагу та інтерес, але разом з тим викликає найбільші складнощі під час вивчення мови. За образним висловом В.Гумбольдта, "каждый язык описывает вокруг народа, которому он принадлежит, круг, откуда человеку дано выйти лишь поскольку он вступает в круг другого языка"(Гумбольдт, 1984, с.80).

Особливе місце у фразеологічній системі займають фразеологічні одиниці з компонентом – власне ім'я. Ці стійкі вислови прикметні тим, що, з одного боку, структурно й функціонально співвідносяться з іншими фразеологізмами, а з іншого – відзначаються своєрідними структурно-семантичними параметрами в силу наявності компонента власного імені. Вони стали предметом окремого дослідження на основі багатьох матеріалів в російській, польській, чеській, англійській, німецькій та українській мовах. Цю особливу фразеологічну категорію вивчали Л. Скрипник, М. Алефіренко, Н. Пасік, Т. Гаврилова та ін.

У даній статті ми розглядатимемо функції власних імен в контексті приказок та прислів'їв, які часто не обмежуються назвою конкретного предмету. Основне значення власного імені розширюється за рахунок смислових відтінків. З чого слідує, що у приказках та прислів'ях власне ім'я виступає в більш широкій функції, продиктованій особливостями контексту. Це приводить до трансформації значень власного імені. Як відзначає Ю. А. Рілов, початкове значення власного імені (тобто його найменування) заглушується різними сторонами енциклопедичного значення, що активно вступають в формування семантики висловлювання в цілому.

Аналіз фразеологізмів з власними іменами дозволяє відслідкувати принципи відбору народом власних імен в цій конструкції. З них можемо виділити чотири ключових принципи включення власного імені у фразеологічну одиницю.

1. Власні імена, які належать конкретним історичним особистостям, які виділилися за якимись якостями свого характеру: *dopo Nerone, ne vien un peggioro* (досл. Після Нерона може з'явитися хтось гірший). У поданому

висловлюванні зустрічається алюзія на жорстокого римського імператора. Висловлювання пояснюється тим, що краще знайоме зло, аніж щось невідоме. "За легендою, прогулюючись імператор зустрів прядильницю БERTУ, яка побажала йому довгих років життя. Проте монарх знав про нелюбов народу, і він запитав о причині такого побажання. На це дівчина відповіла: "Після одного тирану приходиться хтось гірший". У поданому прикладі, без реконструкції прецедентної ситуації неможливо зрозуміти зміст фразеологічного висловлювання.

2. Власні імена у складі фразеологізмів пов'язаних з історичними подіями, минулим народів: *stillare come un'oca del Campidoglio* (досл. Гомоніти, як капітолійські гуси, які розбудили стражників та врятували Рим), також містить алюзію пов'язану з історичним фактом, який був насправді.
3. Власні імена можуть бути назвами племен, народів, в образі життя, у характері мислення яких були помічені різні особливості: *al Francese un'oca allo Spagnolo una gara* (досл. Французу – гуся, іспанцю – ріпу) містить алюзію на невибагливість в їжі іспанців та багаті кулінарні традиції французів.
4. Власні імена підбираються за звучанням з основою рими фразеологізму: *Adagio, Viagio!* (досл. Обережно, Біаджо!).

В італійських фразеологізмах показано, що в Італії популярні персонажі-маски комедії Дель арте: *Pulcinella, Pantalone, Balzone*, та інші. Дані імена стали прозивними, своєрідними когнітивними концептами певного типу людей. І це відображається тим, що імена поданих персонажів входять до складу багатьох фразеологізмів.

Таким чином можна зробити висновок, що компонент власного імені у фразеологічній одиниці не тільки вказує на предмет, але й несе у собі важливе історичне, культурне та національне значення. Тому їх глибоке дослідження важливе.

ЛІТЕРАТУРА

- Мороз О. А. Фразеологічні одиниці з компонентом "власне ім'я" в сучасній українській мові: структурно-семантичний аспект: автореф. дис.. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01 "Українська мова" / Оксана Анатоліївна Мороз; ДонНУ. – Донецьк, 2002. – 21 с
- Гумбольдт, В. Фон. Избранные труды по языкознанию Москва: Прогресс, 1984. – 400 с.
- Шаповалова Е. О. К вопросу о различиях и сходстве мировосприятия французов и итальянцев (на основе фразеологизмов с именами собственными) Вестник Челябинского государственного университета № 29 (320) Филология. Искусствоведение. Вып. 83. 2013. –157-160 с.
- Fiabe italiana: Nerone e Berta [Електронний ресурс] Children LOGOS LIBRARY - Word by word multilingual library: http://children.logoslibrary.eu/document.php?document_id=52887&code_language=it

ПРОБЛЕМИ ВІДТВОРЕННЯ ГУМОРУ У ПЕРЕКЛАДІ

Мамоян Е.М.

Київський національний лінгвістичний університет

Гумор – це багатоаспектне явище, притаманне лише людині, тобто вищій формі свідомості. Його можна розглядатись як моральний, інтелектуальний, культурний, психічний та естетичний феномен. Нині гумор досліджують різноманітні галузі науки, які по-своєму тлумачать його. Деякі дослідження визначають саме поняття, його природу, функції, механізми творення. Та гумор рідко розглядають як особливу перекладацьку проблему (Борев, 1970).

Головним чином вона полягає у тому, що гумор часто не є універсальним і не переноситься з однієї культури в іншу, зазвичай через те, що залежить від деталей конкретного культурного оточення. З одного боку, в епоху глобалізації відмінності між культурами стають все більш зрозумілими і гумор стає більш універсальним. З іншого – у кожній соціальної групи є певні рамки, за які не можна виходити.

Розрізняють такі форми гумору (Казакова, 2013):

1. Іронія;
2. Оксюморон або гра слів;
3. Пародія;
4. Сатира;
5. Сарказм;
6. Анекдот;
7. Жарт;
8. Каламбур;
9. Особливим видом гумору є чорний гумор.

Одним з найбільш розповсюдженим жанрів комічного є анекдот. Анекдоти є частиною національної пам'яті, образи, що заключні в них легко впізнати. Вони дають імпульс для роботи асоціативної пам'яті, зазвичай вони використовуються, не заради самого тексту, а заради пов'язаних з ними асоціаціями (Поликарпов, 2007, с. 7).

Частими об'єктами німецьких анекдотів є блондинки, відомі люди, скандальні персонажі та представники престижних професій, наприклад: Helmut Kohl will in die Oper. Da er sich nicht sicher ist, wie denn nun der Kartenverkauf abläuft, fragt er seinen Vordermann. Der sagt ihm, er solle nur alles so machen wie er, dann wird es schon klappen. Der geht zur Kasse und sagt: «Einmal Karten für Tristan und Isolde!» Helmut: «Und ich hätte gern Karten für Helmut und Hannelore!» (головний герой жарту-колишній бундесканцлер ФРН Гельмут Коль).

Розглядаючи національну специфіку гумору, не можна забувати про «етнічні анекдоти», які представляють відображення стереотипів, в яких зафіксовано історичний досвід національної єдності людей (Билан, 2013). У німців особливо

популярними є жарти про китайців та турків, голландців, австрійців, поляків и шотландців. Наприклад: полякам приписують схильність до крадіжок: Ein Mann fliegt mit seinem Freund im Flugzeug. Um herauszufinden über welches Land er fliegt, streckt er die Hand raus. «Wir sind über Frankreich» – «Woher weißt du das?» – «Meine Hand riecht nach Parfüm». Nach einer Weile tut er es wieder. «Wir sind über Polen». – «Woher weißt du das?» – «Meine Uhr ist weg»/ Летів якимось чоловік зі своїм другом у літаку. Щоб з'ясувати над якою країною вони пролітають, він висунув свою руку «Ми над Францією». – «Звідки ти знаєш?». – «Моя рука пахне парфумами». Через деякий час чоловік повторив свою свій жест: «Ми над Польщею». – «Звідки ти знаєш?» – «Мій годинник зник».

Для розуміння багатьох жартів необхідно знати реалії, традиції та особливостей життя носіїв культури. Прикладом цього можуть бути Trabiwitze – жарти про східнонімецькі малометражні автомобілі марки «Трабант» або Mantawitze – жарти про власників популярної моделі автомобіля «Opel».

Проте особливий інтерес для лінгвістичного аналізу представляють анекдоти, основані на грі слів, яка може бути реалізована наступними способами (Щурина, 1997):

1. Омонімія;
2. Синонімія та полісемія;
3. Антонімія;
4. Евфемізми;
5. Гіпонімія;
6. Народна етимологія;
7. Словотвір

Отже, можна зробити висновок, що вивчення та розуміння гумору іншого народу потребує не тільки лінгвістичних знань, але й припускає наявність певної лінгвокраїнознавчої ерудованості. При цьому анекдоти, каламбури та жарти є найважливішим джерелом інформації про історію, особливості побуту, національний характер, моральні цінності тощо. На основі того, над чим сміються представники тієї чи іншої нації, можна зробити певні висновки про те, що для них важливо, цінно або, навпаки, неприйнятно.

ЛІТЕРАТУРА

- Билан, О. А. (2013). *Анекдот как отражение стереотипных представлений*. // Альманах современной науки и образования.
- Борев, Ю. Б. (1970). *Комическое*. – М.: Искусство. – (с. 239).
- Казакова Д. В. (2013). *Теории вербального юмора в современной зарубежной лингвистике. Филологические науки. Вопросы теории и практики*. – (с. 26-29). Тамбов: Грамота. – № 6 (73).
- Поликарпов А. М. (2007). *Прагматика немецкого анекдота*. – Deutsch kreativ(1). – 7-10.
- Щурина Ю. В. (1997). *Шутка как речевой жанр*: автореф. дисс. к. филол. н. – (с. 24). – Вел. Новгород.

МОВНОСТИЛІСТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ІНДИВІДУАЛЬНО-АВТОРСЬКОГО СТИЛЮ КАРЛОСА РУІСА САФОНА НА МАТЕРІАЛІ ТВОРІВ “ТІНЬ ВІТРУ” ТА “ІГРИ ЯНГОЛА”

Манзюк І. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Актуальність дослідження полягає в тому, що розгляд мовностилістичної характеристики індивідуально-авторського стилю письменника на матеріалі творів та вивчення авторських ідіолектів письменників сьогодення, дає можливість на наукових засадах поглибити знання про норми сучасної мови. Використання тих чи інших одиниць мови в комунікації зумовлюється авторським вибором, на який впливають індивідуальність автора художнього твору, його психічні особливості, біографія, інтелект, життєві переконання, концептуальна картина світу тощо (Хом'як, 2005).

Карлос Руїс Сафон є одним із провідних представників сучасної іспанської літератури і відомим у всьому світі письменником, якого називають літературним феноменом Іспанії. Найпопулярнішими творами К. Р. Сафона є “Тінь вітру” та “Ігри янгола”. Незважаючи на те, що сюжети цих двох романів різняться, вони дуже схожі, відтак обидва написані в дусі похмурого детектива, де є місце містиці, справа відбувається в Барселоні, і загадка крутиться навколо книги. У цих творах проза письменника наповнена любов'ю до музики і любов'ю до Барселони. Автор демонструє особливе привілейоване ставлення до міста, що є живим організмом, серцем каталонської Іспанії, душею самого письменника. Така увага автора до цього міста пояснюється тим, що в ньому він народився і прожив 28 років свого життя. К. Р. Сафон з неймовірною легкістю, чуттєвістю і любов'ю розповідає про Барселону, наближаючи місто до читача на дуже близьку відстань. Детально описуючи місто, відображає відповідну історичну епоху, в якій знаходяться персонажі творів. Історична канва оповідей наскрізь пронизана таємничістю і невідомістю.

Необхідно відзначити, що урбаністична тема, загалом, є однією з центральних у творчості автора. На сторінках його творів представлені образи таких міст як Лос-Анджелес, Нью-Йорк та Париж (Сафон, 2015).

Майстерність, з якою Карлос Сафон використовує мовні засоби, робить мову автора більш насиченою, експресивною, емоційною, яскравою, що вдало індивідуалізує його стиль і допомагає читачеві відчувати позицію автора по відношенню до героїв, моральних норм, історичних діячів і епохи. Виразні стилістичні засоби, які використовує автор, сприяють експресивності висловлювань, додають “об'ємності” образам персонажів (Селезнева, 2001).

Мова твору “Тінь вітру” щільно насичена метафорами, які, як ніякий інший засіб, відображають індивідуальний стиль автора. Ідіостиль К. Р. Сафона приваблює кінематографічністю, тобто повільним і епізодичним розгортанням заплутаного і повного інтриги сюжету. Автор у найдрібніших деталях описує

похмурі зловісні місця дії, такі як кладовища, склепи, занедбані, напівзруйновані замки.

Крім того, автор надихається фасадами багатьох будівель Барселони, прикрашених кам'яними фігурами драконів. Тим не менш, готичні елементи є лише частиною ідіостилю письменника. Незважаючи на містичний характер сюжетів і образів, в його творах панує доброзичлива атмосфера завдяки дружнім і сімейним відносинам між героями.

З перших рядків роману письменник приділяє велику увагу опису погоди та ландшафту міста. Метафори дозволяють передати індивідуально-авторське бачення вечора в місті – як похмурого, але при цьому романтичного.

Завдяки метафорам створюється образ Барселони як найромантичнішого міста, в якому природа живе за своїми власними законами, незалежно від людей, які лише спостерігають за життям природи.

Синтаксична організація тексту також є експресивним засобом художнього впливу на читача. Доказом цього слугує синтаксична побудова тексту з багатокомпонентними складними реченнями, де поєднуються в одному реченні сурядні і підрядні зв'язки, різні типи конструкцій з неособовими формами дієслова.

Виразність синтаксичних структур посилюється використанням стилістичних фігур, серед яких широко використовується апозиція, парцеляція, зевгма та інверсія як стилістичний прийом зміни порядку слів.

У романах К. Р. Сафона присутні різні види повторів, основними з яких виступають анафора, епіфора, анадиплоза, обрамлення. Усі види повтору є засобом експресивного, логічного підсилення змісту висловлювання і необхідним елементом художнього впливу на читача, які підкреслюють індивідуально-авторський стиль автора.

ЛІТЕРАТУРА

Особливі риси тексту художнього твору Тінь вітру К. Р. Сафона. Взято з: https://studexpo.ru/156102/angliyskiy/osoblivy_risi_tekstu_hudozhnogo_tvoru_t_in_vitru_krsafona

Сафон, К. Р. (2012). *Игра ангела* [роман]. Москва, Россия: АСТ.

Сафон, К. Р. (2015). *Тень ветра* [роман]. Москва, Россия: АСТ.

Хом'як, О. І. (2005). Мовна картина світу в функціонально-стилістичному дискурсі. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*, 11, 37-39.

ЗАСТОСУВАННЯ ПЕРЕКЛАДАЦЬКИХ СТРАТЕГІЙ ТА СПЕЦИФІКА ПЕРЕДАЧІ ЛЕКСИКИ МАС МЕДІА

Мартиненко Ю.А.

Київський національний лінгвістичний університет

У історії розвитку людства практично неможливо привести приклад мови, яка би не співпрацювала та не розвивалась окремо від усіх інших мов. Кожна мова завжди знаходиться у контакті з сусідніми мовами, або взагалі з усіма

мовами світу. Поширення мови здійснюється, як правило, через систему освіти, управління, засоби масової інформації, шляхом розповсюдження національних культурних цінностей та залучення до них носіїв інших мов і культур.

Засоби масової інформації – це важлива складова частина нашого суспільства й нашого життя, оскільки вони є найважливішими засобами передачі інформації. Під поняттям ЗМІ розуміють технічні засоби, які інформують, освічують і розважають масову публіку.

Для успішного розвитку країни та її жителів дуже мало просто розвиватися внутрішньо, тобто без участі зовнішніх факторів, країн-партнерів, тощо. В силу розвитку сучасного суспільства лескика мас медіа є надзвичайно актуальною для дослідження багатьма науковцями, а правильний підхід до її перекладу та передачі є ще більш значущим.

Процес перекладу – це процес пошуку схожих рис між мовами та культурами. Визначення цих рис можливе лише тому, що перекладач постійно стикається із відмінностями між ними. На нашу думку, переклад не може і не повинен бути спрямованим на усунення цих розбіжностей, перекладений текст має бути місцем проявлення іншої культури, де читач помічає культурно чуже; переклад має зберігати відмінності, певну чужість оригіналу, нагадувати читачу про надбання та втрати процесу перекладу та про відстань між культурами.

Дослідженню стратегій перекладу, їх характеристики, методів та способів перекладу присвячували свої праці багато лінгвістів, серед яких І. С. Алексеева, В. С. Виноградов, В. М. Ілюхин, В. Н. Комісаров, Л. Л. Нелюбин, Я. І. Рецкер, В. В. Сдобніков, А. Д. Швейцер, А. Chesterman, W. Lorscher, L. Venuti та інші.

Стратегічна складова передбачає спроможність перекладача усвідомлювати глибинний смисл оригіналу, а також здатність застосування адекватних перекладацьких стратегій для його збереження у тексті перекладу. Як відомо, змістом поняття “перекладацька стратегія” є порядок і суть дій перекладача під час перекладу певного тексту. Фонова інформація, відповідно до точки зору, що розглядається, включає конкретні факти щодо історії та державного устрою національної спільноти, особливостей її географічного середовища, характерних предметів матеріальної культури минулого і сьогодення, етнографічних та фольклорних понять. (Алексеева, 2004, с. 4).

З позиції перекладача як суб’єкта процесу перекладу І.В.Войнич (2010) розуміє перекладацьку стратегію як “спільний план дій перекладача”, обумовлений комплексом його принципових установок, спрямованих на досягнення цілей, які ставить перед собою перекладач (с. 8).

Як відомо, надзвичайно важливим є те, що текст перекладу повинен максимальною мірою репрезентувати зміст оригіналу, властивий автору спосіб вираження думки, його комунікативну стратегію, що досягається шляхом збереження максимально можливої структурно-семантичної близькості вихідного і перекладного текстів (Нелюбин, 2003).

На прикладі речення зі статті з “Euronews” (5 березня 2018 року) під назвою “L’Europa reagisce alle elezioni italiane” розглянемо приклади перекладацьких

стратегій. “Keep calm and carry on” il motto della Commissione UE, mentre per Macron i risultati sono il frutto della pressione migratoria sul Bel Paese” (“Девізом Єврокомісії став знаменитий вираз зберігаємо спокій та продовжуємо діяти, в той час як президент Франції Емануель Макрон вважає, що фінал парламентських виборів є не чим іншим як результатом міграційного тиску на Італійську Республіку”). При перекладі ми вжили такі стратегії як граматичні заміни, додавання і вилучення слів, транслітерація, калькування, синонімічний переклад, компенсація, модуляція, зміцнення акценту, еквіваленція.

Отже, перекладацькі стратегії допомагають подолати мовну прірву та кордони між мовами. Але необхідно не втратити унікальності кожної мови і не перетворити застосування перекладацьких стратегій на той чинник, який не забезпечує, а навпаки псує мовну гармонію.

ЛІТЕРАТУРА

- Алексеева, И. С. (2004). Введение в переводоведение: учеб. пособие для студ. филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений. Москва: Академия.
- Войнич, И. В. (2010). Стратегии лингвокультурной адаптации художественного текста при переводе. (Автореф. дис. канд. филол. наук). Пермский государственный университет, Пермь.
- Нелюбин, Л. Л. (2003). Толковый переводоведческий словарь (3-е изд., перераб.). Москва: Наука.
- Rizzi C. (2018, Marzo 5). L'Europa reagisce alle elezioni italiane: "Keep calm and carry on" il motto della Commissione UE, mentre per Macron i risultati sono il frutto della pressione migratoria sul Bel Paese. Euronews. Ricavato da <http://it.euronews.com>.

ЕКСПЛІКАЦІЯ ЧУЖОЇ МОВИ В НІДЕРЛАНДСЬКОМОВНОМУ ДИСКУРСІ

Матвійчук О. І.

Київський національний лінгвістичний університет

У процесі комунікації часто виникає потреба передати висловлення іншої особи. Досить часто чужа мова є медіатором для відображенням внутрішніх думок та переживань головного героя у художньому творі, що у свою чергу допомагає читачу краще пізнати глибину та драматизм переживань героїв.

У мовознавстві досі немає єдиного погляду на класифікацію різновидів поняття чужої мови. Так, більшість мовознавців, наприклад, Шитик (Шитик, 2016), виокремлюють 4 способи передачі чужої мови мовлення: пряма мова, непряма мова, невласне пряма мова та цитата. Шульжук (Шульжук, 2004), в той же час, виділяє такі способи відтворення: пряма передача чужої мови (пряма мова, діалог, цитата); непряма мова (непряма і невласне пряма мова). Чумаков (Чумаков, 1965) виділив такі типи чужої мови: конструкції прямої мови, непрямої мови, тематичної мови, невласне прямої мови та вільної прямої мови.

Термін “чужа мова” є досить широким. В залежності від ситуації спілкування, мети та призначення повідомлення чужа мова може мати різні способи вираження. Чуже висловлення або його частина може бути оформлене за допомогою окремої дослівного відтворення (пряма мова), переказу (непряма мова) або алюзії (невласне пряма мова).

Аналіз наукового матеріалу дозволяє класифікувати такі способи передачі чужого мовлення:

- 1) дослівне відтворення чужої мови (пряма мова);
- 2) недослівне відтворення чужої мови (непряма мова);
- 3) синкретичні способи відтворення чужої мови (невласне пряма мова), як от внутрішній монолог.

У нідерландськомовному дискурсі для прямої мови характерна чітка структура. Конструкції прямої мови складаються зі слів автора та самого висловлювання у лапках:

“Ik doe het niet voor geld”, zei Piet. – “Я роблю це не заради грошей”, - сказав Піт” (Hemmerechts, 1997, s. 70).

Висловлення з непрямою мовою складаються зі слів автора та висловлюванням персонажа, які поєднанні сполучним словом «що». Характерним аспектом для висловлень з непрямою мовою є явище узгодження часів:

“Ik zei dat ze meteen haar kleren moest aantrekken. – Я сказала, щоб вона швидко повинна одягнутися” (Hemmerechts, 1997, s. 27).

Невласне пряма мова (вільне мовлення) вважається стилістичною фігурою. Конструкції з невластне прямою мовою поєднують мову автора з чужим мовленням. Її особливістю є те, що вона зберігає порядок слів, інтонацію та емоційність персонажа. Висловлення з вільною мовою є “голосом” героя через слова автора, таким чином, такі конструкції є важливим інструментом глибокого розкриття психології персонажа:

“Hij legde zijn pen neer en stak een sigaret op. Hij zou haar maar niet meer schrijven. Eigenlijk had hij er gewoon genoeg van. Net toen ging de telefoon. - Він поклав свою ручку та запалив цигарку. Він їй більше не буде писати. Власне, йому цього вже досить. І тоді задзвонив телефон” (Hemmerechts, 1997, p. 94).

Цікавим є те, що кожна з цих конструкцій має особливості, способи вираження та вживання. В той час, як пряма та непряма мова вживаються досить часто, вільну мову відносять до поняття текстової інтерференції та потоку свідомості.

Отже, ми вважаємо за необхідне дослідити подані види чужої мови. Особливу увагу ми хочемо приділити дослідженню невластне прямої мови та виділити необхідні засоби її розрізнення в художній літературі.

ЛІТЕРАТУРА

Чумаков, Г. М. (1965). *Синтаксис конструкций с чужой речью*. Київ, Україна: Вища школа.

Шитик, Л. В. (2016). *Синкретизм способів передавання чужої мови в ідіостилі Степана Процюка*. Черкаси.

Шульжук, К. Ф. (2004). *Синтаксис української мови*. Київ, Україна: Видавничий центр “Академія”, сс. 364–370.
Nemmerechts, K. (1997). *Zonder grenzen*. Groningen: Wolters-Noordhoff.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СИНТАКСИСУ В СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

Меркулов А.П.

Київський національний лінгвістичний університет

Актуальність вивчення синтаксису сучасної китайської мови пояснюється особливим його місцем в граматичній системі ізолюючих мов. Згідно із Солнцевим (Солнцев 1995, с. 6), синтаксис присутній в усіх мовах, однак саме в ізолюючих мовах, таких як китайська, його важливість для розуміння граматичної системи мови значно зростає. Причиною для цього є нерозвиненість морфології та відсутність морфологічних засобів вираження граматичного зв'язку між словами.

Акцент саме на синтаксичних дослідженнях стає ще більш природним у світлі нових поглядів на граматичну структуру природних мов, а саме теорії генеративної граматики Н. Хомського, згідно якої саме синтаксис займає центральне місце при вивченні природних мов (Chomsky, 1957). З цих причин, на нашу думку, необхідно оцінити синтаксичні дослідження сучасної китайської мови та визначити теоретико-методологічні підходи до подальшого вивчення її синтаксису.

Серед китайських мовознавців проблеми синтаксису розглядали зокрема Лі Цзіньсі, Ван Лі та Люй Шусян.

Синтаксис в граматичній концепції Лі Цзіньсі займає центральне місце і трактується як наука про структурну організацію речення – “закони речення”. В основу опису речення Лі Цзіньсі кладе два ряди граматичних понять: 1) поняття частини мови, трактуються як граматичне угруповання слів 2) поняття члена речення, що розглядається в якості основи аналізу речення і його розподілу на структурні частини.

Відхиленням від зазначеного напрямку розвитку стали роботи Ван Лі і частково Гао Мінкя. Ці автори надавали великого значення національній специфіці китайської мови і в зв'язку з цим робили спробу підійти до опису китайського синтаксису за допомогою іншої системи понять.

Проте в праці Гао Мінкя наводиться думка про те, що в китайській мові взагалі не існує частин мови, а слова набувають своєї ролі як частини мови лише безпосередньо у контексті – у реченні.

Ван Лі в основних своїх роботах широко використовує систему понять і термінів О. Есперсена: “три ранги слів”, проте згодом “відходить” від цього принципу, зосереджуючи свої основні зусилля на дослідженні фонетики, синтаксису китайської мови.

Одним з важливих аспектів вираження у ізолюючих мовах синтаксичного відношення слова до іншого слова є питання про частини мови. Роль частин

мови для вираження синтаксичних відносин величезна. Заперечення наявності частин мови в ізолюючих мовах було серйозною помилкою, наслідком так званого вузькоморфологічного підходу до частин мови (Солнцев, 1995, с. 28). Фактично, для дослідження китайської мови було залучено традиційний “європейський” підхід для пояснення й трактування наявності тих чи тих частин мови. Проте, виявилось, що такий підхід не може повністю задовольнити потреби китайської мови і за ним неможливо однозначно класифікувати частини мови.

Вважається, що граматичний центр у китайській мові зосереджений у синтаксисі, тому що слова, як правило, не мають зовнішніх морфологічних ознак, за якими їх можна було б віднести до тієї чи іншої частини мови. І тому необхідним виявляється не лише аналіз морфологічних ознак, а й виконуваних синтаксичних функцій, що уможливорює розуміння того, як функціонує слово в ролі того чи іншого члена речення, як корелюється з іншими словами чи формальними елементами.

Люй Шусян розглядав проблеми синтаксису китайської мови саме з точки зору частин мови та частин речення. Він розглядає поняття єднання і розділовості, відмінності і подібності, одночасності, причини і наслідку, умови і наслідку. З-поміж іншого, він виокремлює розповідне речення, описове, спонукальне, оціннісне тощо (Люй, 1961).

І якщо питання про визначення частин мови в китайській мові не є на сьогоднішній день повністю вирішеним, китайським мовознавцям вдалося дійти до згоди щодо членів речення.

На сьогоднішній час в китайському мовознавстві склалося уявлення про систему членів речення китайського синтаксису, що включає в себе наступні шість членів: 1) підмет (主语), 2) присудок (谓语), 3) додаток (宾语), 4) додатковий член (补语), 5) означення (定语), 6) обставина (状语) (Шутова, 1991, сс. 5-18).

Таким чином, можемо сказати, що дослідження синтаксису сучасної китайської мови – одне з найголовніших питань у сучасному китайському мовознавстві, більшість граматичних досліджень в сучасній китайській мові виконується саме на синтаксичному рівні, і ця проблема потребує додаткової уваги з боку фахівців.

ЛІТЕРАТУРА

- Солнцев, В.М. (1995). *Введение в теорию изолирующих языков*. Москва, Российская Федерация: Издательская фирма “Восточная литература” РАН.
- Люй, Шу-сян. (1961). *Очерк грамматики китайского языка. Слово и предложение*. Москва, СССР: Издательство Восточной литературы.
- Шутова, Е. И. (1991). *Синтаксис современного китайского языка*. Москва, Российская Федерация: Наука.
- Chomsky, N. (1957). *Syntactic Structures*. The Hague: Mouton.

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ КОНОТАЦІЇ У ХУДОЖНІЙ ПРОЗІ

Медведєва А.В.

Київський національний лінгвістичний університет

З зростаючою кількістю інтересів дослідників до вивчення проблем конотації, актуальність даного терміну викликає все більше уваги. Адже в сучасній лінгвістиці немає єдиної думки про те, що розуміти під конотацією та про методи її дослідження. Слід зазначити, що саме поняття *конотація* виникає в рамках як лінгвістики, так і логіки. Логіка – займається моделюванням міркувань, то ж конотація визначалася як характеристика об'єкта. Вперше в історії мовознавства трактування терміну з'явилося в виданні “Всезагальна та раціональна граматики Пор-Рояль”. Автори граматики прирівняли вираження конотації з прикметниками, формулюючи свою думку тим, що іменники позначають об'єкти наших думок (субстанції), а прикметники – властивості цих об'єктів (акціденції).

Використання поняття конотації в різних областях лінгвістики і філології приводить до думки, що все зводиться до мисленнево-мовного механізму. Труднощі при вивченні способів формування конотативних значень пояснюються відсутністю єдиного погляду на природу цього явища. Складність полягає в тому, що для перекладу деяких мовних феноменів не існує відповідників, які разом з передачею специфічної інформації відображали б національний колорит, мали б ті самі конотації емоційного, смислового та стилістичного характеру, що супроводжують їх в оригінальному тексті. При цьому постає питання еквівалентності перекладу, в нашому випадку конотативної еквівалентності (Калюжний, 2000, с. 23).

При розгляді питань про конотації у художній прозі, багато лінгвістів спираються на думку, запропоновану Ю. Апресяном: “...конотаціями лексеми ми будемо називати несуттєві, але стійкі ознаки вираженого нею поняття, які втілюють прийняту в даному мовному колективі оцінку відповідного предмета чи факту дійсності. Вони не входять безпосередньо до лексичного значення слова і не є наслідками або висновками з нього” (Апресян, 1995, с. 159).

У результаті вивчення засобів вираження та спостереження різних інтерпретацій поняття “конотація”, можна розділити семантичну модель слова на три кола. Центр – це лексичне значення, що є значенневим ядром. Він створений змістом, який ідентифікує кожен лексему. Навколо ядра розміщується коло стійких, традиційно вживаних характеристик, притаманних носію мови. І вже на суттєвій відстані від ядра є територія відкритих конотацій, які не можна формально верифікувати, задля бачення конкретного тексту, конкретного автора, конкретної форми художньої прози.

Важливим нюансом в роботі перекладача над текстом постає питання вибору мовних одиниць з можливим мимовільним вживанням конотацій. Тому при виборі слів, перекладач повинен проаналізувати текст, який може містити неоднозначне тлумачення обраних мовних одиниць у контексті, що може

привести до дезорієнтації читача. Значні труднощі в перекладі, зазвичай, викликають конотації, пов'язані зі стереотипним сприйняттям. Проблемою в пошуках конотативних еквівалентів для адекватного сприйняття іншої культурної спільноти часто стають конотативні значення, які ніби то укорінилися в багатьох мовах.

Отже, шляхи перекладу обираються не тільки типом тексту та цільовою аудиторією, але й ступенем близькості та спорідненості між культурами. Для того, щоб реципієнту було максимально зрозуміло основну мету тексту, потрібні певні трансформації конотації та концептуальні пояснення. Слід зазначити, що конотація включає в себе індивідуалізацію, емоційність та асоціативність вираження слів, що стає запорукою появи думки, що конотація – це завуальована оцінка автора перекладу художньої прози. Тому дуже важливо не передавати характеристику значення слова, як думку з власної позиції, не зважаючи на індивідуальні принципи та життєві вподобання. Задача перекладу передати інформацію для мас, роблячи акцент на літературну творчість автора прози.

ЛІТЕРАТУРА

- Калюжный В.Н. (2000). *Логика (концепт и коннотации)*. В.Н. Калюжный (Ред.). Современная логика: проблемы теории, истории и применения в науке: Материалы VI Международной научной конференции 22-24 июня г. СПб: Изд-во С.-Петербур. ун-та.
- Апресян Ю. Д. (1995). *Интегральное описание языка и системная лексикография*. Ю. Д. Апресян (Ред.). М.: Школа “Языки русской культуры”.

МОВНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ІРОНІЇ У РОМАНАХ ХУАНА МАРСЕ

Михайленко М. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Іронія віддавна привертала увагу вчених та філософів. Перші спроби пояснити іронію знаходимо ще у творах Платона, Арістотеля, Цицерона та інших античних філософів. Сократ розумів іронію як відгомін мудрості безсмертних богів, що ніколи не сприймають життя серйозно, як акт свободи особистості.

Характерною ознакою іронії є її інтелектуалізм, залежність від умов контексту, тому іронічність стала одним з важливих компонентів інформаційної структури сучасних текстів прози в сучасній іноземній літературі. Упродовж різних історичних періодів особливого значення набував той чи той різновид іронії: в епоху Античності – трагічна іронія, у добу Відродження – насмішкувата, у романтиків та їхніх послідовників – песимістична та нігілістична (Струць, 1998, с. 37).

Іронія – це рівноправна форма комічного, нарівні із сатирою та гумором, визначальною рисою якої є глибока інтелектуальність, насмішкувате ставлення

до об'єкта зображення, яке ґрунтується на почутті переваги мовця над предметом мовлення. При цьому більшість дослідників зазначають, що чітко визначених, непроникних меж між типами і формами комічного не існує, вони часто переходять один в одного (Києнко, 1993, с. 81).

Як одна з форм комічного, іронія має національні особливості, обумовлені різними фрагментами дійсності, що формують колективну свідомість етносу, тісно пов'язана з загальнокультурними, соціально-груповими, індивідуальними особливостями мовної особистості й проявляється як на рівні змісту комічних творів, так і їх мовному оформленні.

У світовій літературі, з кінця ХХ століття, поряд із поліфонічністю, інтелектуалізацією, філософічністю та міфологічністю закріпилося поняття *іронічність*, яке є однією із її суттєвих ознак. Д. Мюкке стверджує, що в сучасному художньому письменстві склалася така ситуація, коли для більшості письменників іронія “набагато рідше є стилістичним чи драматичним прийомом, який вони можуть застосовувати на власний розсуд: набагато частіше це є способом мислення, який непомітно виник як загальна тенденція нашого часу” (Mueske, 1969, p. 10).

У сучасній іспанській прозі мовна іронія представлена як ситуативна або асоціативна. Ситуативна іронія реалізується в контекстах, що не перевищують розмірів абзацу, тоді як для адекватного декодування асоціативної іронії потрібні не тільки значні горизонтальні контексти, але й вертикальний контекст. Вертикальний контекст передбачає наявність у читацької аудиторії певної сукупності знань, необхідних для адекватного декодування іронії.

У романах іспанського (каталанського) письменника Хуана Марсе “Двомовний коханець”, “Чари Шанхая” ситуативна іронія реалізується за допомогою лексико-стилістичних, логіко-сміслових і синтактико-стилістичних прийомів. При цьому простежується така закономірність: окремий прийом рідко виступає ізольовано від інших засобів створення іронічного ефекту. Як правило, одиниці різних мовних рівнів підпорядковані єдиній меті – відображенню іронічного ставлення автора до описуваної ним дійсності.

Серед лексико-стилістичних прийомів у творах Хуана Марсе зустрічаємо як традиційні – уживання лексем, які мають узуальну (інгерентну) іронічну конотацію, так і складніші – використання стилістично маркованої лексики в нетрадиційних контекстах. Проза Хуана Марсе характеризується активним залученням жаргонної та просторічної лексики для створення іронічного ефекту.

Логіко-смісловими прийоми вираження ситуативної іронії в романах Хуана Марсе є антифразис, іронічні епітети, іронічні порівняння, іронічні метафори і перифрази, гра слів.

Лексико-стилістичні та логіко-сміслові прийоми вираження ситуативної іронії можуть інтенсифікуються за допомогою синтактико-стилістичних засобів (риторичних запитань, парцельованих конструкцій, вступних компонентів, синтаксичних конвергенцій). Художній прозі Хуана Марсе властивим є вираження іронічного смислу за допомогою перерахованих синтаксичних конструкцій.

ЛІТЕРАТУРА

- Києнко, І. О. (1993). *Сучасний англійський комічний роман*. Київ, Україна: Наукова думка.
- Струць, Р. (1998). Різновиди іронії. *Наукові записки Національного університету "Києво-Могилянська Академія". Філологія*, 4, 37-42.
- Muecke, D. C. (1969). *The compass of irony*. London, UK: Methue.

ТЕХНОЛОГІЇ РЕДАГУВАННЯ ТЕКСТІВ ПЕРЕКЛАДУ ЯК ЗАСІБ ДОСЯГНЕННЯ АДЕКВАТНОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ТЕКСТУ

Мінська Л.Е.

Київський національний лінгвістичний університет

Редагування тексту існує в житті суспільства вже близько двох з половиною тисяч років, проте редагування як наука виникла досить недавно – менш ніж століття тому, і спеціальних досліджень його специфіки поки що недостатньо.

Основний парадокс теорії редагування полягає у принциповій неможливості отримати абсолютно безпомилковий текст і неможливості створити модель редагування, яка усувала б із тексту абсолютно усі помилки. Будь-яке повідомлення можна передати нескінченною кількістю способів. Проте кожне суспільство накладає на повідомлення певні конвенції, обмежуючи кількість таких варіантів. Ця мінімальна кількість і є оптимальною. Оптимальні варіанти повідомлень вважають нормативними і такими, що спираються на певні види норм, а саме: лінгвістичні, психолінгвістичні, логічні, композиційні, наукові, видавничі, юридичні, політичні, поліграфічні, етичні, естетичні. Види норм, у свою чергу, діляться на типи, що мають свою структуру. Прийнято виділяти такі типи норм:

Параметри. Бувають двох видів: граничні значення (наприклад, обмеження кількості знаків) і константи – літерні та цифрові (позначення імен та дат).

Списки. Прикладами є словники, переліки скорочень, одиниць вимірювання тощо.

1. Шаблони або зразки. Наприклад, оформлення списку літератури.
2. Структури чи моделі. На відміну від шаблонів, які є статичними, структури чи моделі є динамічними об'єктами. Це означає, що структур як кінцевого продукту може й не бути, але їх утворюють в кожному окремому випадку відповідно до правил. Приклад – синтаксичні структури.
3. Положення. У формі положень найчастіше виступають правила, що стосуються семантики повідомлень і є складними. Прикладом є правила класифікації, логічні закони.
4. Норми бувають зафіксованими та незафіксованими. Зафіксовані норми переважно є об'єктивними. Це означає, що вони відтворюють факти незалежно від мови реципієнтів, їх тезаурусів, а також часу, місця й ситуації сприйняття повідомлення. Суб'єктивні норми часто базуються на

індивідуальних уподобаннях редакторів, яких вони набувають в процесі роботи (приклад: хороший – добрий).

5. Налаштовувані норми – це норми, попередньо узгоджені з можливостями реципієнтів. Найчастіше до них належать психолінгвістичні (приклад: довжина речення). Неналаштовувані норми – приклад: правопис (Партико, 2004).

Редагування тексту – це своєрідний вид літературної діяльності, в процесі якої редактор завжди вирішує творчі завдання. На думку більшості дослідників предметом редагування є оптимізація тексту з метою покращити його сприйняття реципієнтом (Партико, 2004; Коптілов, 2002; Ребрій, 2010). Процес редагування полягає у перевірці інформації з метою удосконалення або виправлення її структури, змісту, відповідності, завершеності, логічної послідовності, методів презентації. Редагування переклад буває двох типів. По-перше, це авторське редагування, коли редактором свого тексту виступає сам перекладач. По-друге, це редагування готового тексту, яке здійснює інша людина, тобто редактор.

Переклад практично базується на знанні контрастивної лінгвістики та типології двох мов. Під час перекладу перекладач використовує порівняльний аналіз як метод вибору форми, яка найбільш адекватно передає і зміст, і попередньо обрану форму. Тому редагування, так само як і переклад, пов'язане з такими розділами знань як мова та мислення, мова та культура, психо- та соціолінгвістика.

Оскільки перед редактором стоїть вирішення не однієї задачі, його робота має бути організованою та систематизованою. Процес редагування та перевірки можна поділити на такі етапи:

- 1) ознайомлення з текстом оригіналу та перекладу, що включає в себе сканування тексту, яке спрямоване на визначення тематики, стилістичних особливостей, якості вжитої у документі мови; ідеї щодо можливостей покращення тексту.

- 2) звірення тексту перекладу з вихідним текстом, а це послідовна, ретельна перевірка відповідності кожного слова, кожної фрази перекладу вихідному тексту, єдності використаної термінології, логіки викладу, а також порівняння смислового значення. Цей етап включає в себе роботу зі словниками, довідниками, мережею Інтернет, консультації колег та спеціалістів тієї чи іншої галузі.

- 3) внесення смислових і стилістичних правок; перевірка тексту на наявність граматичних, орфографічних, пунктуаційних, синтаксичних та ін. помилок.

- 4) завершальний етап – порівняння попереднього тексту з його новим варіантом, остаточна перевірка тексту.

З впевненістю можна стверджувати, що редагування – це найважливіший етап виробничого процесу при виконанні письмового перекладу, що забезпечує контроль якості перекладу шляхом ретельної перевірки перекладу на відсутність помилок та його відповідність вихідному тексту.

ЛІТЕРАТУРА

- Партико, З. В. (2004) Загальне редагування: нормативні основи: Навчальний посібник. – Л.: Афіша,.
- Коптілов, В. (2002) Теорія і практика перекладу: Навч. посіб. – К.: Юніверс.
- Ребрій, О. В. (2010) Основи теорії редагування перекладів : конспект лекцій / Укладач – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна.

ТИПИ ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ У ПЕРЕКЛАДІ КИТАЙСЬКОЇ ХУДОЖНЬОЇ ПРОЗИ

Мозолюк О.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Переклад визначається як один з видів мовної діяльності, що зводиться до процесу передачі думок, висловлених однією мовою засобами іншої. Іншими словами, це процес взаємодії двох мов. А якщо це так, то цей вид практичної діяльності спирається на лінгвістичний субстрат (Велединская, 2010).

При перекладі тексту з інших мов величезну роль грають не лише рівень знань перекладача усіх мовних нюансів, але й те, чи перекладач обізнаний у таких позатекстових факторах, як культурні традиції, соціально-економічні умови життя, морально-етичні установи, які сформувались завдяки особливостям проживання.

Переклад – це мистецтво, а мистецтво перекладача – передати іншою мовою, завдяки своєму розумінню, умінню, знанням те, що побачив, відчув, створив автор. Тому перекладач повинен не механічно переносити слова з однієї мови в іншу, а навчитись бачити, думати і писати вірною, співзвучною мовою перекладу так, як думав і висловлював свої думки автор мовою оригіналу (Швейцер, 1988).

Для того щоб досягнути адекватного перекладу, всупереч розбіжностям в формальних і семантичних системах двох мов, перекладач повинен уміти виконати багаточисельні та якісно різноманітні міжмовні перетворення – так звані перекладацькі трансформації – для того, щоб текст перекладу з максимально можливою повнотою передавав всю інформацію, яка міститься в тексті оригіналу (Бархударов, 1985).

“Приєм перекладу” – перекладацька операція, яка спрямована на розрішення якої-небудь проблеми і передбачає типізовану однотипність здійснюваних перекладачем дій. Відмінності в системах мов і правил використання одиниць мови постійно створюють певні проблеми в процесі перекладу, і тому перекладач змушений використовувати прийоми перекладу, так звані перекладацькі трансформації (Сіняговська, 2014).

У класифікації Л. Бархударова (1975) перекладацькі трансформації розрізняються за такими формальними ознаками, як: перестановки, додавання, заміни, опущення.

Розглядаючи перекладацькі трансформації Л. Латишев (1980) дає їх класифікацію за характером відхилення від міжмовних відповідностей, у якій всі перекладацькі трансформації підрозділяються на:

- 1) морфологічні – заміна однієї категоріальної форми іншими або декількома;
- 2) синтаксичні – зміна синтаксичної функції слів і словосполучень;
- 3) стилістичні – зміна стилістичного забарвлення відрізка тексту;
- 4) семантичні – зміна не тільки форми вираження змісту, але і самого змісту, а саме тих ознак, за допомогою яких описана ситуація;
- 5) змішані – лексико-семантичні та синтаксично-морфологічні.

А. Швейцер (1988) пропонує класифікувати трансформації на чотири групи:

1. Трансформації на компонентному рівні семантичної валентності у разі застосування різного роду замін. Наприклад, заміна морфологічних засобів лексичними, іншими морфологічними, синтаксичними або фразеологічними.

2. Трансформації, що здійснюються на преференціальному рівні – це:

1. Конкретизація (або гіпонімічна трансформація);
2. Генералізація (гіперонімічна трансформація);
3. Заміна реалій (інтергіпонімічна трансформація);
4. Переклад за допомогою рематафорізації (синекдохічна трансформація);
5. Метонімічні трансформації;
6. Рематофорізації (заміни однієї метафори іншою);
7. Деметафорізації (заміна метафори її антиподом – не метафорою).

Я. Рецкер (1974), навпаки, називає лише два типи трансформацій і зазначає такі прийоми їх втілення, як:

1. Граматичні трансформації у вигляді заміни частин мови або членів речення;
2. Лексичні трансформації, які полягають у конкретизації, генералізації, диференціації значень, антонімічному перекладі, компенсації втрат, що виникають у процесі перекладу.

В.Ф. Щічко (2010) стверджує, що під синтаксичними трансформаціями традиційно прийнято розуміти перетворення на рівні словосполучень і речень.

Таким чином, можна стверджувати, що розподіл трансформацій на типи і види – це умовність. Пов'язано це з тим, що деякі трансформації практично не зустрічаються у чистому вигляді, тобто поза поєднання з іншими трансформаціями (Сіняговська, 2014).

ЛІТЕРАТУРА

- Велединская, С.Б. (2010) *Курс общей теории перевода*. Томск: ТПУ.
- Бархударов, Л.С. (1975) *Язык и перевод: Вопросы общей и частной теории перевода*. Москва: Международные отношения.
- Латышев, Л.К. (1980) *Курс перевода: Эквивалентность перевода и этапы его достижения*. Москва: Просвещение.
- Рецкер, Я.И. (1974) *Теория перевода и переводческая практика*. Москва: Международные отношения.

- Сіняговська, І.Ю. (2014) *Визначення та класифікація перекладацьких трансформацій у процесі художнього перекладу*.
- Швейцер, А.Д. (1988) *Перевод и лингвистика: Статус, проблемы, аспекты*. Москва: Наука.
- Щичко, В.Ф. (2010) *Теория и практика перевода*. Москва: Восток-Запад.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛЕКСИЧНИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ У КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

Моїсеєва Є.Б.

Київський національний лінгвістичний університет

У зв'язку з актуалізацією певних областей науки і техніки, однією з характерних рис китайської мови останніх десятиліть є процес активного запозичення іншомовної лексики. Існуючі в даний час в китайській мові іншомовні слова прийшли в різний час і з різних мов. Запозичення з одних мов становлять поодинокі випадки, слова з інших утворюють більш-менш численні групи. Серед основних мов донорів – англійська, тибетська, маньчжурська, монгольська, японська, російська мови і санскрит. На думку Лі Сяндуна, в історії розвитку китайської мови мали місце кілька хвиль лексичних запозичень (Мусорин, 2002): історичні епохи династій Цинь, Хань, Тан; друга половина XIX ст. і перша половина XX ст, період з 80-х рр. XX ст. по теперішній час.

Китай протягом багатьох століть був ізольований від західного світу і обмежувався лише контактами зі своїми безпосередніми сусідами – маньчжурами, монголами, індусами, народами Тибету і Північної Кореї. У V-III століттях розширилися комерційні зв'язки між різними царствами Історичного Китаю. Крім того, торгівельні та політичні зв'язки між населенням північно-східної частини Китаю і племенами, що населяли територію Маньчжурії та Північної Кореї, існували ще з часів глибокої давнини (Іванов, 1973). Зі встановленням панування Танської імперії, яка представляла собою велике об'єднання держав, поширювався її вплив на сусідні країни, особливо на Японію, В'єтнам і країни Корейського півострова. Торгівельна, культурна, політична взаємодія народів і необхідність номінації нових предметів і явищ визначило впровадження в китайських мову деяких елементів іншомовної лексики. Коли китайський світ сприйняв буддизм, в мову хлинув потік нових слів, переважно з санскриту. Частина з них перейшла в розряд архаїзмів, частина жива і вживається досі (Семенов, 1997).

На зламі епох Мін і Цин (сер. XVII ст.) в басейні річки Амур встановлюється панування маньчжурів і в лексику жителів завойованих територій, так чи інакше, “проникають” лексичні елементи мови завойовників. Незважаючи на спроби правлячої династії Цин ізолювати країну від впливу іноземців, в Китай прибувають європейські місіонери, мандрівники і торговці, починається знайомство із західною культурою (Щичко, 2007), що теж сприяє проникненню в мову іншомовних слів. Інша за часом хвиля іншомовного запозичення виникла, починаючи з середини 19 століття, в епоху “опіумних

війн”, коли Китай став об’єктом колоніального завоювання Англією та іншими іноземними державами.

Ще один історичний факт, результатом якого стала поява нових іншомовних слів – китайсько-японська війна. У зв’язку з півстолітнім окупаційним періодом у китайську мову проникло чимало слів з японської мови. Японізми представляють унікальний вид запозичень, оскільки за своєю структурою вони ідентичні споконвічній китайській лексиці. Вчені відзначають, що в китайській мові, достатня кількість слів є опосередкованими або вторинними запозиченнями. Іншими словами, такі іншомовні слова, які проникли в китайську мову не прямим шляхом, а через лексику інших мов. Більшість таких запозичень проникли в китайську мову через англійську.

Чималу групу в словниковому фонді китайської мови становлять слова, що прийшли з російської. Китай і Росія – найближчі сусіди, які мають спільний кордон, при такому тісному “сусідстві” мовні контакти між двома країнами неминучі. Говорячи про сприйняття російських слів, необхідно враховувати низку факторів, серед яких політична, економічна і культурна взаємодія між країнами. Більшість сучасних запозичень прийшли (і приходять) в китайську мову, перш за все, з англійської мови в її американському варіанті (Иванов, 1973). Ці слова різноманітні за своєю семантикою і належать до політики, економіки, фінансів, комп’ютерної техніки, комерційної та багатьох інших областей. Говорячи про розподіл іншомовних слів в китайській мові в залежності від способу запозичення, слід зазначити, що великий відсоток від загального обсягу запозиченої лексики складають кальки (Семенов, 1997). Це пояснюється, перш за все, тим, що китайська мова – складова мова з ієрогліфічною писемністю і складною фонетичною організацією. Внутрішня форма фонетичних запозичень незрозуміла носіям, крім того, викликає непотрібні асоціації, ускладнюючи їх сприйняття і розуміння, тому їх відсоток невеликий. Фонетико-семантичні запозичення займають середнє положення, а решту становлять слова, запозичені іншими способами (морфемний спосіб, вторинне запозичення, аббревіація).

З лінгвістичної точки зору запозичення в китайській мові, незалежно від їх джерела і способу утворення, відповідають закономірностям існування і розвитку словникового фонду китайської мови. Для того, щоб міцно увійти в словниковий склад мови, деякі з них змінюють свою зовнішню форму, деякі піддаються різного роду семантичним трансформаціям. Незалежно від того, яким чином проходить процес асиміляції, іншомовна лексика завжди уподібнюється мові-реципієнту. У китайській мові з її ієрогліфічною системою процес запозичення іншомовної лексики та її адаптація, входження в систему мови проходить набагато важче, ніж в європейських мовах, що використовують алфавіт.

ЛІТЕРАТУРА

- Иванов, В.В. (1973). Терминология и заимствования в современном китайском языке. Москва: Правда.
- Мусорин, А.И. (2002). О характеристике лексической специфики при описании языка. Новосибирск: Наука.

Семенов, А.Л. (1997). Особенности лексических заимствований в китайском языке. Москва: Просвещение.

Щичко, В.Ф. (2007). Китайский язык. Теория и практика перевода. Москва: Восток-запад.

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ФОЛЬКЛОРНОГО ТЕКСТА

Мухамметгилиджов Максат

Киевский национальный лингвистический университет

Если иностранец хочет усвоить изучаемый язык в достаточно полном объёме, он должен ознакомиться с его национально-культурной семантикой, которая отражает, фиксирует и передаёт от поколения к поколению особенности жизни нации. Такой национально-специфической семантикой обладают народные паремии – то есть пословицы и поговорки, которые широко представлены и в русском, и в туркменском народном творчестве, но не всегда легки в переводе и на данный момент мало изучены. Так, материал, накопленный Туркменским научно-исследовательским институтом языка и литературы, позволяет утверждать, что туркменская литература является одной из наиболее богатых, но мало изученных литератур народов бывшего СССР. Президент Туркменистана Гурбангулы Бердымухамедов написал целую книгу об отечественных пословицах под названием «Источник мудрости». Если мы, к примеру, читая её, не знаем, что в Туркменистане гордость и слава – прежде всего на родине, что их не следует искать в чужих краях, то не поймём смысла старинных пословиц или подумаем, что значение преувеличено: *Цветок пахнет на стебле, человек расцветает на родине; Даже если ты на высоте, делай поклон родине; Дорогу выбирай любую, а родную страну не забывай; На еду зови, на землю не зови; Чем быть падишахом в чужой стране, будь нищим в своей; Цену покинутой юрты через год поймёшь; Кто расстается с женой, плачет семь лет, кто расстается с родиной – плачет до смерти; Чем отказаться от родины, лучше лишиться жизни.*

Длительное контактирование русского и туркменского языков в границах СССР привело к взаимопроникновению их паремиологических фондов. Как говорит об этом туркменская пословица, *Кибитка в кибитке не поместится, народ в народе найдёт место*. В частности, обнаруживаются множественные межъязыковые соответствия метафорических контекстов пословичных текстов русского и туркменского народов на основные темы: о характере человека, о его жизненных целях, о родителях, о дружбе, о знаниях, о труде, о хлебе как основной пище, о силе слова и т.д. Например, в туркменском языке, как и в русском, существуют образные поговорки о невыдающемся человеке: *Ни рыба, ни мясо*; о человеке, несправедливо пользующемся трудами других: *Чужими руками жар не выгребай* (а русская поговорка говорит *Чужими руками жар загребать*); о важности обучения: *Кто без знания, тот без глаз* или *Без грамоты – как без глаз* (русская пословица *Ученье – свет, неученье – тьма*).

Похожи по общей семантике, но различаются национальными объектами метафорического осмысления многие народные поговорки: русс. *Каждый кулик своё болото хвалит*, туркм. *«Край мой чудесен!» – квакает лягушка*; русс. *Не всё то золото, что блестит*, туркм. *Не всё, что сверкает, – снег*; русс. *Что написано пером, не вырубишь и топором*, туркм. *Кончик калама (пера) острее сабли*; русс. *Доброе слово лечит – худое калечит*, туркм. *Доброе слово слаще мёда*; русс. *На Бога надейся, а сам не плошай*, туркм. *На Бога надейся, но ослёнка привязывай крепко*; русс. *Как год (Новый год) встретишь, так его и проведёшь*, туркм. *Какой будет год – по Новрузу видно* (Новруз – Новый год по солнечному календарю). В русском языке отмечается заимствование метафорических пословиц, поговорок, афоризмов из туркменского языка: *Собака лает, караван идёт; На языке мёд, а в сердце – яд; Ты – уважаемый человек, я – уважаемый человек, а работать кто будет?* (туркм. *Ты – ага, я – ага* (это уважительное обращение туркмен к старшему по рангу, по возрасту, по степени достатка), *а зерно кто молоть будет?*).

Наиболее популярным и естественным метафорическим тропом в народных поговорках является не столько ведущий троп – метафора (перенос значения по сходству, подобию), сколько объёмная аллегория (конкретное изображение абстрактной идеи поучительного характера). Например, аллегоричной является русская поговорка о строгих мерах воспитания с использованием метафоры «рукавицы» и образного эпитета «ежовые»: *На него надо ежовые рукавицы*. Аллегоричны туркменские пословицы, поговорки, содержащие образы змеи как лукавого человека, предателя; коня, верблюда, плодоносящего дерева – как тружеников, и осла – как глупца, лентяя: *Человек без ремесла, что яблоня без яблок; Гни дерево, пока молодое, учи детей, пока зелёные; У умного конь не устанет, халат не изнашивается; Когда ревет осёл, соловей молчит*. Туркменские пословицы характеризуются витиеватыми метафорическими конструкциями в стиле плетения словес: *Узелки тайны – слово развязывает; Наука – как колодец, выкопанный иглой; Сидит на пепле, а мыслями на Кап-горе* (мифической горе).

Аллегория русских и туркменских народных поговорок имеет позитивный и негативный характер, что ярко прослеживается в текстах поговорок о женском и мужском начале. Оценка плюс – это славный, смелый муж-глава семьи, муж-хозяин, в русском варианте – муж слегка навеселе): русс. *Птица крыльями сильна, жена мужем красна; Где кабачок, там и мужичок*, туркм. *Земле нужна влага, мужчине – слава; Лучший аргамак мало ест, долго живёт, лучший молодец много слушает, мало говорит; Женщина без мужа – конь без узды*. Оценка плюс – это добрая, верная, хозяйственная жена, в туркменском варианте – хозяйственная жена, вышедшая из убогого дома: туркм. *Лучшая девушка выходит из бедного (убогого) дома; Жену мелкие делишки любят*; русс. *Не верь ветру в поле, а жене в воле; Не хвали жену телом, а хвали делом!; Добрая жена да жирные щи – другого добра не ищи!* Оценка минус – это злая, лихая, своевольная, сварливая, слезливая, бесхозяйственная жена: русс. *Сварливая жена – кара господня; От злой жены одна смерть спасает да пострижение*; туркм. *Толковая жена – казна, бестолковая – наказанье*. Плох и

трусливий, безвольний, глупий муж, в туркменском варианте – вдовец, в русском варианте – горький пьяница, вор): туркм. *Глазами вдовца не выбирай жены, глазами пешего не покупай коня*; русс. *Что ни двор, то вор*.

Туркменская поговорка утверждает, что излишняя премудрость мешает браку: *Пока умный размышляет, дурак дважды сына поженит*; что в женитьбе важна любовь, а не мудрость: *Отдай пищу голодному, дочь – влюблённому*.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НЕОЛОГІЗМІВ СФЕРИ ШОУ-БІЗНЕСУ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНИХ ГАЗЕТНИХ СТАТЕЙ)

Недзеленко А. Л.

Київський національний лінгвістичний університет

Динамічні процеси розвитку англійської мови показують її тісний зв'язок із суспільними реаліями і соціальними потребами. Швидке оновлення лексичного складу призвело до актуалізації проблем, пов'язаних з аналізом інноваційних процесів в лексико-семантичній системі мови. В кінці ХХ століття було виділено окремий розділ мовознавства – неологію, який досліджує появу нових слів та значень, аналізує фактори та засоби їх утворення. Власне термін “неологія” уперше було зареєстровано в 1759 році, дане поняття означало “створення нових слів з метою збагачення мови” (Гак, 1978, с. 8). Великий вклад у дослідження сфери неологізмів зробили такі вчені, як В. Г. Гак, М. П. Кочерган, В. Ковальов, R. Fischer, P. Newmark та інші.

Однак, труднощі при перекладі неологічної лексики забезпечують перспективи для подальших її досліджень. Будь-яка сфера життя, щорічно набуває 3000 нових слів. Однак, вирахувати точну кількість неологізмів неможливо, оскільки не встановлено чіткого періоду, в який слово вважатиметься “неологізмом”. Сфера шоу-бізнесу є одним з основних постачальників нових лексичних, семантичних та фразеологічних одиниць. Як наслідок швидкого розвитку індустрії шоу-бізнесу, багато “нових слів”, які були створені в англійській мові, перейшли до української мови, тому перекладачі стикаються з проблемами їх відтворення в нашій мові.

За Р. Newmark (1988) виділяють такі типи неологізмів: **власне неологізми, новоутворення, трансформації та семантичні неологізми**. Також Newmark (1988) виділяє такі способи формування неологізмів (**словоскладання, афіксація, аббревіація, запозичення та конверсія**). Для того щоб виконати якісний переклад перекладач повинен врахувати тип неологізмів, їхні способи формування, проаналізувати контекст і спробувати передати значення неологізмів, враховуючи особливості української мови. Оскільки не існує універсального способу перекладу неологізмів, перекладачам доводиться використовувати різні типи трансформацій для відтворення цих лексичних одиниць. На практиці це означає, що вони повинні “створювати” нові лексеми які передаватимуть поняття обраного неологізма. Найпоширенішими є наступні перекладацькі трансформації:

- 1) Транслітерація, напр., *podcast – подкаст*;

- 2) Транскрипція, напр., *daith piercing* – *дейс-пірсінг*;
- 3) Калькування – це спосіб перекладу лексичної одиниці оригіналу “шляхом заміни її складових частин – морфем або слів їх лексичними відповідниками в мові перекладу” (Комиссаров, 1990, с. 124) напр., *drunk dialing* – *дзвінки сп’яну*;
- 4) Описовий переклад, напр., *mansplaining stories* – *історії, коли чоловікам доводиться “розжовувати” інформацію*;
- 5) Інкрустації – це прийом, який передбачає собою написання слова графічними знаками мови оригіналу (Максімов, 2012), напр., *YOLO* – *YOLO*.
- 6) Комбінований переклад поєднує декілька вищеперерахованих перекладацьких трансформацій, напр., *human emojis* – *емодзі, для позначення людей*.

Отже, з проведеного дослідження можна стверджувати, що процес перекладу неологізмів з англійської мови на українську мову відбувається в два етапи. Перший етап це осмислення сенсу неологізму, а другий власне його переклад за допомогою лексичних засобів української мови. При їх перекладі застосовується велика кількість перекладацьких трансформацій, використання яких зумовлене різною граматичною структурою мов. Саме тому труднощі перекладу нових слів займають одне з перших місць в списку проблем, що стоять перед перекладачами. Беручи до уваги те, що мова постійно розвивається та набуває нових лексичних одиниць, то функціонування неологізмів та ефективні методи їх перекладу будуть завжди актуальними для подальших досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

- Гак, В. Г. (1978). *О современной французской неологии*. Н. З. Котелова (Ред.), *Новые слова и словари новых слов*. (с. 6–9). Москва: Наука
- Комиссаров, В. Н. (1990). *Теория перевода (лингвистические аспекты)*. Москва: Высшая школа
- Максімов, С. Є. (2010). *Практичний курс перекладу (англійська та українська мови). Теорія та практика перекладацького аналізу тексту*. Київ: Ленвіт
- Newmark, P. (1988). *A Textbook of translation*. London: Cassell

ПРОБЛЕМА СТИЛІЗАЦІЇ МОВЛЕННЯ ГОЛОВНОГО ПЕРСОНАЖА У ТЕКСТІ ХУДОЖНЬОГО ДИСКУРСУ

Неменуца А. Р.

Київський національний лінгвістичний університет

Кожний літературний твір так чи інакше відображає мову і мовлення притаманній їй епосі, саме тому кожний літературний твір має свій *стиль*. Зазвичай останній відповідає духу епохи, національній культурі, індивідуальності автора, а іноді письменник ставить перед собою задачу зображення “чужого стилю” – “не своєї” епохи, “не своєї” національної культури, “не свого” напряму тощо, тобто вдається до стилізації.

Проблему стилізації художніх текстів розглядали чимало представників різних шкіл, зокрема *відображення національного й історичного колориту* (О. Ахманова, О. Горшков, О. Лабунько, О. Хабібুলліна, В. Ярцева), *часу і культури* (О. Гусєва, К. Дворецька, О. Єфімов, В. Троїцький) тощо.

Цікавим є спостереження В. Ярцевої, яка вважає, що *стилізація* – це “навмисна побудова художньої оповіді відповідно до принципів організації мовного матеріалу за характерними зовнішніми мовленнєвими прикметами, притаманними певному соціальному середовищу, історичній епосі, літературному напрямку, жанру, індивідуальній манері письменника, які обираються автором як об’єкт імітації” (Ben Yagoda, 2007, p. 492). Орієнтація уваги автора на стилістичній системі, типовій для людей певного соціального середовища та епохи (Иванова и др., 1999, с. 95], зображення ним дійсності та створення образів, характерів героїв (Фёдоров, 1983, с. 95), свідомо проектує “підробку” під оригінал засобів, навмисне використовуючи “[...] стиль для вираження життєвих явищ, які отримали в ньому свій вияв” (Фёдоров, 1983, с. 168), і в той же час зберігаючи свій власний стиль у творі, тим самим прагнучи створити враження автентичності тієї епохи, культури, світобачення тощо.

Як пише Л. Щерба, “середовище, до якого належать діючі особи вимальовується через мову”, тому, вдаючись до прийому стилізації, автор не запозичує “чужі слова”, а імітує їх своїми, наслідуючи фонетичні, лексичні, граматичні та інші особливості манери мовлення персонажа або персонажів, що містить у собі характерні риси для представників певної епохи, певного соціуму, віку, професії, національності, та передає не лише моральні, але й фізичні особистісні якості, а також його стиль поведінки. На думку О. Гусєва, “стилізація, [...] це прийом художнього зображення, який використовує автор для реалізації свого задуму”.

Згадаємо праці О. Ахманової, О. Єфімов та багато інших дослідників, які виокремлюють декілька основних типів стилізації: *історичну* (зображення подій з минулого), *жанрову* (передача засобів та прийомів виразності притаманних певному жанру), *професійну* (віднесення до роду діяльності), *діалектну* (створення національного колориту), *просторічну* (передача специфіки побутового спілкування) та *соціально-мовленнєву* (передача мовленнєвих особливостей людей які належать до різних соціальних шарів). Також виділяють предмети стилізації, до них відносять стилі епохи, національної культури, літературних напрямів та народної словесності.

О. Гусєва називає основні *функції стилізації* (відтворення атмосфери певної епохи; передача місцевого колориту; вираження народної свідомості або ж свідомості окремого персонажу; відтворення рис певного літературного стилю; створення мовленнєвого портрету персонажу, який відображає особливості мовлення, характерні для осіб певної соціальної групи, національності тощо) та *способи її створення у тексті* (імітація характерних особливостей чужої манери мовлення; копіювання синтаксичних конструкцій; запозичення граматичних форм; відбір лексичних елементів).

І. Коломієць наголошує, що стилізація існує двох типів: *односпрямована*, де “всі прийоми добору та організації мовного матеріалу суголосні стилю й

жанру твору, відповідають йому і, насичуючи текст, інтенсифікують якість одне враження (піднесення, захоплення тощо)”; *контрастна*, в якій “спостерігається зіткнення мовних засобів різних стилів і жанрів, різних емоційних оцінок і семантико-функціональних забарвлень. Остання використовується, зазвичай, для того, щоб викликати в читача несподіване, сильне враження, досягти комічного ефекту, іронічної чи сатиричної конотації”.

Проблема стилізації, хоча і є вже досить дослідженою у літературознавстві та мовознавстві, однак потребує уточнення її механізмів з позиції перекладознавства, зокрема у встановленні ключових способів і засобів їх репрезентації в МП. Автори часто звертаються до прийому стилізації художніх текстів для того, щоб створити правдоподібний портрет епохи або соціального оточення у творі. Для досягнення цього ефекту дуже часто ретельно відбирають лексичні елементи, які відповідають тій чи іншій ситуації, використовують певні синтаксичні конструкції та стилістичні засоби для імітації характерних особливостей чужої манери мовлення.

ЛІТЕРАТУРА

- Иванова, И. П., Чахоян Л.П., Беляева Т.М. (1999). *История английского языка: учеб., хрестоматия*. СПб., РФ : Лань, 1999.
- Фёдоров, А. В. (1983). *Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы)*. М., РФ : Высшая школа, 1983.
- Yagoda, B. (2007). *When You Catch an Adjective, Kill it*. L.: Broadway Books.

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПОЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ ВИРАЗНОСТІ В ЛЕГЕНДАХ ГУСТАВО АДОЛЬФО БЕККЕРА

Олексюк О. І.

Київський національний лінгвістичний університет

Густаво Адольфо Беккер, як і багато романтиків, звертався до різних історичних епох, його приваблювала їх своєрідність, вабили екзотичні і таємничі країни. Інтерес до історії став одним із одвічних завоювань художньої системи романтизму.

Проте особливості функціонування поетичних засобів виразності в легендах Густаво Адольфо Беккера у наукових дослідженнях не розглянуті у необхідній мірі. Тому для більш детального аналізу окресленого проблемного напрямку дослідження мною була вибрана дана тема роботи.

Якщо розглянути детально легенди Беккера, то у них можна помітити всі елементи, притаманні романтичному твору: безвихідь, відчай, фантастика, звернення до історії, фольклор і т. д. Значною віхою у творчій біографії Беккера стали його новели, сповнені високої поезії, – “Легенди” (опубліковані окремою книгою в 1871 р.). Східні перекази, містичні і казкові сюжети, які змушують згадати Е. Т. А. Гофмана, події і герої іспанського романсеро, лицарські подвиги, таємниці природи, смерть, любов – стали матеріалом для переосмислення в душі романтизму. Кращі його твори відзначені глибиною і

щирістю почуттів, музичністю. Це переважно легенди фантастичного змісту, героями яких є гноми, мерці, привиди, місячний промінь і т. д. (Беккер, 2017).

“Легенди” складні за будовою і за поетичною образністю. Це своєрідні вірші в прозі, в яких суб’єктивний і ліричний світ віршів об’єктивізується, переноситься у середньовічне минуле. В “Легендах” спостерігається винятковість ситуацій, середньовічний колорит, казковість сюжетів, переважання демонічного початку в образах героїнь і трагічна доля героїв, прагнення до невідомого, пишність мови з великою кількістю метафор та барвистістю епітетів.

Однак зміст легенд Беккера різноманітний, він нерідко запозичений з народних казок, але майже завжди в основі трагічного конфлікту, що визначає розвиток їх сюжету, лежить прагнення до недосяжного, зникаючого і таємничого.

На думку Беккера духовне життя невичерпне. Природа людини приховує в собі незліченну кількість можливостей, почуттів і думок, які висловити нікому не під силу. Спроба “розкрити душу”, майже завжди приречена на провал – завжди залишається щось недомовлене. Однак для Беккера невисловлене не зникає безслідно, воно залишається жити в тому самому просторі, де мешкає любов.

А. Беккер величезне значення надає музиці, яка пронизує більшість його творів, вона звучить в його легендах. Саме музика здатна виражати приховані від очей явища, достукатися до серця. Так, ми чуємо пісню страждаючого людства, де скорботний плач змішується з криками тріумфу

Розповідаючи про свої почуття, Беккер повністю відкинув багатомовність і досяг стислості і точності висловлювання. Доречним буде тут протиставлення деяких рис творчості Беккера рисам літератури бароко, в якій проголошувалася свобода вираження в творчості і якій властивий нестримний політ фантазії бароко прагнуло до вишуканості в усьому. В силу цього – підкреслена, навмисна ускладненість образів і мови, поєднана з прагненням до краси і афектації почуттів. Мова бароко гранично ускладнена, використовуються незвичні прийоми, з’являється химерність, пихатість. Відчуття ілюзорності життя і недостовірності знань призводить до широкого використання символів, складної метафоричності, декоративності і театральності, спричиняє появу алегорій.

Легенди Беккера часто створюють, завдяки своїй дивній безпосередності і простоті, враження талановитої імпровізації. Це враження, однак, оманливе, бо за зовнішнім невибагливим малюнком уважному читачеві відкривається ретельна і тривала шліфовка кожного образу, в результаті якої виникає гранична внутрішня напруженість твору, наповнюються глибоким почуттям найпростіші іноді банальні слова.

Паралелізм конструкцій міг би здатися, напевно, навмисним нагнітанням почуттів. Порушення паралелізму повертає відчуття безпосередності. У цьому і полягає нелегке мистецтво простоти, яке Антоніо Мачадо вважав відмінною рисою поезії Беккера.

Отже, А. Беккер зміг досягти висот всього чудесного, таємничого, розкрити багатий світ душі, культ уяви, де фантастичне, що не існує, а всього лише уявляється, грає настільки ж важливу роль як і матеріальне, а іноді значить більше, ніж навколишня дійсність.

ЛІТЕРАТУРА

- Беккер, Г. А. (1985). Избранные произведения. Москва, Россия: Художественная литература.
- Беккер, Г. (2017). Испанские легенды. Обещание. Москва, Россия: Издательский дом ВКН.

ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕТАФОРИ В КИТАЙСЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Олійник В.В.

Київський національний лінгвістичний університет

На сучасному етапі розвитку лінгвістичних досліджень жодна наукова дисципліна не обминає таке поняття як дискурс. Це поняття трактується по різному. Ось наприклад Т. ван Дейк (1989) вважає, що дискурс являє собою комунікативну подію, що неможлива без учасників спілкування та є складовою не лише усного мовлення а й письмового (с. 217). Н. Арутюнова (1990) розглядає дискурс як “зв’язний текст в сукупності з екстралінгвістичними, прагматичними, соціокультурними, психологічними і іншими факторами”, як “мову, що занурена в життя” (с. 2). У цілому, під дискурсом можемо розуміти сукупність письмових і усних текстів, які виконують люди в різних щоденних практиках – організаційній діяльності, політиці, рекламі, економіці.

На сучасному етапі розвитку лінгвістики політичний дискурс стає важливим чинником як суспільного, так і культурного життя. Політична комунікація займає важливе місце у процесах розбудови держави, в закріпленні її місця у світовому інформаційному просторі. Політична лексика, яка виступає основною складовою політичного мовлення, є одним з найбільш рухливих прошарків лексичної системи.

У сучасному інформаційному суспільстві важливу роль відіграє масова комунікація, системи якої формуються під впливом суспільного розвитку, однак значно більший вплив справляють вони самі, значною мірою визначаючи політичні, правові й етичні норми. На сьогодні метафора є невід’ємною частиною сучасної китайської політичної лексики, хоча в політичному дискурсі особливості метафоричної системи залишаються недостатньо вивченими. Метафора була об’єктом дослідження багатьох мовознавців (Дж. Лакофф, А. Баранов, Ю. Караулов, А. Чудинов, Н. Арутюнова, В. Вовк, Х. Дацишин, Й. Бартошек та ін.). У ширшому розумінні метафора є синонімом тропа, у вузькому – одним із тропів, вмотивованим суто подібністю чи аналогією. Під метафорою розуміємо семантичний процес, при якому форма мовної одиниці переноситься з одного об’єкта позначення на інший на основі певної подібності

між цими об'єктами при відображенні в свідомості мовця. Метафорою в політичному дискурсі можемо вважати певний механізм мови, що виявляється у вживанні слова на позначення певного класу предметів, явищ тощо, для характеристики або найменування іншого класу об'єктів на основі певної аналогії. У розширеному розумінні термін “метафора” можна застосувати до будь-якого вживання слів у непрямому значенні.

Використання метафор зазвичай продиктоване бажанням досягти ефективності друкованого слова, його дієвості, оскільки публіцистика формує суспільну думку. У китайській публіцистиці спостерігаємо досить високий рівень метафоризації політичної лексики. Цілеспрямований аналіз метафоричних моделей політичної сфери сприяє виявленню тенденцій розвитку політичного дискурсу та допомагає виявити ступінь впливу соціально-політичних змін на зміни та функціонування політичної мови. Створення метафори здебільшого викликане потребою висловити негативну оцінку, передати негативні емоції. Метафора – один із найважливіших компонентів політичного дискурсу друкованих засобах масової інформації, тісно пов'язаний із його стилістичною та комунікативною спрямованістю. Отже, в політичному дискурсі функціонують метафори, які лежать на перетині індивідуального світосприйняття та загальноприйнятого, колективного інтерпретування політичних процесів, подій, явищ та особистостей. Активне використання окремих метафоричних моделей супроводжується виникненням штампів, однак воно є закономірним, оскільки відображає зміни в мовній картині світу, фіксує появу нових значень слів. Повторюваність метафор може призвести до створення стереотипізованих уявлень читачів про реалії політичного життя.

ЛІТЕРАТУРА

Арутюнова, Н.Д. (1990). *Метафора и дискурс. Теория метафоры*. Москва, СССР: Прогрес.

Вершинина, Т.С. (2001). Метафора в политическом дискурсе: Традиции и новаторство. *Бюллетень Уральского лингвистического общества*, 1(8), 29-32

Дейк, Т.А. ван. (1989). *Язык. Познание. Коммуникация*. Москва, СССР: Прогресс.

ІНСТРУМЕНТИ МОВНОЇ МАНІПУЛЯЦІЇ У ВІДТВОРЕННІ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ

Павлище В. Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

На сьогоднішній день мовну маніпуляцію слід розглядати як один з різновидів маніпулятивного впливу. Що ж таке мовна маніпуляція і які інструменти її характеризують?

Мовна маніпуляція є видом мовного впливу, який відбувається для замаскованого навіювання у психіку реципієнта бажань, установок, цілей, що не відповідають тим, які наявні у адресата на момент спілкування (Быкова, 1999).

Розкриття механізмів маніпуляції переважає вивчення прихованого впливу який здійснюється завдяки мовним засобам. Вони можуть належати до різних мовних рівнів: фонетичного, лексичного, граматичного, синтаксичного і графічного. Відповідно, інструменти мовної маніпуляції також реалізуються на цих рівнях.

Інструменти мовної маніпуляції на фонетичному рівні реалізуються в письмовій мові за допомогою фоносемантичних засобів (алітерація, рифмізація і ритмізація), розділових знаків, різних метаграфічних засобів (підкресленням, виділенням шрифтом, заголовними буквами) (Иссерс, 2002).

Мовна маніпуляція на граматичному рівні реалізується за допомогою слів, дериватів і фраз. Залежно від того який аспект лексичної одиниці як мовного знаку виявляється задіяним в реалізації маніпуляції, лексичні інструменти мовної маніпуляції (ІММ) можна розділити на 3 групи: лексико-семантичні, лексико-синтаксичні та лексико-прагматичні.

Лексико-семантичні ІММ засновані на співвідношенні слова і наочно-понятійного змісту, який ним виражається. Наприклад, конверсиви, номіналізація, перифрази і уточнення, власне оцінні слова, власне вторинна номінація, деякі лексико-стилістичні засоби (метафора, метонімія, гіперболи, порівняння, уособлення), “слова-амеби”, софістицизми, іноземні слова, квантифікатори (генералізація і невизначеність).

Лексико-семантичні ІММ є обумовленими особливостями співвідношення мовних знаків між собою. До цієї групи інструментів належать слова з особливими семантичними відносинами (синоніми, антоніми, гіпероніми), реактивація і інновація моделей дериватів, зіставлення і порівняння, комбінаторні зміни “готових” виразів. Різні комбінаторні зміни фразеологізмів, кліше, прислів’їв, текстових ремінісценцій і тому подібне використовують ефект несподіванки (Иссерс, 2002).

Дія лексико-прагматичних ІММ заснована, головним чином, на передачі відношення автора повідомлення до об’єкту. Прагматичний аспект лексичних одиниць включає експресивно-емоційну оцінку і різні конотації. До лексико-прагматичних ІММ належать дейктики, слова і вирази з модальним значенням, слова з оцінною конотацією і контекстні оціни слова, слова з емотивною, експресивною, стилістичною і ідеологічною конотаціями, різні способи реалізації негативної і позитивної вторинної номінації (евфемізми, меліоративи, дисфемізми, ярлики, пейоративи, аномінація) (Иссерс, 2002).

ІММ на граматичному рівні використовують особливості морфології синтаксису: пасивний стан, різні часи дієслова, умовний спосіб, артикль, число іменника, і інша маніпулятивні можливості використовуються в маніпулятивних цілях. Серед виразних синтаксичних засобів слід зазначити еліптичні і паралельні конструкції, інверсію, відособлення, вибір комунікативного типу речення.

Інструменти мовної маніпуляції функціонують і на вищому рівні мовної ієрархії – текстовому. Текст – продукт самого дискурсу, і лише він дозволяє розкрити задум автора повідомлення, пояснити набір маніпулятивних засобів, використаних при його створенні. ІММ на даному рівні є способами реалізації

функціонально-семантичних категорій тексту – інформативності, зв'язності, перспекції/ретроспекції, модальності. На текстовому рівні функціонують пресупозиція, імплікатура, іронія, політична метафора, створення “семантичного поля”, повтор, аналогія, контраст, коментарі, рефлексиви. Інформативність тексту припускає ним передачу якоїсь інформації. За прагматичним призначенням розрізняється змістовно-фактуальна (ЗФІ) (“передній план” тексту), змістовно-підтекстна (ЗПІ) (“задній план” тексту) і змістовно-концептуальна інформація (ЗКІ) (його тлумачення, глибинний сенс) (Гальперин, 2006).

Отже, маніпуляція є способом впливу на людей завдяки програмуванню їх поведінки. Цей вплив націлений на психічні структури комуніканта, відбувається приховано і має на меті скоригувати думки, наміри, поведінку партнера у бажаному для адресанта напрямку. Маніпуляція у комунікації утворює великий арсенал знань та вмінь із впливу на прийняття рішень іншими людьми, великими масами народу для отримання необхідного результату, а також комплекс захисту від цієї небезпечної зброї. Однак, знання інструментів мовної маніпуляції допомагає нам розпізнати той чи інший вид маніпуляції.

Окремим питанням залишається відтворення маніпулятивних впливів під час перекладу текстів політичного дискурсу принаймні у випадках, коли повідомлення є закодованим або ж прихованим. Такі випадки вимагають від перекладача специфічних фонових знань (для відтворення прецедентних текстів чи соціолектів), усвідомлення особливостей граматичних структур та розуміння оригінальних інтенцій автора, покликаних нав'язати власну думку, переконати в певній точці зору, або навіть створити іншу реальність. Переклад у останньому випадку відіграє ключову роль, оскільки хист перекладача дозволяє відтворити імпліцитні смисли повідомлення.

ЛІТЕРАТУРА

- Быкова, О. Н. (1999). Языковое манипулирование. *Теоретические и прикладные аспекты речевого общения*, 1(8), 99–103.
- Гальперин, И. Р. (2006). *Текст как объект лингвистического исследования* (изд. 4-е). М., РФ: КомКнига.
- Иссерс, О. С. (2002). *Коммуникативные стратегии и тактики русской речи* (изд. 2-е). М., РФ : Едиториал УРСС.

ВІДТВОРЕННЯ ГЕНДЕРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ НІМЕЦЬКОМОВНИХ МЕДІЙНИХ ТЕКСТІВ

Павліченко Н.О.

Київський національний лінгвістичний університет

Зважаючи на сучасні погляди людства процес розвитку рівності жінок і чоловіків визначається міжнародними організаціями та суспільством через родинні зв'язки, відносини, ролі та відповідальності . Це ключові елементи людського розвитку , оскільки чоловіки і жінки нероздільно пов'язані між

собою. Гендерні ролі та відносини, створені суспільством, постійно змінюються. Це стає помітнішим від покоління до покоління. Змінилися політичні й економічні відносини – міняються гендерні ролі.

За загальною закономірністю кращі посади дістаються чоловікам, а не жінкам, навіть якщо вони мають однакову кваліфікацію. Дискримінація жінок спостерігається тоді, коли встановлюється заробітна платня: за однакову роботу у жінок в США, наприклад, вона менша на 30-40%, у Німеччині – на 38%, у Франції – на 28%. Деякі дослідження показують, що жінки одержують нижчу стартову зарплату навіть, якщо ведуть наполегливі переговори з роботодавцем, а зі збільшенням стажу одержують менші надбавки до платні. 75% таких випадків залишаються непоясненими (Жінки та мас-медіа, 2000, с.27).

У багатьох сучасних дослідженнях зазначається, що в політиці та структурах державної влади жінки повинні складати не менше 13-30% керівників. Інакше державне правління буде здійснюватися за чоловічими стандартами. При цьому відомо, що "чоловічий" стиль вирішення проблем часто зводиться до прямого протиборства і конфлікту, в той час як в основі "жіночого" лежить збереження стабільності і традицій (Левченко, 2003, с.64).

Гендерні дослідження виявляють чимало прямих та прихованих ознак того, що мова, якою ми користуємося, не є статево нейтральною. За допомогою слів, які називають поняття, ми засвоюємо знання про структуру навколишнього світу та відносини, що в ньому панують. Дослідники доводять, що існуюча мовна система відображає підлегле, другорядне становище жінки у суспільстві і не відповідає уявленням жінки про себе (Маслова, 2009, с.290).

Вагомий вплив на формування гендерних цінностей і закріплення їх у свідомості мовців мають засоби масової комунікації. Вивчення матеріалу медійних текстів дозволяє встановити, як представляють і характеризують гендерну ситуацію в суспільстві працівники ЗМІ.

Під час перекладу слід враховувати те, що світ розділяється на два простори: чоловіче і жіноче, причому зазвичай з тенденцією відносно меншої соціальної активності жінок в порівнянні з чоловіками, тобто мова, що використовує гендерну ознаку, пов'язана з певними стереотипами ролі чоловіків і жінок у суспільстві.

Гендерна ідентичність перекладача неминуче виявляється в її/його індивідуальній стилістиці, виборі граматичних форм, лексичних уподобаннях, емоційній забарвленості мови і т.д. Тому важливим критерієм адекватності перекладу є гендерна неупередженість створюваного перекладачем дискурсу. Адже окрім "власного гендеру" перекладач, що перепускає текст через себе, "переживає" і гендер автора оригінального тексту, що призводить до синтезу гендерних ідентичностей. А оскільки жоден переклад не може бути гендерно нейтральним, то "гендер оригіналу", проходячи через гендерно зумовлену призму свідомості перекладача, або затьмарюється "гендером перекладача" або, навпаки, заступає останній.

Таким чином можна зробити висновок про те, що вивчення впливу гендерного аспекту на процес перекладу лише набирає обертів, а тому вимагає більш детальних досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

- Жінки та мас-медіа (Росія) (2000) // Жінка у світі політики. Женщина в мире политики. Women in politics. Бюлетень № 26. Травень 2000.*
- Левченко К.Б. (2003) *Гендерна політика в Україні: визначення, формування, управління: монографія.* – Харків: Вид-во Нац. ун-ту внутр. справ.
- Маслова Ю. П. (2009) *Сексизм у мові друкованих засобів інформації / Ю. П. Маслова // Українське мовознавство : міжвідомчий наук. зб. Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. – К. – Вип. 39/1.*

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В ЖУРНАЛЬНОМ ЗАГОЛОВКЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОЯЗЫЧНЫХ ЖЕНСКИХ ЖУРНАЛОВ)

Палатовская Е.В., Ши Ичен

Киевский национальный лингвистический университет

Языковым материалом для настоящего исследования послужили 200 заголовков, выписанных методом сплошной выборки из русскоязычных версий журналов “Marie Claire”, “BAZAAR”, “ELLE” за 2017 год, анализ которых позволяет сделать вывод о широком распространении “игрового” начала при создании заголовков в женских глянцевах журналах. В языковой игре могут использоваться средства различных уровней языка – от фонетики и графики до синтаксиса. Авторы при создании заголовков ориентируются на культурный опыт читателя, его интеллект и эрудицию. Такие стилистические приемы, как *аллюзия, каламбур, трансформация языковых клише*, активизируют читательское мышление, вызывают различного рода ассоциации, интригуют читателя и, в конечном итоге, повышают его желание ознакомиться с содержанием статьи.

В собранном языковом материале можно выделить следующие виды языковой игры:

а) заголовок статьи совпадает с названием известного художественного фильма, однако посвящён другому вопросу:

Название фильма/ статьи	О фильме	Содержание статьи
1) <i>Основной инстинкт</i>	Культовый американский детектив о непреодолимом сексуальном влечении.	Известная телеведущая Катя Осадчая рассказывает, как изменилась её жизнь с рождением сына.
2) <i>Письмо в бутылке</i>	Известная американская мелодрама.	Статья на экологическую тему, посвящена об экспедиции по спасению моря и его обитателей.
3) <i>Жизнь в розовом цвете</i>	Фильм о жизни легендарной французской певицы Эдит Пиаф	О новых модных цветочных ароматах с устойчивым шлейфовым запахом.

б) *обращение к известным ещё с советских времён реалиям в неожиданном контексте:*

1. *Веселые старты* (о летних лагерях в США).
2. *Красный марш* (об обуви красного цвета).
3. *Левый фронт* (об онлайн-магазине эксклюзивных брендов).
4. *Пионерский лагерь* (о молодых и амбициозных предпринимателях в IT-индустрии).

в) *использование фразеологизма, афоризма или языкового клише в непривычном для читателя значении:*

1. *Заткнуть за пояс* (о модных поясах).
2. *Тоска зелёная* (о проблемах окружающей среды).
3. *Шире шаг!* (о юбках и платьях с макси-разрезами).
4. *И так сойдёт* (о последствиях стремления к перфекционизму).

г) *трансформация фразеологизмов и крылатых выражений:*

Заголовок статьи	Содержание статьи	Источник
1) <i>Кануть в лето</i>	О путешествии на Мальдивы.	<i>Кануть в Лету</i> (в греческой мифологии Лета – река забвения в Аиде, подземном царстве).
2) <i>Ищите женицин</i>	О выставке современного искусства.	<i>Ищите женицину /Cherchez la femme</i> (выражение это употребляется, когда хотят сказать, что виновницей какого-либо события оказывается женщина).
3) <i>Весело шагать</i>	Сандалии – самая модная обувь сезона	<i>Вместе весело шагать по просторам...</i> (строка из известной детской песенки).
4) <i>Корона давит</i>	Почему невесело быть нарциссом? О людях, которым жизненно важно продемонстрировать исключительность и купаться в лучах славы.	<i>Корона на уши не давит?</i> (разг.) Разговорный фразеологизм, который употребляется по отношению к высокомерным людям.

д) *каламбур:*

Ссылка за ссылку (о том, как «цитировать» бренды так, чтобы не пришлось извиняться).

Таким образом, анализ заголовков женских глянцевого журналов позволяет сделать вывод, что языковая игра, основанная на таких стилистических приёмах, как аллюзия, трансформация языковых клише, каламбур, является эффективным способом привлечения читательского внимания, и поэтому

весьма частотно використовуються журналістами при називанні статей. Целенаправлена установка на привлечення уваги, створення ефекту несподіваності в заголовку обумовлена прагненням авторів зацікавити читача, створити у нього певне настроєння. Звернення до прецедентних текстів, фільмів, фоновим знанням читаческої аудиторії, стійким одиницям літературної мови є характерною ознакою сучасного дискурсу жіночих глянцевоїх журналів.

ФУНКЦІОНУВАННЯ ТАБУ І ЕВФЕМІЗМИ В ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ КИТАЙСЬКОЇ МОВИ

Панасюк Ю.І.

Київський національний лінгвістичний університет

Метою дослідження є виявлення прагмалінгвістичної специфіки політичних евфемізмів і табу та особливостей їх функціонування у сучасному публіцистичному дискурсі китайської мови.

Евфемізація, як і використання табу досліджувалися з позицій різних лінгвістичних підходів і напрямків. З точки зору прагматики, евфемізація розглядається як спосіб дотримання доречності мовлення (В.П. Москвін). У межах стилістики вирішувалися такі питання, як стилістична приналежність евфемістичних номінацій, а також функціонування евфемістичної лексики в різних стилях мови (І.Р. Гальперін, В.П. Москвін, Є.П. Сенічкіна). У китайській мові евфемізмам присвячено працю Лі Цзюньхуа, де надана чітка їх класифікація та приклади застосування. Співвідношення двох досліджуваних понять, як таких, що є взаємозалежними, висвітлюється у праці Ч. Чжан.

У сучасному світі формування політичної і громадської думки все частіше вимагає пом'якшення об'єктивної дійсності, підміну тих чи інших понять, термінів, «маскування» наявних проблем. Виходячи з цього, в публіцистичних текстах спостерігається систематичне використання лінгвістичних засобів, за допомогою яких можна завуалювати негативні сторони дійсності, наслідки несприятливих політичних і економічних заходів, і, таким чином, здійснити вплив на масового адресата (Валюшко, 2014).

Евфемізми трактуються як слова й вислови, що замінюють грубі назви предметів і явищ, сприяють уникненню негативного враження від сказаного (напр., зміни тарифів замість підвищення цін, деструктивний замість руйнівний) (Полтавець, 2012). Сфера, в якій досить часто вживаються евфемізми, – це політичний і економічний дискурс. Політичні евфемізми як лінгвістичний феномен, властивий всім мовам, в політичному дискурсі вони виконують різні функції: від засобу пом'якшення грубого і неприємного до засобу маніпулювання свідомістю масового адресата.

Оскільки евфемізм є одиницею не тільки мови, а й культури, вмотивованим є і його взаємозв'язок з іншим лінгвокультурним поняттям – табу, що існує ще з найдавніших часів. Співвідношення табу і евфемізму

обумовлює їх взаємоіснування і, отже, дозволяє виявити безліч загальних особливостей (Чжан, 2012).

Багатство табу обумовлено не тільки його великим кількісним складом, але і надзвичайно широкою семантикою і різноманітністю стилістичних властивостей одиниць (Лі, 2010).

Розглядаючи специфіку політичних евфемізмів, Г.А. Заварзіна (2006) виділяє наступні сфери їх вживання: органи влади та їх діяльність; військові дії та їх учасники; економічні методи; різні національні та соціальні групи і відносини між ними; а також явища зовнішньополітичного характеру.

У доповненому списку заборонених до вживання слів та слів, якими слід замінити попередні, опублікованого інформаційним агентством влітку 2017 року, “Сінхуа” майже повністю дублюється наведена класифікація: присутні категорії політика та суспільство, право, релігія та національність, Гонг Конг, Макао, Тайвань та суверенітет та міжнародні відносини (“Обов’язково Для Медійників,” 2017).

У списку з’явився також пункт, що стосується України, що підтверджує неможливість утримання від висвітлення подій китайськими ЗМІ, що відбувалось раніше. Проте, визначається вимір та конкретні слова, якими слід оперувати для уникнення погіршення стосунків Китаю як з Україною, так і з Росією:

Не називайте “цивільні збройні сили на сході України” [乌克兰东部民间武装 wūkèlán dōngbù mínjiānwu < zhuāng] “поросійськими збройними силами в Україні”, [乌克兰亲俄武装 wūkèlán qīn'éw < zhuāng], “українською озброєною міліцією”, [乌克兰民兵武装 wūkèlán mǐnbīngw < zhuāng] або “українськими сепаратистами” [乌克兰分裂分子 wūkèlán fēnlièfēnz <]

(Обов’язково для медійників, 2017).

Таким чином, можна зробити такі висновки, що політичні евфемізми та табу є особливим видами згаданих категорій, що використовуються в політичному дискурсі. Політична коректність і прагнення приховати негативну сутність деяких явищ нашого життя, подача інформації в більш вигідному світлі послужили причинами їх появи.

ЛІТЕРАТУРА

Валюшко, А. И. (2014). *Семантика политических эвфемизмов в английском, китайском и русском языках*. Материалы Студенческой научно-практической конференции ДВФУ.

Заварзіна, Г. А. (2006). *Эвфемизмы как проявление «политической корректности»*. Русская речь. Москва: Наука.

Лі, Цзюньхуа (2010). *Дослідження китайських евфемізмів*. Пекін: Китайське видавництво соціальних наук.

Обов’язково для медійників: список заборонених до вживання слів та слів, якими слід замінити попередні, у репортажах новин інформаційного агентства “Сінхуа” (Доповнений список). (2017, 7月19日). Режим доступу: http://www.sohu.com/a/158448364_570250

Полтавець, Ю. (2012). Основні підходи до вивчення евфемізмів і дисфемізмів.
Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах.

Чжан, Ч. (2012). Соотношение понятий табу и эвфемизм (на примере русского и китайского языков). *Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Лингвистика»*. Москва: Наука.

ТИПЫ ГЛАГОЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Пань Хайбо

Киевский национальный лингвистический университет

Словосочетание является синтаксической единицей, которая представляет собой элемент внутренней структуры предложения. Словосочетания состоят из двух или более слов, объединенных грамматически и по смыслу. В одних случаях компоненты словосочетания равноправны и связаны сочинительной связью. В других случаях компоненты не равноправны, при этом один из компонентов является главным, а другой (или другие) – зависимым и семантически распространяет главное слово (то есть поясняет, дополняет или уточняет его), в таких случаях речь идет о подчинительной связи. Подчинительная связь реализуется тремя видами связи: согласованием, примыканием и управлением. В данной магистерской работе описывался и изучался третий вид связи, а именно глагольное управление. Управление – это такой вид подчинительной связи, при которой для выражения смысловых отношений главное слово требует от зависимого определенного падежа с предлогом или без предлога. Главным словом в словосочетании могут быть различные части речи: глаголы и его формы (причастия и деепричастия), существительные (в том числе отглагольные), прилагательные, наречия.

Глагол обладает широкой системой связей. Слова в глагольных словосочетаниях связаны с помощью связи, которая называется управлением.

Управлением – это такой тип связи, при котором главное слово требует от зависимого определенного рода, числа и падежа.

Мы разделяем точку зрения о существовании сильного (беспредложного) и слабого (предложного) управления.

К сильному глагольному управлению относятся все те связи, в которых осуществляются отношения восполняющие, объектные и комплексные объектно- обстоятельственно восполняющие: стать рабочим, поступить в ученики, нарваться на неприятность, забежать за ограду. К слабому глагольному управлению относятся все те связи, при которых объектные отношения сочетаются с отношениями определительными (обстоятельственными): работать топором (чем? и как?), раздражиться отказом (чем? и почему?), приехать за вещами (за чем? и зачем?).

Сильное и слабое управление могут быть с достаточной степенью определенности разграничены в одиночных связях.

Предлоги играют значительную роль в выражении падежных значений. Присоединяясь именам существительным в различных падежных формах,

предлоги помогают раскрыть и уточнить значения падежей. Так, употребляясь с родительным падежом, предлоги вокруг, до, из-за, у и другие выражают пространственные отношения предметов или действий: ходить вокруг дома, доехать до деревни, выйти из-за стола, стоять у ворот.

Предлоги к, по при употреблении их с дательным падежом указывают на приближение к предмету, объекту, на место действия: наклониться к столу, идти по полю, ехать по дороге. При употреблении с винительным падежом предлоги в, за, на раскрывают значение направленности действия на объект: вбить в стену, обнять за шею, смотреть на сестру.

Употребляясь с творительным падежом, предлоги за, над, под, с и другие выражают пространственные значения, указывают на направленность действия на объект и т.д.: лететь над лесом, жить под горой, ходить за ягодами, дружить с товарищем.

В связи с этим каждый падеж имеет свой круг предлогов.

Родительный падеж обслуживают предлоги без, для, до, из, между, от, ради, в, у, из-за, из-под, близ, кроме, среди, поверх, помимо, вблизи, вдоль, вне, внутри, внутрь, возле, вокруг, впереди, изнутри, кругом, мимо, наискось, накануне, напротив, около, подле, позади, поперек, после, посреди, посредине, прежде, против, сбоку, сверху, выше, сзади, снизу, относительно, в виде, ввиду, во время, в деле, в духе, в заключение, в знак, во избежание, касательно, во имя, в качестве, в количестве, в начале, в кругу, в лице, в меру, вместо, в порядке, в области, в отношении, в продолжение, в рамках, в противовес, вроде, в свете, в силу, вследствие, в случае, в смысле, в результате, в течение, в ходе, в целях, за исключением, за счет, в центре, на дело, наподобие, на предмет, на протяжении, на пути, в честь, по линии, по мере, по поводу, по причине, по случаю, посредством, по части, путем, со стороны, с течением, не считая, вдали от, в зависимости от, в отличие от, вплоть до, в сторону от, незадолго до, исходя из, начиная с.

С дательным падежом употребляются к, по, вопреки, вслед, навстречу, наперекор, применительно к, по пути к, по отношению к, смотря по, судя по, подобно, согласно, соответственно, соразмерно, в противовес, благодаря, в направлении к, в отношении к. С формой винительного падежа сочетаются в, за, на, о, по, под, про, с, через, сквозь, включая, исключая, не считая, спустя, в борьбе за, в направлении на, в ответ на, невзирая на, несмотря на.

С творительным падежом употребляются за, между, над, перед, под, с, сообразно, соразмерно, кончая, вместе с, в связи, с, вслед за, в соответствии с, в сравнении с, наравне с, наряду с, одновременно с, по сравнению с, следом за, согласно с.

Предложный падеж обслуживают в, на, о, при, по, по вопросу о, не говоря о. Большинство предлогов сочетается с формой одного какого-либо падежа. С двумя падежами употребляются в, на, о (вин. и предл. пад.), за, под (вин. и тв. пад.), между (род. и тв. пад.).

С тремя падежами употребляются по (вин., дат. и предл. пад.), с (род., вин. и тв. пад.). В сочетании с разными падежными формами имен предлоги реализуют различные свои значения. Так, предлог с винительным падежом

обозначает направление внутрь (положить в чемодан), а с предложным падежом |– местонахождение (лежать в ящике, находится в столе); предлог с с родительным падежом выражает отделение, удаление (взять книгу с полки, прыжок с самолета), с винительным – меру, приблизительность (отдохнуть с неделю), с творительным – совместность, соучастие (Яблоки с грушами лежат на столе. Ведь вы ровесники с моим сыном).

Такая грамматическая полисемия характерна лишь для непроизводных предлогов. Производные предлоги в основном выступают как однозначные, выражают значение одного какого-либо падежа.

ІСТОРІЯ ТРАДИЦІЙНОГО ІНДІЙСЬКОГО КОСТЮМУ

Перогей Т.

Київський національний лінгвістичний університет

Перші відомості про одяг жителів Індійського субконтиненту пов'язані з артефактами, що належать до Індської (Хараппської) цивілізації, яка процвітала в долині р. Інд у 2800–1800 рр. до н. е. Так, знайдена тут статуетка, що зображує священника, який носив драпірування, вважається першим відомим зображенням прообразу сарі. За легендою, перше сарі створив ткач-чарівник, мріючи про кохану жінку, і його почуття втілились у блиску, шовковистості і ніжності тканини.

Важливу роль у формуванні індійського костюму зіграли племена шаків та кушан, які прийшли в Індію з Центральної Азії у I ст. н. е. Вони носили шаровари та вузькі штани, які злегка розширювалися від колін а також сорочки з вузькими довгими рукавами і верхній одяг, що нагадував сюртук.

Індійський традиційний одяг відрізняється різноманітністю в залежності від регіону, культури, релігії і клімату. Деякі історики вважають, що чоловічі дхоті (традиційний чоловічий одяг) є найдавнішим зразком індійського драпірованого одягу, який і був передвісником сарі. До XIV ст. дхоті носили як чоловіки, так і жінки. А носіння жінками суцільно тканого сарі стало традицією трохи пізніше, коли індійський костюм став набувати особливостей, що вказують на статеву приналежність.

Виникають суперечки відносно історії виникнення чолі (блузи до сарі) та нижньої спідниці. Деякі дослідники стверджують, що вони були привнесені британцями як такі, що відповідали уявленням про скромність, що панували у вікторіанську епоху (1837-1901 рр.) в Англії. Раніше індійські жінки носили саму тільки драпіровану тканину, яка могла випадково відкрити верхню частину тіла і грудей. Інші історики вказують на багато текстових і художніх свідчень про різні форми одягу для верхньої частини тіла на основі шалі.

У першій половині XX ст., під час боротьби Індії за незалежність традиційний індійський костюм набув політичного значення. Так, лідер національно-визвольного руху Індії Мохандас Ганді, як відомо, носив традиційний індійський одяг. Його вибір костюму виявився політично

значущим, тому що закликав підтримувати індійські традиції і продукти та відмовитися від британських товарів.

На теперішній час найрозповсюдженішими видами традиційного індійського одягу залишаються сарі, дхоті, ленга-чолі, сальвар-каміз.

Індійське сарі – надзвичайно гнучкий одяг. Він складається з простого прямокутного шматка тканини (зазвичай близько 8 м у довжину), який обертають навколо тіла. У перекладі з санскриту сарі – це смужка тканини. Але ця “смужка” може бути цілим витвором мистецтва, бо часто створена вручну, розшита золотою ниткою, бісером, прикрашена аплікаціями. Стилі і способи загортання у сарі залежать від багатьох факторів, таких як час і місце проживання, повсякденність або свято, а також фантазія самої жінки. Але найпоширеніший спосіб – це “ниви”, коли один кінець тканини кілька разів обгорнутий на стегнах, а інший перекинутий через плече і зафіксований на спідниці. Вільна частина сарі накидається на голову, коли жінка опиняється на вулиці. Більшість істориків погоджуються, що сарі одночасно з'явилися і в Північній, і в Південній Індії, і що жінки носили сарі в його сучасному вигляді протягом століть. Наприкінці XIX – у XX ст. сарі стало символом індійської нації. Такі відомі художники, як Раві Варма і Абаниндранат Тагор, писали картини, де зображували безліч жінок, одягнених в регіональні варіанти сарі, що символізувало різноманітність і одночасно єдність індійського народу.

Традиційним жіночим вбранням в Північній Індії є також ленга-чолі. Воно складається із двох частин: лахенга та чолі. Лахенга (ленга) – це традиційна для Північної Індії та Пакистану жіноча легка спідниця-кльош з вишитим краєм, яку носять нижче талії. Довжина її досягає пальців ніг. Особливо ленга популярна у штаті Пенджаб. Існує три найпопулярніших види ленги: гагара (широка спідниця-кльош), гарара (дуже широкі шаровари, схожі на спідницю) та шарара (спідниця вузька згори та широка від коліна). Блузка, вкрита вишивкою бісером, може бути короткою (чолі) чи довгою (курта). Також до вбрання входить шаль – дупатта.

Сальвар-каміз (або сьют-сальвар, чурідар, панджабі) – традиційний одяг, який носять в Пакистані, Афганістані, Індії та Бангладеші. Чоловічий варіант сальвар-камізу називається курта-каміз. Це вбрання складається з трьох частин: сальвару (шаровари), камізу або курти (туніка чи сорочка до коліна або навіть довше) і дупатти або чунні (накидки). Існує декілька видів сальвар-камізу.

Індійський чоловічий костюм – дхоті – з давніх часів і по теперішній час складається з дхоті і сорочки. Дхоті являє собою довгий відріз тканини, близько двох-п'яти метрів, який обертається навколо ніг і стегон з пропусканням одного з кінців матерії між ногами для зав'язування вузла. Сорочки носять, зазвичай, довгі і підперезані, іноді навіть нижче колін. Одяг чоловіка може включати в себе плащі та всілякі накидки.

Якщо раніше на вибір одягу впливав етнічний принцип (незшитим був костюм місцевого населення, а зшитим – іноземців), то з появою мусульман на перший план вийшов релігійний фактор.

У послідовників індуїзму надалі побутував незшитий одяг (дхоті, сарі), а на верненні до ісламу одягали зшитий костюм. Поступово мусульманський

костюм став частиною індійського побуту. Сьогодні, як і раніше, найрозповсюдженішим одягом як чоловіків, так і жінок є куртка – вільна сорочка з бавовни, яку носять навипуск.

Сьогодні в Індії використовують найрізноманітніші фасони одягу. Сучасна жінка може носити як традиційний одяг так і західний, європейського зразка. Заміжні жінки, як правило, носять сарі. Лише на відпочинку вони обирають широкі шаровари та широкі сукні-сорочки. Індійські модельєри не намагаються копіювати західну моду. Вони використовують національний орнамент, стилістику, тканини і їхня творчість набуває всесвітнього визнання. Так, індійські модельєри Ріна Хакі, Раві Баджаджем мають свої будинки моди і працюють по всьому світу.

ЕМОТИВНА ЛЕКСИКА ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇЇ ВИКОРИСТАННЯ (НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНИХ КИТАЙСЬКОЇ І УКРАЇНСЬКОЇ МОВ)

Поварчук О.А.

Київський національний лінгвістичний університет

Мова, як головний інструмент людського спілкування, не тільки забезпечує інформаційний обмін мовців, але й віддзеркалює їх емоційний стан в акті комунікації. Для досягнення цієї мети в мові вироблений особливий код: різні види емотивного змісту передаються спеціально пристосованими для цього знаками.

Емоційні слова викликають відчуття сильних емоцій – складного стану, що призводить до фізичних та психологічних змін, які впливають на нашу поведінку. Емоційні асоціації, пов'язані зі словом, відомі як додаткове, конотативне (надумане) значення, яке супроводжує його головне, буквальне (денотативне) значення. Конотативне значення може складатися з чотирьох типів: емоційного, експресивного, оціночного та функціонально-стилістичного. Нікітіна Т.Н. (1982) вказує на те, що вони тісно взаємопов'язані і важко розмежувати ці чотири компоненти конотації. Наприклад, експресивні елементи є емоційними, і навпаки (с. 137).

Емотивні значення надзвичайно гнучкі, вони швидко і варіативно відображуються у лексичній семантиці. Сема емотивності, що бере участь у маніфестації емоцій у семантиці слова, є єдиною моделлю глобального опису всього розмаїття емотивної лексики. Статус семи не тільки визначається її позицією в семній структурі слова, але й визначає характер маніфестації емотивних значень слів.

Сема емотивності, що виступає в статусі категоріально-лексичної семи, виконує функцію ідентифікуючого фактору й, зазвичай, постає як аналітичне сполучення, що будується за моделлю «поняття про почуття + конкретне визначення якогось почуття», наприклад, *боязкість* – почуття страху, побоювання; *любити* – відчувати глибоку прихильність до когось, чогось.

Перший компонент моделі є базовим ідентифікатором емотивності, ідентифікатором першого ступеня (IE₁). Він, зазвичай, виражається словами

узагальненої семантики: «почувати – 感觉 Gǎnjué», «випробовувати – 经验 Jīngyàn». Другий компонент є додатковим ідентифікатором емотивності другого ступеня (IE₂), що заміщується найчастіше конкретними назвами емоцій: «любов – 爱 Ài», «страх – 恐慌/恐惧 Kǒnghuāng/kǒngjù», «ненависть – 仇 Chóu» тощо. Отже, категоріально-лексична сема емотивності (далі – КЛСЕ) реалізується саме за допомогою поєднання двох ідентифікаторів емотивності – базового і додаткового: (КЛСЕ = IE₁+IE₂).

В ієрархії внутрішньосемних компонентів КЛСЕ є залежною від таких компонентів, як «стан», «відношення», «дія», «вплив», «ознака», «особа» тощо. Варто відзначити, що в словникових дефініціях сема емотивності зливається в єдине ціле з подібними семами, внаслідок чого емоції найчастіше передаються в мові як характерні виявлення такої об'єктивної реальності, як стан, відношення та інше. Наприклад, *радісно* – про веселощі, про радісний настрій; *радіти* – ставати веселим; *розвеселити* – викликати веселощі; *веселий* – переповнений радістю; *жартівник* – той, хто має веселу вдачу; *веселощі* – радісний настрій.

Базові ідентифікатори емотивної лексики передають загальну ідею лексичного поля - ідею почуття, емоції як особливої психічної реальності. Саме вони формують лексичне поле емоцій і, тим самим, виконують класифікаційно-номінативну функцію.

Додаткові ідентифікатори, що конкретизують ідею почуття, передають зміст емоцій, який називають «тоном», «тональністю», «квантом» (Шаховський, 1990). У системі лексики національної мови вони постають як система емоцій, яка склалася у житті людства і яка усвідомлюється людством на певному етапі його існування. Емотивні значення, які передаються додатковими ідентифікаторами, можна назвати денотативно-похідними емотивними значеннями.

Більша частина емотивної лексики є змістовно багатою. Базовий ідентифікатор першого ступеня передає сутність емоції, а додатковий ідентифікатор другого ступеня визначає її якості, властивості. Проте, тільки разом, у різних комбінаціях, вони передають усе різноманіття емоцій. Наприклад, стан смутку передається словами «смуток, депресія, журба, меланхолія – 悲伤 Bēishāng, 抑郁 yù yù, 忧愁 yōu chóu, 惆怅 chóu chàng» (Гуревич, 1974).

Емоції – явище багатогранне. Вони характеризуються суб'єктивністю та плинністю, що ускладнює процес їх опосередкування у мовленні. Аналіз емотивних мовних засобів і механізмів їх впливів на людину становить собою неабиякий інтерес для подальших досліджень у цій сфері.

ЛІТЕРАТУРА

Гуревич, И.С. (1974) Очерк грамматики китайского языка III-V вв. Москва: Press.

Никитина, Т.Н. (1982) Грамматика древнекитайских текстов. Конструкции с особыми глаголами и прилагательными. Необычные функции знаменательных слов. Ленинград: Ленинградский ун-т.

Шаховский, В.И. (1990) Эмотивная семантика слова как коммуникативная сущность. Волгоград: Волгоградский педагогический институт.

ОНОМАТОПОЕТИЧНА ЛЕКСИКА В ЯПОНСЬКІЙ МОВІ ЯК ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН

Полетаєва Є.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Проблема співвідношення мови, культури й особистості не є новою, вона започаткована ще в працях В. фон Гумбольдта та О. Потебні. В. фон Гумбольдт уважав, що мова – це дух народу, і культура представлена перш за все у мові. Мова знаходиться на рівні з культурою. Також, можна вважати, що компонент культури є не просто інформацією, що передається мовою, а це невід’ємна функція мови, яка притаманна всім його рівням. З часом такі міркування допомогли створити нове лінгвістичне направлення.

Наприкінці ХХ століття виникнення лінгвокультурології на лінії зіткнення мовознавства і культурології викликало бурхливу зацікавленість до неї з боку лінгвістів. На початку ХХІ Століття формуються лінгвокультурологічні школи. Н.Д. Арутюнова, Є. М. Верещагін, В.В. Воробйов, В.І. Карасик, В.В. Колесов, В.Г. Костомаров, В.В. Красних, Ю.С. Степанов, В.Н. Телія присвячували свої дослідження розробці загальнотеоретичних питань зв’язку мови та культури, взаємовідносин свідомості, спілкування, цінностей, мови. Формується певний понятійно-термінологічний апарат нового лінгвістичного напрямку дослідження.

Одним з пріоритетних напрямків лінгвістичних досліджень останніх років є вивчення національно-мовних картин світу. Сучасні когнітивні й лінгвокультурологічні студії спрямовані на опрацювання проблем лексичної семантики та культурно маркованих явищ лексико-фразеологічного мовного рівня як носія культурної інформації.

Для японської мови та культури є характерне надбання великої кількості звуконаслідувальної лексики. І на сьогоднішній день, японська мова продовжує поповнюватися новими ономатопоетизмами, експресивність яких, є посиленням сприйняття за рахунок емоційної реакції. При вивченні звуконаслідувальних слів немає підстави наполягати на умовному характері імітації в процесі звуконаслідування. Справа в тому, що кожна окрема мова адаптує певні звуки в відповідності зі своєю фонетичною системою. Тому маючи одні і ті ж самі джерела походження, звуконаслідування може бути наділеним в ту чи іншу фонетичну форму в різних мовах світу. Даний клас слів представлений практично в усіх мовах і як правило, являє собою досить малочислену групу лексичних одиниць.

На думку Н.І. Конрата, ономатопоетичні слова японської мови дають уявлення про щось у вигляді живого образу, тобто поповнюють концептуальних зміст мови образами. Це може стосуватися різноманітних сторін сприйняття. Деякі з цих слів викликають слухове уявлення, інші зорове і т.д. знаходячись у реченні, такі одиниці драматизуються і перетворюються в певну частину речення, наприклад стають дієсловами, іменниками, прикметниками, означеннями.

В японському, як і в західному мовознавстві існують головна та другорядна термінологіяономатопів. Часто для визначення одного й того ж явища існує декілька назв. Найчастіше використовуються такі як:

擬音語(гіонго), (擬態語) гітайго, (擬声語) гісейго.

Якщо брати до уваги концептуальне вживання ономатопетичних слів, то кількість гітайго в художніх текстах дуже велика та різноманітна. Наприклад, вираз **ほくほく喜ぶ** – має характеристику не просто радіти, а “танцювати від радості, тріумфувати”; **スバスパ吸う** означає не просто курити, а саме “попахувати трубкою”, що надає певне повідомлення образу дії.

Отже, можна зробити висновок, що ономатопетика – це не просто шар лексики японської мови. Вона несе в собі частину національної культури, японського образу мислення. Вивчаючи ономатопетика, можна наблизитись до розуміння асоціацій японців та глибше проникнути в структуру самої мови. Тому, ономатопетика слід розглядати не тільки як лексичний матеріал, але і як невід’ємну частину японської мови та національного менталітету. Японська мова володіє достатньо великою кількістю ономатопетичних слів, які часто використовуються, як в усній мові, так і на письмі. Звуконаслідування часто зустрічаються в художній літературі, для передачі повної, з елементами експресивних забарвлень, картини бачення. Одним із найбільших джерел ономатопетизмів вважається манга.

ЛІТЕРАТУРА

- Синтаксис японського національного літературного мови. Москва: Вид-во “Русский язык”. – 1978.
- Реформацький А. А. Вступ до мовознавства. М: Вид-во “Academia”. – 1997.
- Fukuda H., *Jazz up your Japanese with onomatopoeia: for all levels* Kodansha International. – 2003.
- 日英言語文化研究会 *日英の言語・文化・教育—多様な視座を求めて.* – 2008 .

НЕПРЯМИЙ ПЕРЕКЛАД З ЯПОНСЬКОЇ МОВИ НА КОРЕЙСКУ У ПЕРІОД ОККУПАЦІЇ

Поліщук О.О.

Київський національний лінгвістичний університет

Термін непрямий переклад найчастіше, після терміна повторний переклад, вживається у перекладознавчій літературі на позначення явища перекладу через третю мову. Іншим досить поширеним терміном є метафора троюрідний переклад. Саме так називає англійський перекладач Д. Беллос свої англійські переклади албанського письменника І. Кадаре, здійснені з франкомовних (Bellos), однак вживаючи термін повторний переклад. Зауважимо, що практика опосередкованого перекладу зустрічається в історії перекладу надзвичайно часто, а в певні моменти та в певних сферах була панівною. І йдеться не лише про біблійні переклади чи переклади арабською грецьких філософських та

наукових текстів. Для прикладу, перекладацькі норми та престижність французької культури й мови у XVIII диктували вибір французького перекладу як оригіналу при перекладі творів Шекспіра та Сервантеса німецькою чи російською. Перехід від опосередкованого перекладу до прямого не обумовлювався зростанням мовної компетенції перекладачів, а зміною літературних моделей та перекладацьких норм. Варто зауважити й те, що часом причина використання проміжної версії тексту, полягала не тільки в незнанні мови оригіналу, а й в особистих уподобаннях перекладача художнього твору.

Також значущим є зв'язок непрямого перекладу з колоніалізмом та всіма його супровідними процесами і явищами. Він доволі часто слугував могутнім інструментом перетворень колоніальної свідомості, котрі ставили собі за мету колонізатори. Ці перетворення могли стосуватися як ідеологічних так і релігійних основ світобачення. Відтак непрямий переклад слугував інструментом досягнення колоніальних цілей, а отже, виступав іманентним чинником та складником колоніалізму.

Розглянемо дане явище на історичному прикладі Кореї. 22 серпня 1910 був опублікований "Корейсько–японський договір про об'єднання", який прийнято називати "договором про анексію". "Корея стала типовою колонією – ринком збуту японських товарів, джерелом сировини і продовольства, сферою докладання капіталу". Було заборонено видання книг і газет на корейській мові. З двох десятків корейських газет збереглися "Столична газета" ("Кенсон ільбо") і "Щоденна газета" ("меіль сінбо"), для того щоб доводити розпорядження японської адміністрації до населення. Щоб залучити читачів, підприємці розміщували в газетах літературні твори разом з рекламою різноманітних товарів. Уважне читання газет дозволило корейцям познайомитися з новою національною літературою і світовою літературною спадщиною. Необхідно відзначити, що всі переклади іноземної літератури є вільними варіаціями японських перекладів. Японцям, захопленим російською літературою XIX ст., корейська публіка дізналася про Л.Н. Толстого, Ф.М. Достоевського.

Рівень грамотності на момент анексії складав рекордно низькі 2%. Всесвітньо відомий хангиль, котрий на даний момент є єдиною письменністю на всьому Корейському півострові, на той момент був відомий дуже вузькому колу людей. Еліта населення вважала його "несерйозним дитячим письмом. В період анексії зародилася сучасна Корейська література, причому повсюдне поширення хангиль нарешті зробило літературні твори корейських письменників кореємовними. Лі Квансу, Кі Донін, Кім Юджон, Лі Хюсок, Йом Сансоп – всі вони є вихідцями з "японської Кореї". Під кінець колоніального періоду багато письменників і поетів, включаючи Лі Квансу, стали активно підтримувати колоніальну адміністрацію і експансію Японської імперії в Східній Азії.

Отже, тиск на самобутність корейців призвів до серйозних втрат. До них слід віднести закриття численних корейських вищих навчальних закладів. У багатьох молодих корейців не залишалося іншого виходу тільки як виїжджали здобувати освіту за кордон. Велика частина відправлялася в Японію, де знайомилася з японськими перекладами західноєвропейської, американської,

російської літератури і драматургії. У метрополії корейські студенти дивилися вистави японізованих варіантів європейського театру, відвідували кінотеатри, в яких демонструвалися американські, європейські та японські фільми. І вони цілком природньо ставали гарячими прихильниками модернізації своєї відсталого, застиглої в патріархальному середньовіччя батьківщини. Це і було однією із причин вибору японських перекладів як достовірних і зразкових для перекладу на рідну мову.

ЛІТЕРАТУРА

Bellos D. The Englishing of Ismail Kadare. Notes of a retranslator. [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.complete-review.com/quarterly/vol6/issue2/bellos.htm>

Кальниченко, О.А., Зарубіна З.В. *Вплив ідеології на переклад*.

Хван, А.Г. (2007). *Очерки истории корейского кино (1903–1949)*. А.Г. Хван. М. : Вост. лит.

ФРАНЦУЗЬКИЙ МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Польщина М.С.

Київський національний лінгвістичний університет

Серед сучасних реалій у розмовній мові французької молоді можна спостерігати значні зміни, порівнюючи з минулими десятиріччями. Також таке явище як сленг можна спостерігати й у інших мовах.

Сленг – це різновид розмовної мови, яку суспільство оцінює як неофіційну і яка характеризується динамічною зміною лексичного складу, що поповнюється за рахунок арго, жаргонізмів, вульгаризмів, неологізмів (с.18 – 19). Це з якогось боку своєрідна форма самовираження і свободи, якою користується молодь. Сленг є засобом спілкування у найрізноманітніших прошарках населення і сягає своїм корінням у сиву давнину. Адже і століття тому різні соціальні групи мали свій стиль мовлення, притаманний саме цій групі. Крім того, розповсюдженим видом сленгу є сленг професійний, що побутує у мовленні людей певного фаху чи роду заняття (с.22).

Французький сленг з'явився в передмістях, де й зараз відбувається його невпинний розвиток. Створення кодової мови, специфічної для мережі зв'язку, має подвійну мету: спілкування між однолітками та відмова від «інших» (с.27). Ця мета виникає з бажання затвердити свою групову соціальну ідентичність та полегшити зв'язок між однолітками в мережі.

Скорочення слова, його інверсійні форми, запозичення слів полегшують життя молоді в соціальних мережах, так як це швидко і доступно.

- Challenge – запозичення з англійської мови, перекладається як «виклик», але французи використовують це слово у купі з такими смисловими виразами як «обмін досвідом», «щось нове у житті».

- Tchatcher – «базікання про все й одразу», від англійського слова «chat»; слово tchatcher у французькій мові можна почути частіше ніж класичну форму «parler».
- Vagnole – «voiture», тачка, іноді розвалюха.
- Alcoolo – алкозалежна людина.
- Dal – нічогісінько.
- Un gars – хлопець, скорочено від «garçon».
- Ciné – кіно, скорочено від «cinéma».
- Acré! – обережно!
- Futur(e) – наречений, наречена.

Отже, ми можемо спостерігати, що розвиток молодіжного сленгу серед французької молоді зростає. Різноманітні англицизми, скорочення дуже допомагають у спілкуванні в соціальних мережах. Вивчення й аналіз особливостей сленгу дає змогу більш ширше розглянути зміни сучасної мови Франції.

ЛІТЕРАТУРА

- Кондратюк, О. Молодіжний сленг як мовне явище/О. Кондратюк // Незалежний культурологічний часопис «І» – 2005. – №38. – С. 27
- Лукашук, Н. А. Молодіжний сленг як прояв лексичної інтерференції/Н. А. Лукашук // Науковий блог/Національний університет «Острозька академія» – 2015. – С.22
- Макаров, О. Причини появи і розвитку французького молодіжного сленгу/О. Макаров // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Іноземна філологія – 2007. – №41. – С.18-19
- Zouhour Messili et Hmaid Ben Aziza. Langage et exclusion. La langue des cités en France/Zouhour Messili et Hmaid Aziza // Cahiers de la Mediterranee – 2004. – P.69

ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ ПОЛІСЕМАНТИЧНИХ СЛІВ У КИТАЙСЬКОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ТЕКСТІ

Пономаренко О.Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Полісемія належить до найважливіших явищ мови і має універсальний характер, тобто властива всім природним мовам. Вважається, що існування полісемії зумовлене насамперед розбіжністю між обмеженою кількістю мовних одиниць (слів) і нескінченною кількістю предметів та явищ навколишнього світу (Комиссаров, 1980).

Полісемія розглядається як результат тенденції мовної економії і є наслідком того, що для позначення нових предметів, явищ і ситуацій, що входять в сферу діяльності, людина не винаходить нових позначень, а

використовує вже наявні, пристосовуючи їх для виконання нових функцій (Арсеньєва, Строева, Хазанович, 1996).

Оскільки багатозначне слово виступає в мові тільки в одному актуальному значенні з ряду можливих, то справедливо вважати, що полісемія нейтралізується в мові, і відбувається процес переходу від полісемії до моносемії. Наявність амбівалентні висловлювань свідчить про те, що контекст може не тільки виступати в якості гаранта проти подвійності при тлумаченні значень багатозначного слова (функція зняття багатозначності), але і здатний виконувати функцію збереження неоднозначності висловлювання (Швайка, 2005).

Найважливішою ознакою справжньої полісемії, що відрізняє її від омонімії є наявність зв'язку між окремими значеннями слова. Цю особливість багатозначного слова можна умовно назвати семантичною цілісністю. Ця єдність визначається внутрішніми зв'язками, які проявляються у перенесенні значень, у значеннях, утворених за зовнішньою подібністю, за функціональною близькістю або тотожністю. Якщо ця єдність прикмет зникає, з'являються омонімічні відношення (Капатрук, 1980).

Китайська мова в силу своїх природних рис також схильна до багатозначності. Оскільки її форма вираження дуже лаконічна, то часто одна мовна одиниця може нести кілька десятків значень (особливо показовими є випадки вживання найпопулярніших дієслів, котрі здатні передавати різноманітні відтінки значень, залежно від контексту) (Прядохин, 2002).

Мова публіцистичних видань в основному своєму масиві ґрунтується на загальноновживаній лексиці, і через те китайський публіцистичний стиль, так само як і англійський, послуговується здебільшого так званою книжною мовою ("bookish language"). Тут може виникнути думка про те, що в такому разі мова преси мало чим відрізняється від художньої, а, отже, і слововживання та вживання виражально-зображальних засобів у них тотожні. Можливо, частково це твердження і слушне, проте не слід забувати про прагматику публіцистичного тексту. Оскільки він покликаний привернути увагу до інформації, передати її читачеві, то і сама мова, специфіка, наприклад, заголовків, тяжіє до того, аби "впадати у око". З цієї причини навіть в статтях політичного характеру тенденційно користуватися полісемією заради створення двозначності виразу, так званої гри слів.

Очевидно, що в реалізації основної мети публіцистичного стилю китайської мови найкраще слугує метафора (Солганик, 1980). В китайськомовних статтях політичного характеру спостерігається певна тенденція до вживання слів чи словосполучень, що описують такі події, як воєнні дії чи спортивні змагання, хоча насправді це передвиборчі змагання політиків, або акції, що мають соціальне спрямування.

Таким чином, полісемія – це характерна риса багатьох слів у більшості стилях і мовах, якими б різними вони не були. Але вона таки більше властива китайській мові, ніж українській, завдяки односкладовій природі китайських слів та принципу економії формальних засобів при передачі максимального смислового об'єму, і факту того, що, один і той же термін може виявитися

багатозначним навіть усередині однієї терміносистеми. Чим більша відносна частотність слова, то більше число елементів, які складають семантичну структуру, тобто тим більш полісемантичним воно є. Ця регулярність, звісно, статистична, а не стала.

ЛІТЕРАТУРА

- Арсеньєва, М. Г., Строева Т. В., Хазанович А. П. (1996). *Многозначность и омонимия*. СПб.: Питер.
- Капатрук, М. Д. (1980). *Методи вивчення основного значення слова*. Київ: Освіта.
- Комиссаров, В. И. (1980). *Лингвистика перевода*. Москва: Международные отношения.
- Прядохин, М. Г. (2002). *Краткий словарь трудностей китайского языка*. Москва: Муравей.
- Солганик, Г. Я. (1980). *Публицистика как искусство слова: Поэтика публицистики*. Москва: МГУ.
- Швайка, О. М. (2005). Омонімія або полісемія: нові погляди на стару проблему. *Проблеми семантики слова, речення та тексту*, 15, 20-25.

ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ПОНЯТТЯ “ІНДИВІДУАЛЬНИЙ АВТОРСЬКИЙ СТИЛЬ” У СУЧАСНОМУ МОВОЗНАВСТВІ

Порохня Т. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Проблема індивідуального авторського стилю залишається однією із пріоритетних у сьогоденному мовознавстві, адже “*індивідуальний почерк*” автора, його манера виявляється вже в самому факті вибіркковості, перевазі певних лексичних, морфологічних, синтаксичних та фонетичних засобів, які стають базою для формування більш складних і яскравих образів. Саме тому творчість будь-якого письменника є індивідуальною: з одного боку, вона завжди співвідноситься з літературним жанром, а з іншого боку, вона завжди в певній мірі виходить за межі будь-яких літературних течій саме через специфічність неповторності автора. Ця неповторність зумовлена індивідуальністю авторського стилю.

У сучасній лінгвостилістиці для позначення характерних рис індивідуального мовлення письменника використовують такі терміни, як “*стиль*”, “*стиль автора*”, “*ідіостиль*”, “*ідіолект*”, “*індивідуальний стиль*”, “*авторський стиль*”, “*авторський ідіолект*” та ін., що не мають чітких критеріїв для їх розмежування. Спробуємо у цьому переконатися.

Стиль – це сукупність художніх особливостей будь-якого літературного твору.

Стиль автора, або *авторський стиль* – це сукупність усіх художніх особливостей (ідейно-тематичних, жанрових, мовних) творчості певного автора, що вирізняє його з поміж інших авторів.

Під *ідіости́лем* же мається на увазі сукупність глибинних текстопороджуючих домінант і констант певного автора, які визначили появу цих текстів саме в такій послідовності (Очерки истории языка, 1995, с. 44). Складовою ідіостилю є ідіолект письменника. О. О. Селіванова визначає ідіолект як індивідуальний різновид мови, що реалізується в сукупності різних ознак мовлення окремого носія мови, а в письмовому мовленні виявляє риси ідіостилю (Селіванова, 2006, с. 167).

Під *авторським ідіолектом* розуміють сукупність формальних та стилістичних особливостей, властивих мові окремого носія даної мови.

Індивідуальний авторський стиль – це “система естетично – творчого підбору, осмислення і розташування різних мовних елементів” (Виноградов, 1963, с. 135). При цьому В. Виноградов витлумачує *індивідуальний стиль* як своєрідну, історично зумовлену, складну, проте структурно єдину і внутрішньо пов’язану систему засобів і форм словесного творчого вираження (Виноградов, 1980, с. 105). *Домінувальними складниками індивідуального стилю автора* є передусім композиція, час і простір художнього твору, особливі засоби виразності (Ситченко, 2002, с. 48–49).

З огляду на вищезазначене індивідуальний авторський стиль розуміємо як систему мовно-виражальних засобів, які письменник використовує в художніх творах.

ЛІТЕРАТУРА

- Виноградов В. В. (1980). *О языке художественной прозы*. М., РФ : Высшая школа.
- Виноградов В. В. (1963). *Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика*. М., РФ : Наука.
- Очерки истории языка русской поэзии XX века: Опыт описания идиостилей*. (1995). М., РФ : Наследие.
- Селіванова О. О. (2006). *Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія*. Полтава: Довкілля-К.
- Ситченко А. (2002). Визначення індивідуального стилю письменника. *Дивослово*. 5. 48–50.

ВЖИВАННЯ АНГЛІЦИЗМІВ У СУЧАСНІЙ ФРАНЦУЗЬКІЙ ПРЕСІ

Реброва А. Д.

Київський національний лінгвістичний університет

У світі немає такої культури, яка б розвивалася незалежно від інших, особливо в наш час. Люди можуть спілкуватись навіть знаходячись в різних країнах світу, на різних континентах. Так відбувається культурний обмін. Цей процес впливає і на мову, саме тому майже в кожній мові є запозичення. Актуальність цієї проблеми пов’язана з інтенсивним проникненням англіцизмів у французьку мову та тим, що суспільство заявило про необхідність очистити

та захистити мову від них. Об'єктом виступає саме процес проникнення запозичень, а суб'єктом – англiцизми.

Спочатку треба дати визначення терміну “запозичення”, яке подане в Енциклопедії української мови: “Запозичення – звук, морфема, слово або його окреслене значення, фразеологізм, синтаксична конструкція, перенесені з однієї мови в іншу, а також сам процес подібного перенесення” (“Українська Мова”, 2000).

Запозичення здійснюється двома шляхами: усним – через безпосереднє спілкування, в умовах контакту з носіями іншої мови; та писемним – через книжки, юридичну літературу, офіційні документи (“Сучасна Українська Мова”, 2015).

Ж. Мазуро говорить про два значення терміна “запозичення”: “Цей французький термін позначає одночасно і акт, у результаті якого одна мова засвоює елемент іншої мови, і сам запозичений елемент” (Радишевська, 2007, с. 104).

Одними з найпоширених запозичень є англiцизми. Розглянемо їх саме у французькій мові.

Енциклопедія української мови дає таке визначення: “Англiцизм – різновид запозичення; слово, його окреме значення, вислів, тощо, які запозичені з англійської мови або утворені за її зразком” (“Українська Мова”, 2000).

Але чому у французькій мові багато саме англiцизмів? Як відомо, Франція та Велика Британія контактували впродовж багатьох століть, у той чи інший спосіб впливаючи одна на одну. Звичайно, їхні стосунки не могли не позначитися на національних мовах обох країн. У різні періоди кожна з мов була або мовою-донором, або мовою-реципієнтом для іншої, збагачуючи її лексичний склад. Саме тому в сучасній англійській мові можна зустріти такі французькі слова: *restaurant, boutique, croissant* та багато інших. У свою чергу, французька мова завдячує англійській такими лексемами: *weekend, smoking, jazz, jogging, businesswoman, tennis* тощо. Та після Другої світової війни вплив англійської мови на французьку набув загрозливих масштабів, що викликало занепокоєння багатьох французьких лінгвістів. Однією з причин такої ситуації є, зокрема, інтенсивний політичний, економічний та культурний вплив США, що призвело до надмірної англiзації багатьох мов світу, зокрема й французької (Рубан, 2015, с. 126).

В наші дні англiцизми присутні майже у всіх сферах людської діяльності. Серед найпоширеніших можна назвати такі, наприклад, техніка, політика, економіка, торгівля, спорт, культура та інші. Тому можна побачити, що найбільша кількість англiцизмів вживається у статтях, коли мова йде саме про ці сфери життя людини.

Джерелом аналізу англiцизмів у французькій мові були обрані інтернет-статті. Публіцистичні тексти виконують інформаційну, розважальну, рекламну та багато інших функцій. Преса є доступною для читачів, тому вона має велику аудиторію. Газетна мова відрізняється великою наявністю кліше, використанням термінів, назв, імен, стилістичною різноплановістю лексики, неологізмами, а найголовніше – запозичення, які відображають загальні проблеми та світогляд суспільства.

Отже, запозичення наявні практично в будь-якій сфері життя людини. Велику роль грають ЗМІ, тому преса є багатим джерелом для вивчення англіцизмів. Саме вона інформує суспільство та є гарним прикладом їх вживання.

Взагалі, це явище має, як позитивні, так і негативні риси. Серед позитивних: збагачується лесичний запас, а відповідно і сама мова; відбувається зближення культур. Але, водночас, це є і негативною рисою, тому що через злиття культур, багато мов світу зникають. Навіть якщо мова не зникла, то деякі вирази, слова можуть бути замінені запозиченнями та втрачені назавжди. Проте треба відмітити, що англомовні запозичення зробили вагомий внесок у розвиток словникового складу французької мови.

ЛІТЕРАТУРА

- Рубан, В. (2015). *Позамовні чинники англомовних запозичень у сучасній французькій мові*. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Відновлено з: http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v15/part_2/40.pdf
- Радишевська, М., Михайлюта, В., Корольова, Т., (2007). *Новий довідник: Українська мова та література*. Київ, Україна: ТОВ "Казка".
- Сучасна українська мова*, (2015) Відновлено з: <http://moodle.ipu.kpi.ua/moodle/mod/resource/view.php?id=40977>
- Українська мова: Енциклопедія*, (2000) Відновлено з <http://litopys.org.ua/ukrmova/um.htm>

НОМІНАЦІЇ МІМІКИ ОБЛИЧЧЯ В КИТАЙСЬКОМОВНОМУ ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ

Ричек О.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Мета дослідження полягає у встановленні корпусу номінативних одиниць, які використовуються в сучасній китайській мові на позначення невербального компонента «вираз обличчя», та розкритті комунікативно-експресивного потенціалу цих засобів шляхом вивчення прагматичного й емотивного аспектів їхньої дискурсивної реалізації.

Зазначимо, що виявлення емотивних і прагматичних аспектів лінгвальних позначень невербального компонента комунікації «вираз обличчя» в китайськомовному художньому дискурсі, з'ясування специфіки організації цих одиниць є завданням не з простих. Справа в тому, що невербальна семіотика є наукою міждисциплінарною. Вона виникла в межах різних наукових галузей і перехрестях різних наукових традицій, причому таких, що вже давно усталених, і тому мають свої об'єкти, теоретичний і методологічний апарат, свої мови і методи дослідження, власні інтереси і внутрішні проблеми, зокрема це порівняно нові науки: біологія, етологія (наука поведінку), лінгвістика, логіка, соціологія та психологія. Невербальний компонент комунікації "вираз обличчя" визначається як процес і результат статико-динамічного напруження

різних лицевих м'язів і виявів інформативно значущих психофізіологічних реакцій на верхній (зона лоба і очей), середній (зона щок і носа) і нижній < зона рота і підборіддя) частинах обличчя (Кузнєцова, 2009).

Про комунікативну поведінку людей і способах їх мовного спілкування до цих пір відомо вкрай мало, а особливо, якщо ми розглядаємо китайців. Наші уявлення про мотиви, цілі і характер навіть власних дій, думок, слів і почуттів, не кажучи вже про поведінку реального чи уявного співрозмовника, не є чіткими, а глибина наших знань про мовну діалогічну поведінку ніяк не відповідає сьогоднішньому рівню розвитку і можливостям лінгвістичної науки.

Протягом вже двох тисяч років учені не полишають спроб пізнати таємниці людського обличчя, яке говорить більше і цікавіше, ніж слова, оскільки воно є вираженням того, що людина коли-небудь скаже, або навпаки, не скаже. Дослідницький інтерес до феномену «вираз обличчя» як характерологічної ознаки людини був ініційований фізіогномікою. Згодом з'явилося філософське трактування поняття «вираз обличчя», яке стало просуванням об'єкта дослідження в теорію свідомості та сприяло глибшому розумінню природи мислення людини. У психології класичні погляди на сутність лицевої експресії ґрунтуються на результаті вияву емоцій та емоційних станів, їх причини, що свідчать про регулярний, фізіологічно детермінований зв'язок між емоцією, яку переживає людина, та виразом її обличчя (Литвинов, 2012).

Так, книга, яку тримає в руках читач, ставить собі за мету здалеку побачити картину в цілому. Але, якщо заглибитись і почати аналізувати, то можна побачити різноманітні невербальні і вербальні одиниці. Такий аналіз передбачає вивчення багатого арсеналу знакових засобів, які використовуються в людському спілкуванні, опис різноманітних семантичних, прагматичних і синтаксичних співвідношень між невербальними і вербальними знаковими одиницями і виявлення особливостей їх спільного функціонування в комунікативному акті. Виходячи з цього, у сучасних семиотичних студіях вираз обличчя розуміють як невербальний знак емоції (Крейдлін, 2002, Сєрякова, 2012), мімічний код, який, інтегруючись з мовою здатний конкретизувати або навіть повністю замінити вербальне повідомлення. Цю тезу можна проілюструвати такими прикладами:

1. 吴用笑道：“不须兄长挂心，吴某自有措置。Ву розсміявся: «Не турбуйтеся через старійшин, у яких є розпорядження.»
2. 柴进笑将起来，说道：“兄长放心。便杀了朝廷的命官，劫了府库的财务。”
Chai Jin розсміявся і сказав: «Брати впевнені, що вони марнують життя в суді, пограбувавши фінансового скарбника».

З'ясування специфіки організації номінативних одиниць, які використовуються в сучасній китайській мові на позначення невербального компонента «вираз обличчя» та розкриття комунікативно-експресивного потенціалу цих засобів є перспективою подальшого дослідження.

ЛІТЕРАТУРА

Крейдлин, Г.Е. (2002). *Невербальная семиотика: язык тела и естественный язык*. Москва: Новое литературное обозрение.

- Кузнєцова, Д. (2009). *Номінативне поле «вираз обличчя» в сучасному китайськомовному художньому дискурсі: емотивний і прагматичний аспекти*. (Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук). Київський національний лінгвістичний університет, Київ.
- Литвинов, О.О. (2012). Семантико-когнітивні та прагматичні особливості номінативних одиниць на позначення зорової поведінки персонажів (на матеріалі сучасної англomовної художньої прози). *Філологія*, 16, 168-177.
- Серякова, І.(2012). *Соматикон англomовних дискурсивних практик*. (Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук). Київський національний лінгвістичний університет. Київ.
- 青少版, (1998). 水浒传. Взято з <http://centralru.ru/kniga/shuihuzhuan>

СУРЖИК В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ: ФУНКЦІОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧНИЙ ТА СОЦІОЛІНГВАЛЬНИЙ ВІЯВИ

Романова Є.А.

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасному мовознавстві суржик кваліфікують як ненормативну субмову, некодифіковану просторозмовну мову, соціолект, або ж напівмовність. Академічний тлумачний словник української мови трактує слово суржик у двох значеннях: 1. “Суміш зерна пшениці й жита, жита й ячменю, ячменю й вівса і т. ін.; борошно з такої суміші”; 2. (перен., розм.) “Елементи двох або кількох мов, об’єднані штучно, без додержання норм літературної мови; нечиста мова”.

Останнім часом мовознавці намагаються якомога влучніше сформулювати визначення суржику. Та дуже часто в наукових працях спостерігається тенденція розглядати суржик як одну з форм українського просторіччя чи жаргону. Попри велику кількість наукових праць, присвячених дослідженню суржику, тільки незначна кількість базуються на записах суржикового мовлення. Однією з найбільших проблем є відсутність чітких критеріїв визначення суржику, розмежування його від “несуржику”.

Варто зазначити, що дослідники плідно працюють над встановленням причин, умов і часу формування суржику, змальовують сфери використання суржику, створюють його класифікації, що не є надто ефективним у практичному вирішенні проблеми. Актуальність пропонованого дослідження полягає у формулюванні практичних рекомендацій подолання суржкових явищ у мовленні.

Процес вивчення суржику ускладнює також різне походження суржикових форм. Розглядаючи лексико-семантичну та граматичну типологію суржику в українській мові, можна виділити три основних рівні його вияву: фонетичний, морфологічний і лексичний.

Фонетичний рівень вияву суржикових явищ представлений у вимові фонем, яких немає в складі того чи того українського слова: вимова [г] замість [ґ], вимова [і] замість [и], вимова [є] замість [е], неправильне наголошення слів, пор.: *гуси* (*гуси*), *нетайно* (*негайно*), *кніга* (*книга*), *тарелка* (*тарілка*), *порог* (*поріг*), *діван* (*диван*).

На морфологічному рівні вияву суржику фіксуємо неправильне вживання числівників, родів іменників, відсутність Кл. в. у звертаннях. Напр.: *п'ятидесяти (п'ятдесяти), семидесяти (сімдесяти), головна біль (головний біль), біла тюль (білий тюль), мама (мамо), Аліна (Аліно)*.

Лексичний рівень суржику виявляється передусім у калькуванні, пор.: *відпочивати у Туриції (відпочивати в Туреччині), лежати в больниці (лежати в лікарні), заливати чай кип'ятком (залити чай окропом), справка з лікарні (довідка з лікарні), на цій неділі (на цьому тижні), заболіти (захворіти), хочу віддихнути (хочу відпочити), ми посорились (ми посварилися), іздевательство (знуцання), вкусний борщ (смачний борщ), я не пони́маю (я не розумію)*.

На сьогодні суржикові явища можна спостерігати скрізь: на вулиці, у громадському транспорті, удома, у закладах освіти, у газетах, на телебаченні, у текстах пісень та мережі Інтернет. Проте основною проблемою є те, що українці не поспішають відмовлятися від суржику. І досі не всі погоджуються з тим, що суржик є негативним явищем в українському мовленні. Під вплив суржикового мовлення найбільше потрапляють молоді люди, життя яких тісно пов'язане зі спілкуванням у соцмережах.

Суржик посів значне місце в молодіжній культурі, початок якого йде ще з сімдесятих років двадцятого століття. Процес укорінення був доволі довгий, а процес викорінення буде ще довший і складніший.

Пропонуємо такі практичні рекомендації подолання суржикових явищ у мовленні українців:

1. Збільшити українськомовний сегмент на українському телебаченні та радіо до 100%.
2. Закликати відомих українських співаків до виконання пісень українською літературною мовою.
3. Заохочування державою молодих українських письменників до створення сучасних творів українською літературною мовою.
4. Українізація Інтернету (інтерфейсів сайтів, реклами, сайти розважальних закладів, соціальних мереж).
5. Прийняття останніх змін закону про освіту, який через тиск з боку держав, що межують з Україною, досі не затвердили.
6. Заохочення розвитку українського кінематографу.
7. Контроль мови викладання в закладах освіти.
8. Створення розважально-пізнавальних заходів з метою популяризації української літературної мови.
9. Затвердження закону про надання всіх послуг лише українською мовою.
10. Визнання суржику негативним явищем в мовленні українців.

Отже, сучасна українська літературна мова потребує більше практичних дій щодо вилучення суржикових явищ з мовлення українців.

ЛІТЕРАТУРА

Брага, І. І. (2012). Суржик у соціолінгвістичному вимірі. Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки : збірник наукових праць, 1, 82–87.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ВЛАСНИХ НАЗВ, ОКАЗІОНАЛІЗМІВ ТА РЕАЛІЙ В ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ

Романюк О. Г.

Київський національний лінгвістичний університет

Власні назви, okazіоналізми та реалії є одиницями безеквівалентної лексики, що стала предметом уваги таких провідних лінгвістів як С. Г. Бархударов, Л. А. Булаховський, В. В. Виноградов, М. П. Кочерган, І. В. Корунець, В. Н. Комісаров та Є. С. Отін, які присвятили багато наукових праць вивченню цих лексичних одиниць. С. Г. Бархударов дав таке визначення безеквівалентної лексики: “це лексичні одиниці (слова чи усталені словосполучення) однієї з мов, які не мають ні повних, ні часткових еквівалентів серед лексичних одиниць другої мови” (Бархударов, 1975, с 93).

В ході дослідження було виявлено, що власні назви, okazіоналізми та реалії художнього дискурсу мають відмінні, від будь-якого іншого дискурсу, ознаки. Для виявлення особливостей перекладу досліджених лексичних одиниць необхідно вивчати їх як окремо, так і враховуючи їх взаємозв'язок, оскільки взяті разом вони створюють лексикон, який і є особливістю художнього дискурсу, а особливо жанру фентезі, тому більшість прикладів безеквівалентної лексики взяті з фентезійних творів.

С. Г. Бархударов виділяє такі методи перекладу безеквівалентної лексики: перекладацька транслітерація та транскрипція, калькування, описовий переклад, наближений переклад, трансформаційний переклад (Бархударов, 1975, с. 93-95). Та для адекватного перекладу одиниць безеквівалентної лексики необхідно брати до уваги особливості кожної одиниці зокрема. Методи перекладу власних назв, okazіоналізмів та реалій майже повністю співпадають, проте мають певні відмінності.

Так, І. В. Корунець пропонує такі способи перекладу власних назв: власне переклад, транскрипція, транслітерація та пояснення (Корунець, 2003, с. 92). Власне переклад найчастіше зустрічається у творах художньої літератури, оскільки при перекладі художніх творів змісту надають перевагу над формою (*the Eyrie – Соколине Гніздо*). Також варто зауважити, що існує такий спосіб перекладу як традиційний переклад, який можна віднести до власне перекладу. І, хоча, його використовують для передачі імен реальних історичних осіб (наприклад, *William the Conqueror – Вільгельм Завойовник*), деякі перекладачі творів жанру фентезі перейняли цю традицію, як шаблон, для інтерпретації власних назв у сучасній літературі (наприклад, *Lann the Clever – Лан Розумник*). При транскрипції та транслітерації не втрачається форма, але втрачається зміст, який автор вклав у власну назву, що характерно для художніх текстів, тому транскрипцію чи транслітерацію використовують для перекладу незабарвлених емоційно власних назв – наприклад, загальновідомих імен (*Harry, Ron, Draco – Гаррі, Рон, Драко*). Такий спосіб перекладу власних назв, як пояснення рідко вживається в художньому дискурсі, що теж є його характерною ознакою.

Переклад okazіоналізмів у текстах художніх дискурсів вимагає від перекладача креативності та розуміння того, що автор прагнув донести, створюючи той чи інший okazіоналізм. Отож, переклад okazіоналізмів не передбачає використання певних алгоритмів, проте існують допоміжні методи їх перекладу, серед яких виділяють: транскодування, що включає транслітерацію та транскрипцію (*Maester – мейстр*), калькування (*bloodriders – кровні вершники*), описовий переклад (*weirwood – віродерево*) та створення власного okazіоналізму (*Honeydukes Sweetshop – Медові Руці*) (Поздеева, 2002, с. 16).

Методи перекладу реалій майже ідентичні способам перекладу власних назв та okazіоналізмів: транскодування (*warg – варґ*), описовий переклад (*Wizard's Chess – Чарівні шахи*), калькування (*summerwine – літнє вино*) та наближений переклад (*spearwives – списосуджені*) (Корунець, 2003, с. 92).

Отже, І. В. Корунець пропонує виділяти типи перекладу для кожної з одиниць безеквівалентної лексики. С. Г. Бархударов ж пропонує не поділяти методи їх перекладу, що доречно стосовно власних назв, okazіоналізмів та реалій в художньому дискурсі, оскільки в цьому випадку необхідно підходити до перекладу кожної одиниці окремо і керуватись не тільки знаннями, а ще й креативністю та творчими здібностями.

В ході дослідження було виявлено також те, що власні назви, okazіоналізми та реалії є взаємозамінними, тобто можуть виступати в ролі один одного, що дуже часто трапляється в художньому дискурсі, наприклад, слово *Mhysa* – одночасно власна назва (титул), okazіоналізм (слово, вигадане автором) та реалія (художнього світу фентезі). Тож цей факт ще раз підтверджує те, що в художньому дискурсі можливо застосовувати різні методи перекладу безеквівалентної лексики, не обов'язково поділяючи їх. Тому, для досягнення адекватного перекладу власних назв, okazіоналізмів та реалій перекладач повинен враховувати особливості дискурсу, в якому вони вживаються.

ЛІТЕРАТУРА

Бархударов Л. С. (1975) *Язык и перевод*. Москва: Междунар. отношения.

Корунець І. В. (2003) *Теорія і практика перекладу (аспектний переклад)*.

Вінниця: "Нова книга".

Поздеева Е. В. (2002) *Окказиональное слово: воспроизведение и перевод*. Пермь: автореф. дис. канд. филол. наук.

ІСТОРІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ КАТЕГОРІЇ МОДАЛЬНОСТІ

Рослякова К.О.

Київський національний лінгвістичний університет

Проблема категорії модальності привертає увагу лінгвістів з давніх пір. Модальність, як відомо, належить до числа найбільш досліджуваних у сучасній лінгвістиці категорій.

Категорію модальності активно досліджували П. Адамець, Т.Б. Алісова, Н.Д. Фрутюнова, Ш. Баллі, Е.І. Беляєва, Ф.Б. Бондаренко, О.В. Бондарко, В.В. Виноградов, Г.О. Золотова, В.Б. Касевич, В.Д. Шинкарук та ін.

Уперше питання про модальність було підняте В.В. Виноградим. Він не тільки дав повну і глибоку характеристику цього питання, але і позначив форми вираження модальності. Науковець вважає, що ставлення змісту речення до дійсності, встановлене з точки зору мовця, становить сутність цієї категорії (Виноградов, 1975, с. 56).

При визначенні семантичного обсягу категорії модальності видається більш обґрунтованою точка зору Е.А. Беляєвої, згідно якої модальність обмежується трьома типами відношень:

- ставленням змісту висловлювання до дійсності в плані реальності / ірреальності, включаючи волевиявлення;
- ставленням мовця до висловлювання в плані оцінки його достовірності / недостовірності
- ставленням між об'єктом дійсності і його ознакою в плані можливості, необхідності, бажаності (Беляєва, 1955, с. 19).

О.В. Бондарко розглядає модальність як комплекс актуалізаційних категорій, що характеризують з точки зору мовця ставлення пропозитивної основи змісту висловлювання до дійсності по домінуючим ознакам реальності / ірреальності. О.В. Бондарко не відносить до модальності якісну оцінку дескриптивного (описового) змісту висловлювання за ознаками “добре” / “погано”, пояснюючи це тим, що оцінка лише частково пов'язана з семантикою модальності, і її доцільно розглядати як особливу семантико-прагматичну сферу, що взаємодіє з модальністю (Бондарко, 1990, с. 34-40).

Мовознавці розрізняють модус і модальність. Найбільш поширеною є концепція модальності, запропонована швейцарським ученим Ш. Баллі. Її сутність полягає у тому, що в будь-якому висловлюванні можна виділити основний зміст (диктум) і його модальну частину (модус), у якій виражається інтелектуальне, емоційне чи вольове судження мовця щодо відношення до диктума. При цьому модус визначається як активна дія, яка здійснюється мовцем над диктумом. Мовознавець розрізняє експліцитний та імпліцитний модуси. Ідеї Ш. Баллі отримали продовження в працях різних мовознавців, які зазвичай не вбачають різниці між термінами модальність і модус. Розвитком концепції Ш. Баллі стало вичленування кількох типів модальності, яке ґрунтувалося на функціонально-семантичній диференціації модусів (Баллі, 1955, с. 46).

За Виноградим В.В. модус і модальність - поняття не ідентичні, хоч їх відношення і побудовані на однаковому принципі орієнтації на мовця, але ця орієнтація різна. У сфері модусу вона означає будь-яке відношення мовця до предмета мовлення, змісту, висловлювання співрозмовника, форми мовлення, порядку, ходу думки, а поза сферою модусу модальність виражає відношення мовця до змісту повідомлювального з погляду його реальності / ірреальності.

Модальність - лише один із виявів модусної сфери речення – висловлення; це категорія, яка фіксує характер відношень предметів та ознак у реальній

дійсності і ставлення суб'єкта висловлення до цих відношень. Тобто модальність є однією із категорій модусу.

В українському мовознавстві прибічником модусно-диктумного членування висловлення виступає В.Д. Шинкарук, який, зокрема, вважає, що модальність як категорія модусу, подібно до інших його категорій, безпосередньо пов'язана з використанням речення в мовленнєвому акті. Вона прямо залежить від інтенції мовця, тому-то значення, які становлять модус речення, є, в основному, комунікативно-інтенційними. Ці значення накладаються на власне значення, модифікують їх і забезпечують актуальне прив'язання речення до референтної ситуації та введення його до тексту (Шинкарук, 2002, с. 20-21).

Отже, питання, пов'язані з категорією модальності, належать до переліку тих суперечливих проблем мовознавства, які на кожному етапі розвитку лінгвістичної думки не лише не втрачають своєї актуальності, а навпаки - набувають нових аспектів. Та складність визначення модальності, на яку вказують усі її дослідники, значною мірою визначається вже тим фактом, що в цій категорії пов'язані такі ключові поняття комунікативного процесу, як об'єктивна дійсність, висловлювання та його автор.

ЛІТЕРАТУРА

- Балли, Ш. (1955). *Общая лингвистика и вопросы французского языка*. Москва: Издательство литературы на иностранном языке.
- Беляева, Е. И. (1955). *Функционально-семантические поля модальности в английском и русскоязыках*. Воронеж: Мир.
- Бондарко, А. В. (1990). *Теория функциональной грамматики. Темпоральность. Модальность*. Ленинград: Наука.
- Виноградов, О. В. (1975). *Категории модальности и модальных слов в русском языке*. Москва: Москва.
- Шинкарук, В. Д. (2002). *Категория модуса і диктуму у структурі речення*. Чернівці: Рута.

СТРУКТУРНА КЛАСИФІКАЦІЯ ОНОМАТОПІВ У СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

Савінов В. С.

Київський національний лінгвістичний університет

У кінці ХХ – на початку ХХІ століття, не дивлячись на розвиток нових пріоритетних напрямів в лінгвістиці, дослідження лексико-семантичних систем залишається актуальним. Однією з таких систем є звуконаслідувальна (ономатопеїчна) лексика.

Звуконаслідування (ономатопея) – слово, яке служить для імітації звуків навколишнього середовища засобами мови. Ономатопои представляють інтерес для філософії мови та семіотики. На відміну від більшості мовних одиниць, ономатопопостають як іконічні знаки.

У китайській мові присутня велика кількість ономапопеїчних слів – 象声词. Вони активно використовуються як в усному мовленні так і на письмі. За своєю структурою ономапопеїчні слова китайської мови найчастіше двоскладові, трискладові та чотирискладові. Ономапопи китайської мови схожі з ономапопами інших мов і характеризуються наступними ознаками: тяжіння до звуків «первинного» творення; повторювана основа; висока продуктивність; основна функція – надання образного характеру мови (Фролова, 1998, с. 184).

Ономапопея китайської мови відрізняється неймовірною різноманітністю, що пояснює декілька видів їх класифікації. О.П. Фролова в своїй роботі ділить ономапопи за якістю відтворюваного звуку на дві великі групи:

1. Чисто ономапопи, які імітують звуки, що виробляють люди, тварини, комахи та інші живі створіння;
2. Імітація різноманітних звуків природи, навколишнього середовища та різноманітних звукових ефектів.

У свою чергу, В.Ю. Вашкавічус розділяє ономапопи на три групи:

1. Ономапопи групи живої природи;
2. Ономапопи групи неживої природи та артефактів;
3. Ономапопи групи звуків, відтворюваних людиною (Вашкавічус, 2011, с. 12).

Існує і більш складна класифікація ономапопів китайської мови. Згідно з “汉语拼音和正词法” «Фонетика та орфографія китайської мови» Инь Бин Юн, ономапопи в китайській мові ділять залежно від їх походження.

Перша група – це ономапопи, що виникли ще в класичній літературі китайської мови та збереглися в писемному вигляді до наших днів. Наприклад, 流水潺潺 *liushuichanchan* – дзюркотіння води; 书声琅琅 *shushenglanglang* – звук при читанні книги вголос.

Друга група – ономапопи що виникли в сучасній китайській мові. Инь Бин Юн (1990, с. 452) вважає, що ці ономапопи не мають конкретного тону, тому записуються без нього, і частіше за все вимовляють першим тоном.

Крім того, Инь Бин Юн (1990, с. 454) також ділить всі ономапопи китайської мови на три великі групи, залежно від їх структури:

1. Прості ономапопи. Сюди входять односкладові ономапопи: 嘟 *du* – свист, гудок або 喔 *owo* – кукурікання півня.

А також двоскладові, які в свою чергу діляться на ономапопи з тотожною ініціаллю: 叮咚 *dingdong* – динь-дон (дзвін, дзвякання); 乒乒 *pingpang* – звук об'єктів що зіштовхнулися один з одним. І ономапопи з тотожною фіналлю: 呼噜 *hulu* – хропіння, свист; 喀嚓 *kacha* – хруст, тріск.

Розглянемо детально ономапопи з подвоєнням. Форм таких ономапопів досить багато:

–АА: 呼呼 *huhu* – звук вітру; 汪汪 *wangwang* – гавкіт собаки;

–АВВ: 哗啦啦 *hualala* – звук вітру чи дзюркотіння води; 轰隆隆 *honglonglong* – звук барабанів. Ці ономапопи постають як двоскладові звуконаслідування з подвоєнням другої частини;

–ААВ: 叮叮当 *dingdingdang*– звук металевих предметів; 乒乒乓乓 *pingpingpang*–звук об'єктів що вдаряють один об одного. В ономатопах цієї групи подвоюється перший склад;

–ААВВ: 噼噼啪啪 *pipi-papa*– звук плескання; 滴滴答答 *didi-dada*–звук годинника. Дві частини ономатопів такої структури розділяють дефісом;

–АВАВ: 哗啦哗啦 *hualahuala*–звук дощу; 嘀嗒嘀嗒 *didadida*– звук годинника. Тут дві частин відокремлені пробілом.

2. Ономатопи, створені за допомогою афіксів. Така форма звуконаслідування постає як двоскладовий ономатоп, перший склад якого включає афікс 里 *li*, а другий поєднується з першим складом, що має ту саму фіналь, наприклад: 噼里啪啦 *pili-pala*–звук хлопавок, що розриваються; 乒里乓啷 *pingli-panglang*– звук об'єктів, що вдаряються один об одного.

Без сумніву, китайська мова досить сильно різниться від мов інших країн не тільки завдяки своїй незвичайній фонетичній та граматичній формі, але і внаслідок глобальній різниці в історичному, економічному, географічному та культурному аспектах. Однак, не дивлячись на все це, можна зробити висновок, що більшість ономатопів є спільними для різних мов, і для китайської в тому числі. Мовна форма ономатопів мотивована їх значенням, оскільки такі одиниці мови мають акустичний денотат, а отже є іконічними мовними знаками, що свідчить про їх універсальний характер в системі мови.

ЛІТЕРАТУРА

- Фролова, О.П. (1998) *Ономатопеэтические слова в китайском языке. Китайское языковедение: Изолирующие языки: IX международная конференция: Материалы.* Москва.
- Вашкявичус, В.Ю. (2011) *Экспериментально-теоретическое исследование восприятия и вербализации шумов (на материале кодифицированных и окказиональных звукоподражаний русского и китайского языков).* Москва,
- Yin Binyong. (1990) *Chinese Romanization: Pronunciation and Orthography, translated and edited by Marry Felley.* Sinolingua.

ПОХОДЖЕННЯ СЛОВ'ЯНСЬКИХ ПРІЗВИЩ (НА ПРИКЛАДІ РОДИНИ АВТОРА)

Савчук І.І.

Київський національний лінгвістичний університет

Прізвище – спадкове ім'я сім'ї, первинного осередку суспільства. У минулому генеалогії (родоводи) були надбанням аристократів, а простому народові не належали. Та мільйони людей мають право пишатися своїми предками, їхньою працею.

Вивчення походження прізвищ є цінним для науки, оскільки історія виникнення прізвищ тісно пов'язана з історією кожного народу. Ознайомлення

з історією походження прізвищ дає можливість з'ясувати рід занять, стосунки, вірування слов'ян.

Сучасне прізвище, як і повне офіційне найменування людини, що складається з імені, імені по батькові та прізвища, – явище нового часу. У минулі віки єдиних, введених державою норм ідентифікації особи, не існувало, і в адміністративній практиці для позначення людини використовували різноманітні мовні засоби. Вживались одночленні найменування, виражені індивідуальним ім'ям, патронімом або відтопонімічною назвою (*Миклич, Охлоповський*); двочленні, що найчастіше склалися із християнського імені і патроніма або прізвиська (*Гришко Шульжич, Маско Микитеня*); тричленні, виражені християнським іменем, патронімом і прізвиськом (*Максим Харитонович Гаркавий, Лука Григорович Губа*); описові назви (*Тимко з Тернополя, Гаврило Маслов зять, Миско трубач пана Черленковського*).

Ю.К. Редько визначає чотири основні групи прізвищ за семантикою твірних основ:

- утворення від особистих власних імен;
- за походженням або місцем проживання;
- за соціальною належністю або за постійним заняттям;
- від індивідуальної ознаки їх першого носія.

Мене як майбутнього філолога зацікавило питання походження прізвищ нашої родини.

Прізвище *Мойсеєнко* (бабуся).

Покровителем імені у православних святцях вважається пророк Мойсей – Боговидець. Прізвище *Мойсеєнко* утворилося за допомогою суфікса -єнко, який означав “маленький”, “молода людина”, “син”. Тому *Мойсеєнко* мало первісне значення “син Мойсея”.

Прізвище *Савчук* (тато і я).

Прізвище *Савчук* утворено від імені *Сава* (у перекладі з арамейської – “старець, дід, мудрець”, також “стрілець”). Родові імена, що закінчуються на -ук, -юк, -чак, -чук, – українська модель, характерна для західних районів України і Білорусі. Вона утворена від імен, прізвиськ та показує батькові або приналежність (син Сави – Савчук). Ці суфікси спочатку позначали молодих людей, зазвичай синів, а іноді й учнів майстра.

Прізвище *Бондарчук* (двоюрідний брат).

Сімейне прізвище *Бондарчук* відноситься до поширеного типу найдавніших прізвищ, утворених від прізвиськ, пов'язаних із професійною діяльністю одного з предків. *Бондарчук* сходить до прізвиська *Бондар*. Бондарем (українське *бондар*, *боднар*, польське *bednarz*, чеське *bednar*) називали майстра, що виготовляє бочки (бодні), чани, діжки та інше домашнє начиння.

Прізвище *Писаренко* (дядько).

Прізвище *Писаренко* належить до старовинного типу слов'янських прізвищ, утворених від особистого прізвиська. Поширеними були прізвиська, які вказували на професію людини. Особливу групу становлять прізвиська, які

вказували на рід занять, пов'язаний із певним соціальним статусом. До таких “соціально-професійних” прізвиськ відноситься й *Писар*.

Прізвище *Вишневська* (тітка).

Прізвище *Вишневська* належить до цікавого типу російських сімейних іменувань, утворених від географічних назв. Багато слов'янських прізвищ було утворено від прізвиськ, утворених за назвою місцевості, звідки людина була родом. Одним із таких іменувань, утворених за допомогою суфікса -ськ-, є прізвище *Вишневська*, перші носії якого проживали колись у населеному пункті з назвою *Вишнево*.

Прізвище *Грищенко* (дідусь).

Прізвище *Грищенко* відноситься до стародавнього типу слов'янських прізвищ, утворених від хрестильних імен. Релігійна традиція, яка утвердилась на Русі з прийняттям християнства у X столітті, зобов'язувала називати дитину на честь святого, шанованого православною церквою у певний день року. Одним із поширених у давнину православних імен було і ім'я *Григорій*, що походить від грецького дієслова “грігорео” – “не спати”.

Отже, аналіз походження прізвищ нашої родини показав, що провідну роль у їхньому творенні відіграли антропоніми. Найбільш поширеними є прізвища, утворені від чоловічих християнських імен: *Сава, Мойсей, Гришко*.

ARTEN DER VALENZ IN DER MODERNEN DEUTSCHEN SPRACHE

Анастасія Салюк

Київський національний лінгвістичний університет

Ausgangsbeobachtung der Valenztheorie ist die Ergänzungsbedürftigkeit von Verben (Welke, 1988, S. 21), und Verbvalenz steht nach wie vor im Zentrum der Valenzforschung. Ich werde mich daher im folgenden ausschließlich damit befassen.

Grundsätzlich lässt sich quantitative von qualitativer Valenz unterscheiden: Erstere betrifft die Anzahl der Leerstellen, die ein Verb eröffnet, letztere deren Art. Dabei lassen sich wiederum drei Ebenen der Valenz unterscheiden, nämlich (morpho)syntaktische, semantische und logische Valenz (Welke, 1988, S. 102).

Die „Wertigkeit“ oder „Stelligkeit“ eines Verbs gibt an, wie viele Leerstellen ein Verb eröffnet oder fordert (Tesnière, 1980, S. 238). Die klassische, auf Tesnière zurückgehende Unterteilung unterscheidet zwischen null-, ein-, zwei- und dreiwertigen Verben. Die umstrittenen nullwertigen (avalenten) Verben sind v. a. die sogenannten Witterungsimpersonalia (es regnet, es schneit, es stürmt). Einwertige (monovalente) Verben wie *schlafen* stimmen größtenteils mit den intransitiven Verben überein, zweiwertige (di- oder bivalente) Verben wie *schlagen* größtenteils mit den transitiven Verben. Diese klassische Unterscheidung berücksichtigt jedoch auch die Art der Verbpartner: So ist das zweiwertige Verb *helfen* intransitiv, weil als transitiv nur solche Verben gelten, die ein direktes Objekt, also ein Akkusativobjekt, fordern. Ein Verb wie *geben* ist dreiwertig (trivalent) und ein typisches Beispiel, da es Nominativ-, Akkusativ- und Dativergänzung fordert; Verben wie *stellen* können jedoch auch andere Arten von Ergänzungen fordern (in diesem Falle eine Richtungsergänzung – wohin?).

Manche Autoren lassen überdies auch höherwertige Verben zu, abhängig davon, was sie als Ergänzungen werten: Im Satz *Jemand verkauft jemandem etwas um einen gewissen Preis* z.B. kann *verkaufen* dann als vierwertiges Verb klassifiziert werden, wenn *um einen gewissen Preis* als Ergänzung gewertet wird.

Qualitative Valenz betrifft die Art der Verbergänzungen. Auf der einen Seite werden die morpho-syntaktische Form der Ergänzungen sowie deren syntaktische Rollen (Subjekt, Akkusativobjekt usw.) vom Verb bestimmt, auf der anderen Seite ihre semantischen Eigenschaften und Rollen (Agens, Patiens usw.).

Morpho-syntaktische Valenz ist eng mit dem Begriff der Rektion verwandt (zu Unterschieden und Gemeinsamkeiten zwischen Valenz und Rektion (Ágel, 2000, S. 47). Das Verb fordert Ergänzungen ganz bestimmter syntaktischer Kategorien. So fordert zum Beispiel *geben* eine Nominativ-, eine Dativ- und eine Akkusativergänzung, *hoffen* eine Nominativergänzung und eine Präpositionalergänzung mit *auf*. Es gibt jedoch eine ganze Reihe von Valenzphänomenen, die rein syntaktisch nicht mehr zu fassen sind: Die erste Ergänzung von *wohnen* etwa ist offensichtlich die Nominativergänzung (in der syntaktischen Rolle des Subjekts), die zweite dagegen lässt sich syntaktisch verschieden realisieren: *in Erlangen, unter einer Brücke, dort drüben, auf dem Dachboden*. Dass es sich hierbei stets um Ortsbestimmungen handelt, ist eine *semantische* Eigenschaft.

Valenz ist „als Ergänzungsbedürftigkeit und Ergänzbareit grundsätzlich semantisch bedingt“ (Welke, 1988, S. 17). Unter den Begriff der semantischen Valenz fallen semantische Merkmale und semantische Rollen. Mit der Generativen Grammatik kam in der Linguistik der Wunsch auf, anhand eines Regelwerks alle korrekten Sätze einer Sprache generieren zu können – aber auch nur diese. Diese sollten dabei nicht nur morpho-syntaktisch korrekt gebildet sein, sondern auch inhaltlich.

Unter der logischen Valenz werden begriffliche Relationen verstanden. Auf Grund dieser Valenz unterscheidet man begrifflich angelegte und begrifflich nicht angelegte Partner des Wortes. Natürlich gehen die meisten Vertreter logischer Valenz nicht gleich so weit, zu behaupten, dass es zwischen natürlicher und logischer Sprache keine wesentlichen Unterschiede gebe, aber dass sich objektive Sachverhalte der außersprachlichen Wirklichkeit im Bewusstsein widerspiegeln, ist bereits eine gewagte Hypothese – sind wir doch aufgrund unserer beschränkten Wahrnehmung überhaupt nicht in der Lage, die Realität objektiv zu erkennen. Auch die Gleichsetzung von Logik und Gedanken geht offensichtlich zu weit; schließlich entstand die Logik als Lehre des richtigen Schlussfolgerns, stellt also allenfalls *ein Ideal* des Denkens dar. Überlegungen zur logischen Valenz sind im Grunde Überlegungen des gesunden Menschenverstands; was gedacht werden kann, kann für gewöhnlich auch sprachlich ausgedrückt werden. Harald Weinrich unterscheidet grundsätzlich „zwischen lexikalischer und textueller Valenz“ auch. Lexikalische Valenz der Verben ist die, „die ihnen im Vokabular der Sprache zugesprochen wird“; im Text können sie jedoch auch überoder unterwertig gebraucht werden. Deutlich leichter handhabbar scheint dagegen die von verschiedenen anderen Autoren angesetzte Grundvalenz zu sein (Ágel, 2000, S. 131). Hierbei handelt es sich lediglich um die übliche oder statistisch häufigste Valenzrealisierung.

Die „pragmatische Valenz“ kann strukturelle Beziehungen zwischen Elementen des Satzes und Elementen im weiteren Kontext, außerhalb der syntaktischen Satzgrenzen bezeichnen.

Zusammenfassend, ist es ganz klar, dass Klassifikation der Arten der Valenz in der modernen deutschen Sprache sich abhängig von Autoren unterscheidet und es keine einzelne Meinung darüber gibt.

LITERATUR

Andreas Blombach, Valenztheorie und Konstruktionsgrammatik (2012)

Klaus M. Welke, Einführung in die Valenz- und Kasustheorie (1988)

Lucien Tesnière, Grundzüge der strukturalen Syntax (1980)

Vilmos Ágel, Valenztheorie (2000)

Gerhard Helbig, Probleme der Valenz- und Kasustheorie (1992)

НАЗВИ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ, СТРАВ ТА НАПОЇВ ЯК ПРЕДМЕТ ЕТНОГРАФІЧНОГО ОПИСУ

Северенчук К.Я.

Київський національний лінгвістичний університет

Назви продуктів харчування, страв та напоїв становлять особливий інтерес для етнографів, які протягом тривалого періоду намагалися дослідити цю групу лексики. Етнографічні праці мають велику цінність, оскільки в них зафіксовано особливості мотивації таких назв, які відбивають культурну картину світу українського народу.

Особливої уваги заслуговує лексика архаїчних регіонів слов'янського світу, до яких належить і Середнє Полісся, яке має давні зв'язки з іншими регіонами Славії, зберігає багато особливостей на різних мовних рівнях, особливо на лексичному та фонетичному.

Для того, щоб належним чином опрацювати історію словникового складу української мови, необхідними є попередні поглиблені студії над окремими тематичними та семантичними об'єднаннями слів у різних говірках української мови.

Страви і продукти харчування в історії людства займають таке важливе місце, як і житло, культура, побут та матеріальна й духовна культура взагалі. Від найдавнішої доби й до сьогодення страви, харчування та напої завжди залежали від соціально-економічних факторів та етнічних традицій народу.

Як відомо, їжа є одним з важливих елементів традиційної матеріальної культури кожного народу, адже саме в ній відбито народний побут, господарювання людей, їх смаки та уподобання. Тому процеси виникнення їжі та продуктів харчування, їх становлення та розвитку, функціонування в певні історичні періоди були і є предметом дослідження вчених різних галузей знань, зокрема етнографів, істориків, мовознавців, що свідчить про актуальність дослідження. Варто зазначити, що першими, хто дослідив особливості

походження назв їжі, були етнографи, і лише пізніше такі дослідження почали проводитися мовознавцями.

Як свідчать опрацьовані джерела, українським народним харчуванням здавна цікавилися дослідники культури та побуту. Варто згадати дослідження М. Маркевича, Г. Чубинського, Хв. Вовка, у яких подано не лише докладні описи й частково локальну характеристику, але й зроблено спробу етнографічної систематизації народних страв.

Першим систематизованим джерелом і водночас першою спробою тематичного етнографічного узагальнення про українську народну їжу є розділ книги відомого українського історика та етнографа середини ХІХ ст. М. Маркевича “Обычай, поверья, кухня и напитки малороссиян”. Але, на жаль, ці відомості мають описовий характер і зводяться лише до переліку назв страв.

Цінним джерелом для висвітлення досліджуваної проблеми стали матеріали експедиції етнографа П. П. Чубинського. Однак він, захопившись описом народної їжі, лише розкрив деякі дані, наведені А. А. Маркевичем, не зупиняючись на питаннях класового аналізу, типології та локальних особливостей цієї ділянки народної матеріальної культури.

З етнографічних праць, присвячених питанням матеріальної культури, можна виокремити роботу Хв. Вовка “Етнографічні особливості українського народу”, у якій уміщено розділ про народну їжу. Це перша спроба типологічного аналізу української їжі. Крім того, автор звернув увагу на локальні особливості тих чи інших назв їжі.

Заслуговують на увагу статті видатного дослідника українського побуту кінця ХІХ – початку ХХ ст. В. Гнатюка “Народна пожива і спосіб її приправи у Східній Галичині” і “Народна пожива в Галичині”. Це ґрунтовні описи їжі селян Галичини з порівняльними даними з Покуття й Поділля, відомості про надзвичайно низьку калорійність харчування населення.

Варто відзначити й книгу З. Клиновецької, у якій автор продовжує започатковану вітчизняними етнографами тему. Це перша справжня кулінарна книга в Україні, де зібрано більше тисячі рецептів національної кухні.

Корисними з погляду вивчення мовних особливостей назв їжі є дослідження В. Скуратівського “Русалії”, у якому поряд з іншими матеріалами представлено розділи про роль хліба в обрядах та святах та обрядові напої, які відбивають частину матеріальної культури Полісся, вихідцем з якого був сам дослідник. Важливо, що поряд з описом самих реалій, способом їх приготування автор подає багато назв традиційного обрядового хліба, які мають виразне локальне звучання (*жайворонки, хресці, карачун, жиловники, балабушки* та ін.). Серед обрядових напоїв В. Скуратівський називає *мед, варенуху, запіканку, пиво, узвар, квас* та ін., які використовуються в різних обрядах поліщуків.

О. Воропай у книзі “Звичаї нашого народу. Етнографічний нарис” поряд з багатьма народознавчими проблемами висвітлює й питання народної їжі, особливо пов’язаної з різними обрядами, віруваннями населення тощо.

До питань повсякденної та святкової їжі звертаються автори ілюстрованого довідника “Українська минувшина”. Так, вони зокрема, розглядають особливості харчування українців. У книзі зазначено, що традиційними

способами обробки продуктів для приготування їжі були переважно варіння й тушкування, меншою мірою – печіння та смаження.

Варто відзначити діяльність у цій царині Л. Артюх, яка опублікувала низку праць, у яких різноаспектно досліджено народну їжу. Ґрунтовною працею науковця є книга “Українська народна кулінарія”, у якій здійснено спробу описати і класифікувати як щоденну, так і святково-обрядову їжу українського селянства другої половини ХІХ – початку ХХ ст., проаналізувати її соціальні функції, показати тенденції розвитку їжі та харчування народу на сучасному етапі.

Як свідчать проаналізовані етнографічні праці, проблеми народної їжі, напоїв та продуктів харчування були в полі зору вчених ще в ХІХ ст., хоча перші системні описи цієї галузі народної матеріальної культури опубліковані вже в ХХ ст., особливо зацікавлення цією темою наявне в останні десятиріччя.

ЕКФРАСИС ЯК ПРОВІДНИЙ ЗАСІБ КОНСТРУЮВАННЯ НАРАТИВНОГО ПРОСТОРУ В РОМАНІ П. МІШОНА “LES ONZE”

Синяк Н. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Роман П. Мішона “Les onze” як зразок сучасної французької прози характеризується складною наративною концепцією. Важливим засобом побудови оповідного простору в романі є лінгвопоетична техніка *екфрасису*, що в останні роки значно поширюється завдяки збільшенню ролі *візуальності* та розвитку *мультимодальної парадигми*.

Власне в романі такий художній прийом втілюється за допомогою двох оповідних типів – *гетеродієгетичного* та *гомодієгетичного* (Genette, 1969, с. 98), що накладаються один на одного та створюють складну оповідну структуру. Французька революція як провідна тема роману реалізується завдяки *картині*, що й конструює оповідний простір.

Загалом, під *екфрасисом* ми розуміємо “вербальну репрезентацію певного візуально реалізованого об’єкта (найчастіше живопис чи архітектура)” (Бовсунівська, 2013, с. 110). Звертаючись до концептуальних аспектів *екфрасису*, зауважимо, що він включає в себе три різні аспекти опису: витвору мистецтва, його творця та глядача одночасно. Проте нас цікавить використання *картини* не з естетичною чи описовою метою, а як *лінгвонаративний засіб*, яким він і є у романі, зважаючи на свою *інтерсеміотичну сутність* (Heffernan, 2004, с. 63).

Важливо вказати на те, що у П. Мішона *екфрасистична техніка* є реалізованою в двох ракурсах: опис картини *екстрагетеродієгетичним оповідачем* та її наступне сприйняття, тобто інтерпретація уже *інтрагомодієгетичним оповідачем*. Саме тому можемо зробити висновок про формування засобами *екфрасису* всього оповідного полотна роману.

Зображальний екфрасис в оповіді П. Мішона засновується на портреті “Les Onze”, що виявляється фікційним як і його художник, але використовується для введення в оповідь реальних, історичних подій:

Il était de taille médiocre, effacé, mais il retenait l'attention par son silence fiévreux, son enjouement sombre, ses manières tour à tour arrogantes et obliques – torves, on l'a dit (Michon, 2009, с. 11).

У наведеному вище фрагменті концептуальний простір твору є десемантизованою оповіддю, що окреслюється займенником 3-ої особи однини *il* (= *tableau*). Згодом, оповідач набуває рис *гетеродієгетичного в екстрадієгетичній ситуації*; він розглядає картину від конкретних об'єктивних характеристик (*taille médiocre, effacé*) та переходить до більш абстрактних і перцептивних, що реалізуються шляхом *оксиморонних виразів* (*silence fiévreux, enjouement sombre*). Відтак, можемо стверджувати про глибоку *візуальність* мовлення П. Мішона, що дозволяє не лише втілити в тексті зовнішні риси об'єкта, а й продемонструвати їх сприймання або вплив.

У процесі розвитку сюжету відбувається розрив доміантної на цьому етапі лінії оповіді та поступово з'являється *гомодієгетичний оповідач*, що продовжує споглядання, але вже у суб'єктивній манері, представляючи власне бачення картини та її середовища, засноване, зважаючи на сутність *екфрасису*, на півсвідомому та ірраціональному. Таким чином, спостерігаємо плавний зсув точки зору від *нульової до внутрішньої*, а згодом маємо їх постійне чергування. Погляд *інтрадієгетичного оповідача* продовжує виступати *фокалізатором* картинного сюжету, зосереджуючи увагу на динаміці та колористиці.

“...comme les reflets changent sur la vitre quand on se déplace un peu. Comme je vois clairement l'habit noir de Couthon, soudain, sur sa chaise d'or acide. Non, pas de l'or, du soufre, l'or est pour Saint-Just. Et si je fais deux pas quel luxe sur les franges espagnoles de l'écharpe aux trois couleurs du représentant Saint-André, à l'autre bout. Deux pas encore et tout est sombre” (Michon, 2009, р. 58).

Оповідач намагається знайти правильний ракурс, то відсторонюючись, то наближаючись, потрапляючи у гру світло-тіні, що надає особливої об'ємної форми зображенню. І хоча в цьому контексті картина так і не оживає, проте її непорушна статика дещо нівелюється зі зміною погляду. Варто також зазначити, що подана у фрагменті *антитетична колористика* (*clairement / sombre; d'or acide / soufre*) може постати відсилкою до характеристики та протиставлення історичних постатей, що зосереджено на концептуально-метафоричному рівні оповіді.

Гомодієгетичний оповідач (je) поступово пізнає картину, вдивляючись та аналізуючи й потрапляючи під вплив кольорів і предметів. Пізнання та розуміння відбувається за рахунок залучення читача до одночасного розгортання образів зображення. У той же час *гомодієгетична оповідь*, утілена в *екфрасисі*, все більше акумулює фарби й динамізм, змушуючи оповідача поринути у власні переживання, у сферу свого та водночас вселюдського півсвідомого, у фіналі вкотре змінюючись на *гетеродієгетичну*.

Таким чином, одним із основних засобів конструювання оповідного простору в романі П. Мішона “Les Onze” постає лінгвопоетична техніка *екфрасису*, яка виконує важливу роль в його сюжетному та композиційному конструюванні. У творі *екфрасис* вибудований за допомогою двох оповідних типів – *гетеродієгетичного* та *гомодієгетичного*, що, нашаровуючись один на

одного, формують складну оповідну структуру, нерівнозначну за своєю природою, проте надзвичайно функціональну. Важливу роль у конструюванні *екфрасису* відіграє візуальна, у тому числі, образна мова автора, зосередження уваги на колористиці та грі світло-тіні, навмисна зміна фокусу бачення у творі.

ЛІТЕРАТУРА

- Bovsunivs'ka, T. V. (2013). *Ekfrasys & Intermedial'nist'*. *Literaturoznavchi studiyi*, 39 (1), 109-115.
- Genette, G. (1969). *Figures II*. Paris, France: Seuil, Points.
- Heffernan, J. A. W. (2004). *Museum of Words: The Poetics of Ekphrasis from Homer to Ashbery*. Chicago: Chicago University Press.
- Michon, P. (2009). *Les Onze*. Lagrasse, France: Verdier.

КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ ГРАМАТИЧНОГО СИНОНІМУ В ЯПОНСЬКІЙ МОВІ (НА МАТЕРІАЛІ НАУКОВО-ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СТИЛЮ ТА УСНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ СИТУАЦІЇ)

Сімонова М. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Важливим елементом комунікативного аспекту японської мови є доцільне використання синонімічних конструкцій у граматиці, залежно від мовленнєвої ситуації та взаємовідносин між виконавцями комунікативного акту. Дослідженнями у сфері синонімії (як лексичної так і граматичної) займалися такі вітчизняні (Румак Н. Г, Александрова З.Е, Апресян Ю.Д, Арнольд І.В, Ахманова О.С) та зарубіжні (Окіеда Мотокі, Шібата Такеші, Кіндаїчі Харухіко, Іноуе Фуміо) дослідники. Не зважаючи на об'ємні теоретичні дані, більшість робіт виконано для дослідження та висвітлення прагматичного аспекту лексичної синонімії в японській мові, приділяючи дещо менше уваги граматичній.

Використання необхідних конструкцій у певній комунікативній ситуації вимагає чіткого уявлення про функціонування відповідних структур у різних пластах мови. Для розуміння та правильного вживання окремих граматичних конструкцій (文法同意語) в японській мові, важливим є виділення та аналіз головних причин виникнення граматичних синонімів.

Одним з важливих аспектів виникнення та функціонування у мові синонімічних граматичних конструкцій є поділення мови на усний та письмовий пласт. Таким чином, можна спостерігати окремі вирази, що матимуть один і той самий зміст, але відрізнятимуться граматичною формою вираження цього змісту.

Наступним аспектом є поділ мови за жанровою стилістикою, що також має безперечний вплив на формування структури речення та використання різних граматичних форм. Таким чином, вирази, що зустрічаються у 論文, мають принципово різний підхід до створення від тих, що використовуються у повсякденному мовленні.

Прикладом є використання таких конструкцій, що виражають ступінь ймовірності. У розмовному стилі за вираз з перекладом «Напевно, ймовірно», відповідатиме конструкція *かもしれません* що замінюється у論文 на конструкцію *の可能性がある*。 / *で(あって)もよい*, яка буквально трактується, як - «існує можливість» та несе у собі менше особистісного забарвлення.

Конструкція *は味深いです*, перетворюється на *は重要(な課題)である* (Дуже цікавий, є важливою темою, є фокусом даного повідомлення).

Або, *こんな大変なことになると*, що замінюється на *こうした重大な問題が生じると* (Якщо трапиться така страшна річ, якщо виникне така серйозна проблема, якщо доведеться зіткнутися з таким складним завданням). Одним із головних завдань таких синонімічних конструкцій є уникнення використання стилістично забарвлених речень для більшої об'єктивності певної роботи, що виконана у рамках написання роботи у сфері наукової діяльності, викладення інформації в певних виданнях, або мережі інтернет.

Наступним, важливим для розгляду аспектом є системи ввічливості в японській мові. Сенс будь-якої фрази можна передати з різним ступенем ввічливості, залежно від статусу мовця, його взаємовідносин зі співбесідником та певної ситуації, в якій опинилися обидва учасника мовленнєвого акту. Наявність у японській мові системи Кейго (敬語) та її підсистем Сонкейго (尊敬語), Кенджього (譲語) та Тейнейго (丁寧語), пояснює не лише функціонування словесної синонімії, але й її граматичних аналогів з огляду на необхідність вираження таких типів взаємовідношень, як Онкей Канкей (恩恵関係), Сенко Канкей (先後関係), Рігай Канкей (利害関係), Джьогьо Канкей (上下関係), Шінсо Канкей (深疎関係), що є лінгвокультурними феноменами, притаманними лише японській мові. У ввічливій мові мають місце такі видозміни у реченні, як поява ввічливих суфіксів чи зміна форми дієслова, відповідно до необхідного стилю (Дієслово їсти (食べる) перетворюється на *お名仕上がる*, говорити (話す) на *おっしゃる*).

За приклад доцільно розглянути повсякденну комунікативну ситуацію, що відбувається між стюардесою та пасажиром на борту літака. *コーヒーに為さいますか、紅茶に為さいますか。日本茶も御座いますが。バ* жаєте кави? Можливо чорного чаю? Зелений чай також є у наявності.

Ще одним, необхідним до розгляду елементом є гендерне забарвлення, присутнє у японській мові. Оскільки в японській культурі, в усіх її проявах переважають чітко виражені гендерні відмінності, вони не могли не знайти свого відображення у мовленнєвій діяльності. Наявність окремих гендерно забарвлених конструкцій сприяє більшому розумінню прагматичного аспекту граматичної синонімії.

Поєднавши усі вищезазначені компоненти, можна зробити висновок, що головним чинником формування феномену граматичної синонімії у японській мові є ряд лінгвокультурних аспектів, притаманних носіям японської культури, і подальше вивчення та аналіз граматичних конструкцій становить значний дослідницький інтерес.

ЛІТЕРАТУРА

- Крнета Н. Типичные ошибки учащихся в синонимичных грамматических конструкциях // ЯПОНСКИЙ ЯЗЫК В ВУЗЕ: Актуальные проблемы преподавания Материалы научно-методической конференции Методика преподавания японского языка в вузе (март, 2016 г.). – выпуск 15. – Издательство Ключ-С Москва, 2016. – С. 70–74.
- Синонимия как проявление системных связей в языке (на материале глагольной синонимии в современном японском языке). // Концепты хаоса и порядка в естественных и гуманитарных науках. – Нижний Новгород: Деком, 2011. – С. 155-160.
- Фролова О. П. Японский речевой этикет // Новосибирск, 1997. - 44 с.

СПІВВІДНОШЕННЯ ФОРМ АРАБСЬКОЇ МОВИ В АУДІО-ВІЗУАЛЬНИХ ЗМІ ЄГИПТУ

Смик А.О.

Київський національний лінгвістичний університет

Аналізуючи місце сучасних засобів масової інформації (ЗМІ) у суспільному житті, можна впевнено зробити висновок, що вони відіграють надзвичайно важливу роль не лише як спосіб повідомлення інформації або розважальний ресурс, але й як чинник впливу на мовну ситуацію у країні. Серед арабських медіа-компаній найбільш впливовими вважаються ЗМІ Єгипту – саме вони випускають найбільшу кількість ток-шоу, серіалів, фільмів тощо. Тому ми вважаємо доцільним зосередити увагу на мас-медіа саме цієї країни. У ХХ ст. великою популярністю користувалися газети та радіо, а зараз перевагу надають телебаченню та інтернету. Оскільки об'єктом нашого дослідження є лексичні особливості аудіо-візуальних ЗМІ, наші спостереження базуються на матеріалах єгипетського телебачення.

Говорячи про лексичні особливості мови аудіо-візуальних ЗМІ, необхідно перш за все окреслити поняття “мови медіа” (Van-Mol, 2010, с. 64). Враховуючи все розмаїття арабських медіа (газети, радіо, телебачення, інтернет), М. Van-Mol (2010, с. 65) запропонував таке визначення: “Мова арабських медіа – як письмова, так і усна форми – включає в себе всі можливі різновиди мови, які використовуються у комунікації з масами”.

Трактуючи це поняття в контексті нашого дослідження мовних форм, представлених в єгипетських аудіо-візуальних ЗМІ, і базуючись на класифікації рівнів арабської мови (Badawi, 1973), під “різновидами мови медіа” ми розуміємо:

1) сучасну літературну арабську (الفصحى المعاصرة) як мову, яка зазнає певних змін під впливом суспільних чинників і вживається у передачах політичної тематики;

2) розмовну мову інтелігенції (Educated Spoken Arabic) (عامية المثقفين) як різновид розмовної мови, який переважає у єгипетських ЗМІ, зокрема в ток-шоу, інтерв'ю та ін.;

3) територіальний діалект як побутову розмовну мову місцевого населення.

Такий феномен арабської мови як “Educated Spoken Arabic” виник в умовах ситуації диглосії, тобто наявності двох “полярних” варіантів однієї мови (Bassiouney, 2010, с. 15). Термін “диглосія” (від грец. *δυ* – дво- і *γλῶσσα* – мова) запровадив у 1959 р. американський дослідник Ч. Фергюсон, який розглядав диглосію як співіснування у межах певної спільноти двох різновидів мови, кожен з яких функціонує у конкретних сферах – стандартної (літературної) мови і місцевого діалекту (Ferguson, 1959, с. 356).

Обрання об’єктом дослідження мови медіа Єгипту є доцільним ще й тому, що єгипетський діалект є найбільш поширеним в інших арабських країнах; завдяки впливу єгипетської культури та кінематографу в арабському світі його всюди розуміють, за необхідності він може вживатися як засіб міжарабського діалектного спілкування. У розмовній мові інтелігенції на телебаченні широко вживаються форми та конструкції єгипетського діалекту (зокрема каїрського койне), особливо в таких видах передач як інтерв’ю, ток-шоу, серіали та фільми, музичні програми.

Проаналізувавши матеріал кількох випусків суспільно-політичних програм *العاصمة هنا* (“Говорить столиця”) та *هنا الشباب* (“Говорить молодь”) єгипетського каналу CBC Channel, ми помітили такі характерні особливості у мовленні посадовців, які обговорювали банківську реформу:

- фонетичні особливості, характерні для єгипетського діалекту, як-от: реалізація гортанного вибуху *ء / ʔ /* замість *ق / q /* (*tawaʔuf / tawaqquf*);
- часте вживання таких діалектних слів, як *أيوه* ‘так’, *حاجة تاني* ‘щось інше’, *برضه* ‘також’, *بس* ‘але’, *يعني* ‘отже’, *أويس* ‘добре’ та ін.;
- вживання діалектних дієслівних форм та займенників, наприклад: *إحنا بنفكر* ‘ми вважаємо неможливим’, *بتحاول* ‘ти намагаєшся’ та ін.;
- вживання діалектних форм числівників, наприклад: *مليون ونص* ‘півтора мільйони’, *حادشر* ‘одинадцять’.

Цікавим для нашого дослідження є не лише діалектні форми як такі, а й причини їх вживання у мовленні. Чинники, які впливають на використання цих форм, носять не тільки внутрішньомовний характер, а й психолінгвістичний. Якщо розглядати лише лінгвістичну сторону, то причиною інтерференції літературної мови та діалекту, в результаті чого утворилась розмовна мова інтелігенції, є явище перемикавання коду мовлення (code-switching) під час комунікації між співрозмовниками. Психолінгвістичним фактором є розмежування “високої” (H) та “низької” (L) форм мови. Метод прагматичного аналізу когнітивної лінгвістики (Селіванова, 2008, с. 370) дав змогу помітити, що під час телефонної розмови-інтерв’ю у програмі *هنا الشباب* (“Говорить молодь”) інтерв’юер ставила питання тільки літературною арабською мовою, а респондент, який знаходився у більш слабкій психологічній позиції по відношенню до ведучої, відповідав на більшість запитань розмовною мовою інтелігенції. Цікавим є й те, що респондент частіше вживав діалектні форми, відповідаючи на запитання, на які він не знав чіткої відповіді.

Отже, дослідження когнітивних та комунікативних чинників, які впливають на вибір лексичних форм того чи іншого варіанта арабської мови аудіовізуальних ЗМІ, на сьогодні є вельми актуальним і може пролити світло на

низку важливих проблем диглосії та функціонального співвідношення форм сучасної арабської мови в усіх її різновидах.

ЛІТЕРАТУРА

- Селіванова О.О. (2008). *Сучасна лінгвістика: напрями і проблеми*. Полтава: Довкілля-К.
- Badawi, El-Said. (1973). *Mustawayāt al-< arabīya al-mu< āšira fī Mišr: baḥs fī <alāqat al-luġa bi-l-ḥaḍāra*. Cairo: Dār al-Ma‘ārif.
- Bassiouny, R. (2009). *Arabic Sociolinguistics*. Edinburgh University Press Ltd.
- Ferguson, C. (1959). Diglossia. *Word*, 15(2), 325–340.
- Van-Mol, M. (2010). Arabic Oral Media and Corpus Linguistics. *Studies in Semitic Languages and Linguistics*, 57, 63–79.

КОНЦЕПТ “ЛЮБОВ” В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ (НА МАТЕРІАЛІ НАРОДНИХ КОЛИСКОВИХ)

Сокирко Х.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Концепти – це, за визначеннями науковців, одиниці картини світу, які мають екзистенційне значення як для окремої мовної особистості, так і для цілого лінгвокультурного суспільства. Вони виникають у свідомості людини не лише як натяки на можливі значення, але і як відгуки на попередній мовний досвід людини в цілому – поетичний, прозовий, історичний тощо. Кожна мовна одиниця зорієнтована на концептуальний простір довкілля, стаючи мовленнєвим виявом того чи іншого його фрагмента. Особливо виразними є концепти історико-культурної свідомості народу, про які говорить, зокрема, академік Ю. Степанов. Вони пов'язані, передусім, з народними звичаями, переказами, традиціями – явищами, що підтримують історичну спадковість, тим самим зміцнюючи людську етностільноту.

Однак у цьому питанні немає чітких розмежувань, бо поняття концепту специфічне, суперечливе, дискусійне й вимагає досить прискіпливого ставлення до себе. Так, наприклад, метафізичні концепти (душа, істина, свобода, щастя, любов, час тощо) – ментальна суть високого або граничного ступеня абстрактності духовних цінностей, сенс яких виявляється лише через символи-знаки, які сполучають у собі духовну й матеріальну культури. Із цього погляду заслуговує на увагу такий метафізичний концепт, як любов. Одним із репрезентантів його є мовні та речові одиниці в українських народних колискових, що, на мою думку, якнайповніше відбивають власне українське ставлення до цього поняття. Сім'я завжди визнавалася українською нацією як найважливіше в житті людини, неодмінний складник щастя, реалізації людини. І роль батьків у формуванні особистості, турбота про неї, передача життєвого досвіду, мудрості поколінь також підкреслювалися як одна з найістотніших особливостей української ментальності та культури. Це бачимо із таких рядків колискової:

*Мама свою донечку
В любистку купала,
Мама своїй донечці
Доленьку гукала...
Нехай засне донечка
Під мамине слово,
Нехай росте рідная
Велика й здорова.*

Любов матері не має меж, вона не залежить ні від чого, тому є найвищим і постійним ви цього почуття. Материнська любов високо цінується українцями, вважається найбільшим багатством:

*Люлі-люлі, люлесеньки,
Зимна роса на пташеньки.
Ще зимніша на діточки,
Що не мають матіночки.*

Мати, як берегиня роду, як найрідніша людина, є втіленням духовних цінностей, які вищі за матеріальні блага, певним уособленням найкращих морально-етичних якостей людини, а отже, любов до неї можна вважати показником загального ставлення людини до інших:

*Назбирає тих дульочок
Цілий подолочок
Та й принесе своїй мамі
У подаруночок.
Вибирай си, моя мамко,
Яка солоденька,
Бо ти мене колисала
Як була маленька.*

Про концепт любові в колискових свідчить незліченна кількість пестливих форм, ніжних звертань :

*Гойда, гойда, гой, очка заплющи,
В сні щасливому зогрієшся ти.
Йди до хлопчика, люба вишенько,
В колисочці вам буде тепленько.*

Домашній затишок, міцний сон і мамину любов у колискових виражають такі “наскрізні” образи, як Гулі, дитяче Ліжечко:

*Люлі, люлі, люлі,
Налетіли гулі,
Налетіли гулі,
Та й сіли на люлі.*

А також Сон, Котик, тепла Хатина:

*Питається сон дрімоти:
– А де будем ночувати?
– Де хатонька теплесенька,
Де дитина малесенька,–
Там ми будем ночувати,*

*Дитиночку колихати.
Ой на kota та воркота,
На дитину та й дрімота,
Котик буде воркотати,
Дитинька буде спати.*

Отже, концепт “любов”, безумовно, відображає уявлення про базові цінності, в яких виражені основні переконання, принципи і життєві цілі українського народу, і стоїть в одному ряду з концептами щастя, віри, надії, свободи. Він також безпосередньо пов'язаний з формуванням у людини сенсу життя як мети, досягнення якої виходить за межі його безпосередньо індивідуального буття. Любов у своїх інтимних психологічних характеристиках є суспільно-історично зумовленим почуттям, що своєрідно відображає соціальні відносини і особливості культури українців.

ЕМОЦІЙНО-ОЦІННА СЕМАНТИКА МОВНИХ ОДИНИЦЬ В УКРАЇНСЬКОМУ ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ ПОЧ. ХХІ СТ.

Солом'яна А.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Емоції людини, її ставлення до об'єктів навколишнього середовища виражаються не тільки через міміку, жести чи дії, але й вербально, за допомогою емотивних мовних одиниць.

Первинною функцією емотивів учені визначають функцію емоційного самовираження. Однак науковці (можна згадати, напр., О.О. Алексєєву, І.В. Волкову) виділяють функцію впливу, яка реалізується тоді, коли вираження емоцій має певну мету. Крім того, до функцій залучають також функцію оцінки.

Категорію емотивності деякі дослідники розглядають як полістатусну категорію, адже вона здатна виявляти своє значення на різних рівнях мовної системи, зокрема на фонетичному, фонетико-орфографічному, морфологічному, лексичному, фразеологічному та синтаксичному рівні.

Оповідання В. Даниленка із збірки “Сон із дзьоба стрижа” характеризуються великою кількістю емотивної лексики, яка виявляється словами різних частин мови та становить такі групи:

- лексика з позитивною семантикою (*глибокий оксамитовий голос, сліпуча врода, фантастична музика, добрий, коханий*);

- лексика з негативною семантикою (представлена здебільшого лексикою зниженого стилю: *гидкий, опецькуватий, безпорадний, гергена, лисіноче вайло, бридке пійло, глузливі хлопчачі пики, невдаха, нахаба; Цей кордупель, – обурювалася Роксоланина мати, – малий, негарний, кривоногий. Про що ти з ним говориш?*);

- лексика із суфіксами пестливості чи згрублості (*собачка, вусики, офіцерик, пляшечка, ковбаска, здоровенний, очиці*);

- фразеологізми (*коти на душі шкребуть, тріпоче серце, залити сліпи*);

- вигуки, божіння (*Ого!; Га?!; Не дай Бог!; Хай мене грім поб'є!; А будь воно неладне!; На, та вдався!; Ох-хо-хох, які ми скромні!* – завоктала в трубку вона; – *А я і так можу говорити турецькою, арабською, китайською та іншими мовами, –* відповів Енвер. – *Та ти що?! –* захоплено вигукнув Іван. *А з виду такий собі парняга, що й не скажеш! Ну, то ходімо!.*)

Використання таких лексичних одиниць прямо або опосередковано впливають на можливу емоційну реакцію читача на твір, урізноманітнюють оповідання в експресивному плані і несуть позитивний чи негативний заряд емоцій, виражаючи радість, гнів, сум, здивування, відразу тощо. Фразеологічні емотиви в тексті надають стилістичного ефекту звучання живого спілкування, виконують додаткову підсилювальну функцію в мовленні героїв.

Серед морфологічних засобів вираження емоційно-оцінної семантики виділяються насамперед демінутивні та аугментативні суфікси, які приєднуються до слів різних частин мови (*коротенькі цидули, маленький собачка, скажене ревисько, зварятілі галацюки*). Трапляються різні приклади авторських неологізмів: *Вона розповіла, що її компусюк – дрова, та в неї одна бродилка, якою вона грається до ригалетто. Цю гру їй дав сальцесон в ілюмінаторах з їхнього класу; Я зайшов в її кімнату. На комп'ютерному столі стояла її пляжна фотографія. – Як тобі мій попенгаген? –* вдоволено кивнула вона *на фотографію. – Нормально, – буркнув я*). За допомогою таких морфологічних засобів автор характеризує героя твору, вказуючи на його загальну та мовленнєву культуру, його ставлення та оцінку певного явища.

До найбільш ефективних засобів вираження емоційно-оцінної семантики в художньому творі на фонетико-орфографічному рівні належать розділові знаки та особлива подача слів у реченнях: знак оклику/ поєднання знака питання та знаку оклику (*Та ти що! Що за відстій?! – гидливо скривилась*); курсив, великі літери (*А давайте підємо на прорізню, – запропонував Юрасик, він був дуже лагідний і казав пляшечка, ковбаска, гастрономчик, сальце. І ніколи не говорив горілка, а тільки так ніжно – горілля, як про кохану жінку*); три крапки (*Викликай таксі і мерцій до мене! –* закричав Гуцуляк. *Від страху він тремтів і заїкався. – Вчора Хилюк, а сьогодні – Гоголя. Він тут... У мене... На Ревуцького*); тире чи дефіс (*– Але ж у тебе хтось є. – Не-ма! – заридала вона; Котелянцям капец-ц-ць! І Жорі, і його футбольній команді!*). Завдяки таким графічним засобам автору вдається налаштувати читача на певні емоції, на відповідне сприйняття подій, що розгортаються в оповіданнях.

Синтаксичний рівень оповідань В. Даниленка характеризується великою кількістю окличних речень, емоційно-оцінне значення виражається за допомогою повторів слів, наявністю в реченні емоційно забарвленої лексики, вигуків або самостійних слів у ролі вигуків. Категорія емотивності виявляється й у виборі синтаксичної структури відповідно до стану мовця: *О,о,о,о! Лапай! Бє! Удар! Штанга! М'яч у Матихолі. Матихоля передає Коржюку. Коржук віддає м'яча Буслу. Навісний удар! Трохи б убік, а так – не пощастило...; Де це ти вже напився?! –* скрикнула Ляля. – *Тільки що ж був тверезий! Як ти вже мені впікся! Залле сліпи і перекидає тут печене й варене! Іди ляж, проспишся, бо зайдуть сусіди, а ти нікокий!; Злючка, злючка – Пенделючка! –* глузливо закричала

Танька. За допомогою цих засобів передаються найрізноманітніші відтінки почуттів героїв у певній ситуації – захоплення, жаль, подив, обурення тощо.

Отже, використання мовних одиниць з емоційно-оцінною семантикою в художньому творі є одним із засобів вираження емоцій та почуттів героїв, авторської оцінки, а також формування думки читача, особливостей сприйняття тексту. Емотивність реалізується комплексно, за допомогою сукупності емоційно-оцінних мовних засобів на різних рівнях мовної системи.

ТРОПИ ТА СТИЛІСТИЧНІ ФІГУРИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО НАУКОВОГО ДИСКУРСУ

Співакова К. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Специфіка наукового дискурсу полягає в низці принципових ознак: його проблематика охоплює дослідження навколишнього світу; усі його учасники мають рівний статус, у якому адресати не просто слухачі, але й партнери; у межах дискурсу відбувається творчий діалог, який відображає різні погляди диспутантів.

Дискурс може реалізуватися у двох формах: усній та письмовій. Сутність наукового дискурсу полягає у тому, щоб переконати інших в істинності певної думки, змусити їх прийняти потрібне рішення.

Традиційно вважають, що наукове мовлення позбавлене засобів виразності та експресивізації, оскільки оцінка й експресія можуть відволікати сприймачів від основної суті повідомлення.

За нашими спостереженнями, учасники наукового дискурсу усе ж таки використовують тропи та стилістичні фігури, які привертають увагу слухача, уточнюють та доповнюють мовлення.

Тропи – спеціальні засоби образності мови, що втілюють конкретні уявлення про предмет у словесну форму. В основі тропа лежить перенесення ознак одного предмета або явища на інші, це надає певного забарвлення.

Лінгвісти у працях останніх десятиріч ХХ ст. – початку ХХІ ст. виробили низку теоретично-практичних підходів до розуміння тропів. До них належать стилістичний, інтеракціональний, когнітивний, семантичний, культурологічний, нейролінгвістичний та прагматичний аспекти, зреалізовані в працях І. В. Арнольд, І. Р. Гальперіна, М. Блека, М. Джонсона, В. А. Маслової,

О. С. Кубрякової, В. М. Телії та ін. Дискурсивним підходом до аналізу тропів займалися Ю. М. Караулов, В. В. Виноградов, Н. В. Лазебна, Г. М. Дядюра та ін.

Досить поширеними засобами увиразнення мовлення є стилістичні фігури. Вони являють собою незвичні синтаксичні звороти, і їх потрібно відрізнити від тропів, які будуються не за синтаксичним принципом.

Тропи та стилістичні фігури викликають відповідні асоціації у слухачів та створюють необхідні уявлення про предмет розмови.

Варто зазначити, що науковці використовують номінативні, когнітивні, образні, безаналогійні, концептуальні метафори, які є одними з основних тропів. Найширше в наукових текстах представлені номінативні метафори, які

ґрунтуються на безумовній аналогії (*молекулярний ланцюжок*) та на умовній аналогії (*метод лежачої краплі*). Іноді у наукових текстах трапляється поєднання різних типів метафор: *У кожному кристалі при сталій температурі є рівноважна концепція “дірок-вакансій”* – те саме явище називають і “*діркою*” і “*вакансією*”. Тут слово *дірка* – образна метафора, а слово *вакансія* – когнітивна.

Якщо опонент намагається підкреслити винятковість об’єкта чи його ознак, він удається до гіперболи: *Потужність циклону “Айріні” неперевершена і сягає 100 км/год.*

Важливо наголосити, що у наукових працях тропи та стилістичні фігури позбавлені епатажності та оригінальності. Їх уживають не для ефектного чи психологічного впливу, як у художніх творах, а з метою увиразнення змісту й оптимізації викладу. У цьому контексті слушною вважаємо думку М. П. Баган: “*тільки зважене й функціонально виправдане вживання експресивних елементів на тлі чіткого й логічного викладу вможливорює формування ефективного наукового дискурсу зі збереженням його стильової однорідності*” (Баган, 2017, с. 15).

Отже, використання стилістичних засобів та тропів у науковому дискурсі сприяє увиразненню інформації та переконанню сприймачів. Водночас уживання тропів та стилістичних фігур у науковому дискурсі має бути зваженим і вмотивованим.

ЛІТЕРАТУРА

Баган, М. П. (2017). Експресивність сучасного українськомовного наукового дискурсу: межі можливого. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія*. 20/1, 9-17.

МОРФОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКОГО СЛЕНГУ

Стасів А.Р.

Київський національний лінгвістичний університет

Сленг та його особливості є одним з найбільш суперечливих питань в англійській лексикології через труднощі трактування цього мовного феномену. Сленгом називають прошарок лексики та фразеології, який проявляється у сфері живої розмовної мови в якості розмовних неологізмів, що легко переходять до шару загальноприйнятої розмовної літературної лексики (Гальперин, 1956, с. 107). Він займає проміжне положення між лексикою літературного стандарту та нелітературними формами мови (Хомяков, 1971, с. 34). Завдяки словотворчим процесам сленг виникає у мові продуктивно, адже в більшості випадків використовує вживані слова та їх поточні значення.

Сленгізми утворюються відповідно до загальних принципів англійської морфології. Є декілька класифікацій словотворення сленгізмів, а саме класифікація Джорджа Юла, який виділяє деривацію, кліпінг, аббревацію, конверсію, складання слів, запозичення та блендинг (Jule, 1996, р. 51); за класифікацією Конні Еблсленгізми утворюються на основі складання слів,

кліпінгу, блендингу, функціонального зсуву та афіксації (Eble, 1996, pp. 25-39). У своєму дослідженні я спираюся на таку класифікацію словотворення сленгізмів: складання слів (іменник+іменник; іменник+дієслово; прикметник+іменник), афіксація (префіксація; суфіксація), скорочення (абревіація; спрощення слова (кліпінг), блендинг, оскільки ці процеси вважаються найпродуктивнішими у формуванні сленгу в англійській мові.

Складання слів – це процес, який досить часто використовується для утворення сленгу в англійській мові. Найуживанішими сленгізмами цього типу словотворення є: couch potato ‘лінива людина’, jailbait ‘неповнолітня дівчина (за зв’язок з якою можна потрапити у в’язницю)’, dreamboat ‘красуня, красень’ (зі структурою іменник+іменник), breakneck ‘небезпечний’ (іменник+дієслово), big mouth ‘базіка’, bloody paper ‘робота з багатьма виправленнями вчителя’, big daddy ‘начальник, бос’ (прикметник+іменник).

Порівняно із загальною лексикою сленга фіксується більшою свободою та незначною зміною значень слів (Eble, 1996, p. 32). За допомогою префіксації в англійській мові утворились, наприклад, такі сленгізми як **megawork**, **megaslow**, **permaproblem**; за допомогою суфіксації – **bummer**, **famously**, **fundage**.

Найпродуктивнішим способом словотворення сленгізмів в англійській мові вважається скорочення слів, наприклад: AB = ‘adultbaby’, PT = ‘Physical Training’, DOE = ‘Department of Education’, LOL ‘laughing out loud’. В англійській лексичі нараховується також безліч прикладів утворення сленгу шляхом спрощення слів: lab (oratory), exam (ination), (inter)net, cell (ular). Щодо блендингу, прикладами сленгізмів цього типу словотворення є home chop (homeboy/homegirl+lamb chop), fantabulous (fantastic+fabulous), netiquette (net+etiquette), disturbularious (disturbing+hilarious), himilified (humiliated+horrified) (Bernstein, 2007).

Сленг є невід’ємною та однією з найуживаніших частин мовної системи, саме тому необхідність трактування цього феномену та створення найбільш точної класифікації морфологічних особливостей сленгізмів зростає. Запропонована мною класифікація, яка базується на основі найпродуктивніших процесів словотворення, а саме складання слів (іменник +іменник; іменник+дієслово; прикметник+іменник), афіксація (префіксація; суфіксація), скорочення (абревіація; спрощення слова (кліпінг) та блендинг, потребує подальшого наповнення емпіричним матеріалом.

ЛІТЕРАТУРА

Гальперин, И.Р. (1956) *О термине “слэнг”*. *Вопросы языкознания*, 6, 107-115.

Москва: Издательство Академии Наук СССР.

Хомяков, В. А. (1971) *Введение в изучение основного компонента англ.*

Просторечия. Вологда: Областная типография.

Eble, C. C. (1996) *Slang and Sociability*. North Carolina: The University of North Carolina.

Yule, G. (1996) *The Study of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.

Bernstein, J. (2007). *Knickers In A Twist*. New York: Canongate U.S.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ЮРИДИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ З МОВИ ГІНДІ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ

Степченкова Т.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Юридична термінологія являє собою одну з найбільш складних і затребуваних сфер, в яких необхідно наукове осмислення теорії і практики пошуку міжмовних відповідностей, оскільки країни розширюють міжнародні контакти, що вимагає використання різних способів міжмовної комунікації.

В сучасній Україні та Індії зростає необхідність дослідження особливостей перекладу юридичної літератури. У своїх статтях до вивчення цього питання звертались Гаврецька Х. (Гаврецька, 2013) та Шершун Я. (Шершун, 2018), які розглянули етапи та особливості формування юридичної лексики всучасній мові гінді на матеріалі гіндімовної юридичної літератури.

Актуальність роботи обумовлена динамікою розвитку індійського і українського правового дискурсу, в якому співіснує термінологія, що відноситься до різних тимчасовим пластів і різна за походженням. Це породжує необхідність диференційованого підходу до перекладу термінів індійського права на українську мову, не завжди усвідомлювану перекладачами. Пропоновані в даних тезах на основі лінгвістичного та юридичного аналізу перекладацькі підходи і стратегії озброюють перекладачів науково обґрунтованим і перевіреном на практиці інструментарієм для вирішення проблем юридичного перекладу з мови гінді на українську мову. Мета дослідження - виявити типові еквіваленти різного роду стандартизованих фраз і кліше та проаналізувати гібридну лексику юридичних термінів гінді.

Переклад юридичних документів є одним з найскладніших видів передачі тексту на іноземну мову. Юридичний переклад визначається як переклад текстів, що відносяться до області права і використовуються для обміну юридичною інформацією між людьми, що говорять на різних мовах. Оскільки право є предметною областю, пов'язаною з соціально-політичними та культурними особливостями країни, для адекватної передачі юридичної інформації мова юридичного перекладу повинна бути особливо точною, ясною і достовірною (як цитується у Сухарева, 2003). В юридичних текстах часто переважає канцелярський стиль з великою кількістю кліше, консервативністю лексики, складного синтаксису, великої кількості модальних слів з розпорядчої семантикою (як цитується у Сухарева, 2003).

Судова система Індії побудована на тій основі, яка склалася ще за часів англійського колоніалізму. Вона складається з Верховного суду, Вищих судів штатів (18) і системи нижчих місцевих судів – другій інстанції для справ, розглянутих судами панчаятів, до яких відносяться: суди мунсіфів, які розглядають тільки цивільні справи з ціною позову від 1000 до 5000 рупій; додаткові суди, які розглядають цивільні справи з необмеженою ціною позову та апеляції на рішення мунсіфів; окружний суддя, який розглядає апеляції на рішення додаткових суддів і розташовує необмеженою юрисдикцією як суддя

першої інстанції у цивільних і кримінальних справах. Конституція Індії 1950 р. передбачає наявність в кожному штаті Вищого суду (भारत का संविधान, 1950).

У частині XVII «Офіційна мова» глави I статті 343 пункт 1 визначається офіційна мова Союзу як мова гінді з використанням письма деванагарі. Для офіційних цілей Союзу застосовується міжнародна форма позначення індійських цифр (भारत का संविधान, 1950).

Судовим рішенням властиве використання кліше. Аналіз перекладів дозволяє виявити типові еквіваленти різного роду стандартизованих фраз і кліше, наприклад: «Розглянувши в присутності всіх перерахованих вище учасників рішення слідчого – इन सभी उपरोक्त सदस्यगणों की उपस्थिति में तथा मुकदमपेशी के अंतर्गत विनय जांच करके» (Газієва, 2016, с.10).

Стандартизований зворот тексту на гінді також клішований, але змінюється структура пропозиції на синтаксичному рівні: структура речення в мові гінді рамкова: суб'єкт розташований на початку речення, а предикат завершує речення. Інші частини речення розташовуються між суб'єктом і предикатом. Наприклад, заголовок документа «Рішення про продовження строку тримання під вартою обвинуваченого» перекладається на гінді з кінця, і порядок слів стає наступним: 1)обвинуваченого 2)під 3)вартою 4)змісту 5)терміну 6)продовження 7)про 8)рішення – 1) अभियुक्त 2) के प्रति 3) हिसाब 4) रखने 5) की अवधि 6) बढ़ने 7) के बारे में 8) विनय (Газієва, 2016, с.15).

В індійських документах часто використовується змішана лексика. Головним джерелом термінології в Індії є санскрит, однак поряд з санскритизмами одночасно використовуються запозичення з англійської мови або урду. Всі документи уряду Індії, офіційні звіти та послання до нації керівництва країни, тексти договорів, угод, документи судочинства використовують стиль книжкового або чистого хінді (शुद्ध हिन्दी), де використовується санскритська і запозичена арабо-перська лексика, і, канцелярський стиль (कायदम शैली) або мова ділових паперів з санскритської лексики і пасивних конструкцій. Наприклад, в текстах судових

рішень зустрічається змішана термінологія: прийняти, погодитись, визнати – स्वीकार करना, अख्तियार (ар.+п.) करना, कोबुल करना; петиція, запит – अर्ज (п.) – पत्रिका; заява – घोषणा, अर्ज (ар+п), एलान (ар.); вбивство – हत्या, हत्याकांड, कत्ल (ар.); підтвердити – पंजीकृत करना, साबित करना, अनुमोदन करना, तस्दीक करना (ар.); судова постанова – विनय, फैतवा (ар.); скаржитись – शिकायत करना, फिर्याद करना (п.), उलाहना देना; вилучити – जब्त करना, अधिग्रहण करना, अभिग्रहण करना, कु कर् करना, कु कज बैठना, बरामद करना (п.).

У значній кількості словосполучень між собою сполучується стилістично-забарвлена лексика іншомовного походження: गफलत की वजह से – неосторожності, де गफलत (ар.) – неосторожність; सरकारी महकम (ар.) – урядові відомства, де महकम (ар.) – відомство; ऐसी कार्रवाई मुमकिन नहीं है – такі дії не є можливими, де मुमकिन (ар.) – можливий.

ЛІТЕРАТУРА

Баранников, П.А. (1984). *Языковая ситуация в ареале языка хинди*. Ленинград: Наука.

- Гаврецька, Х.М. (2013). Особливості словотвору юридичної термінології у сучасній літературній мові гінді. *Мовні і концептуальні картини світу*, 43(1), 239-245.
- Газиева, И. (2016). *Особенности перевода судебных решений с русского языка на язык хинди*. Восстановлено с: <http://dx.doi.org/10.14746/cl.2016.27.1>
- Дьяков, А. М. (1963). *Национальный вопрос о современной Индии*. Москва: Издательство восточной литературы.
- भारत का संविधान. (1950). doi: <https://www.india.gov.in/hi/my-government/constitution-india/constitution-india-full-text>
- Сухарев, А.Я. (2003). *Правовые системы стран мира: Энциклопедический справочник*. Москва: Норма.
- Ульциферов, О.Г. (2004). *Русско-хинди современный словарь*. Москва: Медиа.
- Шершун, Я.А. (2018). *Структурні особливості юридичної лексики гінді Кримінально-процесуального права Індії*. (Тези). Київський національний лінгвістичний університет, Київ.

СОСТАВ И СТРУКТУРА ПОДСИСТЕМ МЕДИЦИНСКИХ ТЕРМИНОВ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Терехова С.И., Аннадурдиев Е.

Київський національний лінгвістический університет

Изучение медицинской терминологии в современной лингвистике в основном связано с научным дискурсом. Значительно в меньшей мере указанные языковые единицы исследованы на материале публицистических текстов. Основным заданием нашего исследования является изучение языковой подсистемы медицинских терминов русского и английского языков в текстах разной жанрово-стилистической принадлежности.

Вслед за авторами Лингвистического энциклопедического словаря (ЛЭС) в нашем исследовании мы определяем термин как “слово или словосочетание, обозначающее понятие специальной области знания или деятельности” (ЛЭС, с. 508). Термин *терминология* во избежание терминологической полисемии на страницах работы мы рассматриваем как отрасль лингвистики, которая изучает термины как подсистему языка, а термином *терминосистема* называем подсистему терминов, относящихся к одной отрасли научных знаний (специальные термины) или к нескольким (общенаучные термины).

В процессе исследования терминосистемы медицинских терминов русского и английского языков были структурированы в виде функционально-семантических полей (ФСП), то есть структурно-семантических единств медицинских терминов, которые объединяют в себе единицы разных уровней языка (лексемы и словосочетания) и разной частеречной принадлежности (имена существительные, имена прилагательные, глаголы, в меньшей мере – наречия, а в английском языке также герундий). Общим признаком языковых единиц в составе ФСП медицинских терминов исследуемых языков являются ЛСВ “медицина”, “медицинский”, “лечить”.

К особенностям сопоставляемых терминов¹ относим следующие:

1) системность: в обоих анализируемых языках медицинские термины объединены в ФСП, имеющие структурно-ярусную сегментированную структуру. В составе данных ФСП выделяем ядерную зону (в том числе, центр ядра – рус. *медицина*, англ. *medicine*) и периферийную зону (ближнюю и дальнюю периферию). В зоне периферии расположены тематические группы медицинских терминов, структурированные на основе парадигматических и синтагматических отношений;

2) наличие дефиниции: этот признак характерен для всех исследуемых медицинских терминов (ср.: (ЛЭС, с. 508));

3) тенденция к моносемичности в пределах терминологического поля (ФСП). Данный критерий в представлен непоследовательно в обоих языках, причем в большей мере, в английском;

4) отсутствие экспрессии характерно для большинства сопоставляемых терминов, однако среди анатомических терминов обоих языков данного сопоставительного анализа были обнаружены термины, построенные на основе метафоры (например, рус. *глазное яблоко* – англ. *eye-ball*, *eye bulb*, *the globe of the eye*, *apple of one's eye*, *globe*, *eyeglobe*; рус. *глазное дно по туню “заходящего солнца”* – англ. *sunset glow funds*; рус. *адамово яблоко* – англ. *Adam's apple* и др. (www.multitran.ru/));

5) стилистическая нейтральность, которая также представлена не последовательно ввиду метафоричности и метонимичности некоторых терминов в медицине, интерпретированных так в обоих сопоставляемых языках.

Для сопоставляемых подсистем медицинских терминов характерны следующие особенности:

1) данные ФСП представляют собой открытые языковые подсистемы, которые имеют в своем составе относительно устойчивый состав медицинских терминов, поступательно пополняемый за счет интралингвальных факторов (развитие языка, в частности его лексико-фразеологической подсистемы, лексической семантики отдельных терминов, вследствие процессов первичной и вторичной номинации и т. д.), а также экстралингвально (за счет расширения языковых контактов, дальнейшего развития медицины как отрасли науки и т. п.);

2) развитая синонимия представлена фрагментарно в структуре сопоставляемых тематических групп ФСП медицинских терминов. В составе ФСП английского языка она развита значительно;

3) для каждой из сопоставляемых языковых подсистем характерны термины-заимствования (в английском языке – преимущественно с латинского языка, в русском – с латинского, английского, немецкого и др.);

4) основной состав терминосистем английского и русского языков – это лексемы (имена существительные) и свободные словосочетания. Для английского языка также характерны двух-, трех- и многокомпонентные кластеры (т. е. относительно устойчивые именные словосочетания, в которых

¹ Данные особенности терминов выделены авторами ЛЭС (ЛЭС, с. 508).

последнее слово является главным, а все предшествующие существительные использованы в функции определения к нему).

ЛИТЕРАТУРА

(ЛЭС) *Лингвистический энциклопедический словарь* (1990). Ярцева, В.Н. (ред.). Москва: Русский язык. www.multitrans.ru/

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНЕ ПОЛЕ ЯК МОДЕЛЬ СТРУКТУРУВАННЯ ТЕМАТИЧНОЇ ЛЕКСИКИ

Терехова С.І., Бахтіярова Г.

Київський національний лінгвістичний університет

Вивчення тематичних груп лексики все більше привертає увагу дослідників протягом останніх десятиліть. Оскільки мова є такою, що перманентно розвивається, оновлення її лексико-фразеологічного рівня відбувається, як відомо, найшвидше, тому й потребує регулярного перегляду науковцями. Найкращою моделлю вивчення системно-структурних зв'язків мовних одиниць, що належать до одної частини мови і мають спільну семантику, є модель лексико-семантичного поля (далі - ЛСП).

Під тематичною лексикою розуміємо слова, які мають якнайменш, один спільний лексико-семантичний варіант (ЛСВ) у своїй семантичній структурі.

Чимало проблем теорії семантичного поля і типологізації лексем уже вивчено лінгвістами (див. роботи К.Бюлера, У.Вейнрейха, А.А.Уфимцевої, С.Д.Кацнельсона, Й.А.Стерніна, Ю.Д.Апресяна, С.Рахімова, Дж.Лайонза, Н.Г.Кірвалідзе, О.С.Яковлевої, Г.Шамової, Ж.П.Соколовської, Ю.С.Степанова та багатьох інших). Дослідження цих учених проводилися в контексті текстоцентричного або лексикоцентричного підходу. У наш час сформувалося декілька напрямів у вивченні тематичної лексики.

У нашому дослідженні вперше проаналізовано лексико-семантичне поле тематичної лексики лікарняних рослин російської мови в типологічному зіставленні з відповідним ЛСП туркменської, української та англійської мов, встановлюється структура кожного поля, дається кількісна і якісна характеристика елементів цих полів, визначаються критерії класифікації досліджуваних лексем.

Системні відношення між складниками зіставлюваних ЛСП базуються на системності їхніх лексичних значень у мові, що, в свою чергу, ґрунтується на системності зв'язків і відношень дійсності. Проте в мові дійсність відбивається не безпосередньо, а є зумовленою людською свідомістю. Разом із тим, лексична системність відбивається у свідомості носіїв мови у вигляді певного механізму вибору необхідних слів, елементів системи, які використовуються ними.

Слід зазначити, що слово експлікує не весь зміст поняття, а одну або декілька ознак, саме ті, які є найважливішими у народному світогляді (Потебня, с. 285). Тому семантичні структури слів і їхніх окремих значень у мовах не є однаковими. Під семантичною структурою слова в роботі розуміється

сукупність усіх його значень і граматичних форм. Семантична структура слова може збігатися з семантичною структурою значення, якщо слово є однозначним. У разі полісемантичності лексем (тобто коли слово має більше одного лексичного значення) під семантичною структурою кожного окремого значення слід розуміти семантичну структуру певного ЛСВ (пор. із Плехатая, с. 36). Семема, або ЛСВ, що за змістом рівнозначне окремому лексичному значенню слова (Шмелёв, с. 412; Соколовская, (1), (2), (3), с. 5), виступає в роботі основною граничною одиницею аналізу.

Крім основних значень, словники часто виділяють відтінкові, додаткові значення. Відтінковим вважається додаткове значення – одна з ознак поняття – на якій акцентується увага і яку намагається виділити мовець (Брагина, с. 7-8).

Мовний характер зв'язку між поняттям і словом є таким, що він нібито “вбирає” з кількості можливих диференційних елементів смислу мінімальну їх кількість для протиставлення певної лексеми іншим, близьким за змістом і функціями (Новиков, с. 86; Смирницкий, с. 152). Таким чином, залежно від наявності в кожній мові певних відношень (зв'язків) між формою і змістом лексем, план змісту кожної мови виявляється специфічно розчленованим за допомогою знаків, а самі одиниці (слова та їхні окремі значення) – співвіднесеними і протиставленими в системі, тобто вони утворюють у парадигматичному плані певну структуру досліджуваних ЛСП на основі їхньої різної значеннєвості (Новиков, с. 87).

Отже, у парадигматичному плані між словами і окремими ЛСВ у кожній із зіставляваних мов встановлюються відношення синонімії, антонімії, омонімії, полісемії. У нашому дослідженні перелічені відношення розглядаються у їх традиційному тлумаченні (ЛЭС, с. 35-36; 446-447; 344-345; 382; Новиков, с. 189; 209; 222; 243 та ін.).

ЛІТЕРАТУРА

Брагина, А.А. (1986). *Синонимы в литературном языке*. Москва: Наука. (ЛЭС)
Лингвистический энциклопедический словарь (1990). Ярцева В.Н. (ред.) Москва: Советская энциклопедия.
Новиков, Л.А. (1982). *Семантика русского языка*. Москва: Высшая школа.
Плехатая, Е.Н. (1994). *Семантическая структура отглагольных и отыменных локативов в современном русском языке*. – Дис. ... канд. филол. наук. Черновцы: Черновицкий университет им. Ю.Федьковича. 169л.
Потебня, А.А. (1989). *О некоторых символах в славянской народной поэзии*. В кн.: Потебня А.А. *Слово и миф*. Москва: Правда, 285-387.
Смирницкий, А.И. (1956). *Лексикология английского языка*. Москва: Издательство литературы на иностранных языках.
Соколовская, Ж.П. (1993). “Картина мира” в значениях слов: “Семантические фантазии” или “катехизис семантики”? Симферополь: Таврия.
Соколовская, Ж.П. (1990). *Проблемы системного описания лексической семантики*. Киев: Наукова думка.
Соколовская, Ж.П. (1979). *Система в лексической семантике*. Киев: Высшая школа.

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КОМПЬЮТЕРНОЙ ЛЕКСИКИ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Терехова С.И., Карло Мелле

Киевский национальный лингвистический университет

В современном языкознании весьма актуальны работы, посвященные изучению профессиональной лексики.

Актуальность исследования обусловлена регулярным пополнением лексической подсистемы компьютерной тематики (далее – ЛПКТ) русского языка из английского посредством заимствования, калькирования, буквального и поморфемного перевода, а также за счет комбинированного способа перевода и комплексных трансформаций.

Материалом исследования были избраны единицы компьютерной лексики русского языка, используемые в текстах устной и письменной речи профессиональной тематики, зафиксированные в Национальном корпусе русского языка (Нац. Корпус...), словарях политехнических и компьютерных терминов, сленговой и жаргонной лексики.

Лексический состав ЛПКТ не однороден. В данной подсистеме можно выделить, главным образом, следующие группы лексики: 1) термины компьютерной отрасли; 2) общеупотребительную лексику; 3) профессиональный (компьютерный) жаргон; 4) компьютерный сленг; 5) другие вкрапления.

Термины компьютерной сферы представляют собой относительно закрытую, устойчивую группу. Основным источником заимствования русской компьютерной лексики является английский язык. Со временем многие термины проходят процессы вторичной номинации, ресемантизации, а также транссемантичности и трансфункциональности.

ЛИТЕРАТУРА

Кармызова, О.А. (2003). *Компьютерная лексика: структура и развитие* : автореф. дисс. ... канд. филол наук / 10.02.19 – теория языка. – Воронеж: Воронежский гос. университет. *Национальный корпус русского языка* <www.ruscorpora.ru/>

ПРОБЛЕМЫ ТИПОЛОГИЗАЦИИ И ПЕРЕВОДА ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С КОМПОНЕНТОМ «РАСТЕНИЕ» С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ, УКРАИНСКИЙ И ТУРЕЦКИЙ

Терехова С.И., Малкоч М.

Киевский национальный лингвистический университет

В современном сопоставительном языкознании весьма актуальна проблема определения алломорфных и изоморфных фразеологических единиц (далее – ФЕ). В особенности значимы исследования, посвященные определению

типологических особенностей фразеологизмов в разноструктурных языках отдаленно родственных и близкородственных языков.

В работах многих исследователей были описаны многие структурные, семантические, прагматические и другие особенности ФЕ в одном языке, несколько в меньшей мере – в типологическом сопоставлении языков (см. работы В.Н. Телии, В.М. Мокиенко, В.И. Гаврися, С.Ю. Пикуль, Н.В. Гамзюка, С.Скомороховой, Л.В. Молчковой и др.).

Вслед за В. В. Виноградовым термин *фразеологизм* в нашей работе понимается как особая единица языка, состоящая из двух или более отдельно оформленных компонентов, которые характеризуются семантической цельностью, воспроизводимостью в речи, устойчивостью их структурного состава и синтаксической структуры (Виноградов, с. 140-161).

Хотя фразеология как учение об устойчивых сочетаниях слов с полностью или частично переосмысленным значением оформилась в самостоятельную лингвистическую дисциплину сравнительно недавно, во второй половине XX века, причины необходимости выделения этой дисциплины в отдельную отрасль лингвистики и ее исходные вехи были указаны ранее.

Для создания целостной типологии ФЕ русского, английского, украинского и турецкого языков, вполне приемлема полипарадигмальная типология языковых единиц, разработанная на материале референциальных репрезентаций украинского, русского и английского языков (Терехова, с. 88-104). Проблемным при этом является недостаточная степень исследования особенностей ФЕ в турецком языке как с точки зрения общей лингвистики, так и типологической. Крайне мало работ ученых посвящены анализу особенностей и способов перевода ФЕ с турецкого и на турецкий язык с других исследуемых языков.

При переводе исследуемых ФЕ наибольшее количество полных эквивалентов было обнаружено в парах украинский и русский языки (1) и украинский и турецкий языки (2), что обусловлено как увеличением интенсивности межъязыковых контактов названных языков в последние десятилетия. Полные эквиваленты в переводе с английского языка на все другие сопоставляемые в нашей работе языки преимущественно были определены на уровне интернационализмов, что обусловлено во многом статусом английского языка (как и русского) как языка международного общения.

Основное количество сопоставляемых ФЕ обнаруживают отношения частичной эквивалентности во всех анализируемых языках.

Безэквивалентные ФЕ со значением “растение” единичны. Они отображают языковую специфику исследуемых лексико-фразеологических подсистем. Наличие специфических ФЕ со значением “растение” обусловлено не только системно-структурными и структурно-морфологическими особенностями анализируемых языков, но и внеязыковыми факторами, прежде всего, различными видами денотатов, произрастающих в странах сопоставляемых языков, климатическими и географическими особенностями этих стран.

ЛИТЕРАТУРА

Виноградов, В.В. (1977). Об основных типах фразеологических единиц в русском языке. В кн.: Виноградов В.В. *Избранные труды. Лексикология и лексикография*. Москва, 140-161. <<http://lingvotech.com/vinogradov-77d>>
Терехова, С.І. (2012). Референція в системі орієнтаційних репрезентацій української, російської та англійської мов (поліпарадигмальне дослідження): дис.. ... докт. філол. наук. Київ.

ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРИКМЕТНИКІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ КОЛЬОРІВ В СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

Терещенко М.А.

Київський національний лінгвістичний університет

Колір є однією з найцікавіших і складних проблем у китайській мові і культурі. У прикметниках, що позначають колір, відображається тисячолітній досвід китайського народу, його психосоматичні особливості, соціально-економічні і культурно-історичні особливості Китаю і його етносу (Дубкова, 2004, с. 188).

Вивченням семантики термінів на позначення кольорів спочатку зацікавилися прибічники історичного релятивізму – теорії, згідно з якою мова впливає на спосіб нашого сприйняття оточуючого світу. Але в 1969 р. з'явилася робота відомих американських учених Б. Берліна та П. Кея “Базові назви кольорів: їх універсальність та еволюція”, де всупереч релятивізму був сформований універсальний підхід до вивчення лексики на позначення кольорів. Вони розрізняють сім стадій, до яких входять культури та їх мови. Мови першої стадії мають назви лише чорних (темно-холодних) та білих (світло-теплих) кольорів, у той час, як мови сьомої стадії мають вісім або більше найменувань кольорів. До сьомої стадії належать англійська (12 найменувань кольорів) та російська (13 найменувань кольорів) мови. У процесі еволюції мов з'являються нові найменування кольорів у чітко визначеній послідовності, тобто, якщо у мові існує певний термін на певній стадії, це означає, що вона має всі терміни попередніх стадій. Послідовність стадій є такою: 1) темно-холодні та світло-теплі кольори; 2) червоний; 3) зелений або жовтий; 4) зелений і жовтий; 5) блакитний; 6) коричневий; 7) фіолетовий, рожевий, помаранчевий, сірий тощо (Ню, 2017, с. 160).

Відтоді теорія Берліна-Кея є загальноприйнятою методикою дослідження термінології на позначення кольорів, де під семантикою прикметників на позначення кольорів мається на увазі сам колір – фізичний об'єкт, що має фізичні ознаки тона, насиченості та яскравості. Китайська мова була зарахована авторами даної теорії до категорії проблемних випадків, стадія розвитку лексики на позначення кольорів якої попередньо визначався як п'ятий.

Принципово відмінним є когнітивний підхід до вивчення семантики термінів на позначення кольорів, який запропоновано польським лінгвістом А. Вежбицькою. А саме: лексика на позначення кольорів будь-якої мови ототожнюється з певними універсальними об'єктами наївної картини світу,

“семантичними примітивами”, після чого вони стають доступними для передачі іншим етносам (Богушевская, 2007, с. 232).

Більшість праць із семантики китайської лексики на позначення кольорів належать самим китайським вченим, таким як Лю Юньцюань, Чжан Цінчан, Яо Сяопін та ін. Основним напрямком досліджень є уточнення стадії розвитку базових термінів на позначення кольорів сучасної китайської мови відповідно до теорії універсалізму. Дослідження проводяться з урахуванням таких критеріїв: історико-культурний, здатність до участі у словотворі, психолінгвістичний аналіз (Дубкова, 2004, с. 189). У результаті цих різних підходів до дослідження семантики термінів на позначення кольорів у китайській мові списки виявлених “основних” термінів, які були складені китайськими вченими, не співпадають. Таким чином, система базових термінів на позначення кольорів у китайській мові до нашого часу є не до кінця вивченою і зараховується авторами теорії універсалізму до проблемних випадків. Немає точного переліку основних лексичних одиниць на позначення кольорів у китайській мові, у зв’язку з чим остаточно не визначена стадія їх розвитку. Крім того, відсутній комплексний підхід до вивчення термінів на позначення кольорів китайської мови з точки зору усіх існуючих методик.

Дослідження кольорів у філології є неможливим без їхнього розгляду у природничих наукових дисциплінах. Це пов’язане з тим, що при вивченні семантики термінів на позначення кольорів у китайській мові необхідно брати до уваги співвідношення терміна з денотатом – кольором, фізичною ознакою тону, насиченості та яскравості.

У культурі Китаю протягом століть самостійно розвивалася теорія кольору, що заснована на космологічних уявленнях і на практичному досвіді китайського етносу. Відповідно до домінуючої космологічної моделі, увесь світовий простір поділявся на п’ять сторін. На цій п’ятичленній моделі базувалася просторово-часова структура, що охоплювала пори року, стихії та символіку кольору. П’ять стихій, або п’ять головних елементів << wǔxíng Вода (水 – shuǐ), Вогонь (火 – huǒ), Дерево (樹 – shù), Метал (金屬 jīnshǔ) і Ґрунт (土地 – tǔdì), переплітаючись, утворюють всесвіт та керують усіма природними явищами (Завьялова, 2008, с. 100). Паралельно до теорії “п’яти стихій” розвивалася теорія “п’яти кольорів”. Підтвердженням теорії “п’яти кольорів” та їхнього зв’язку з порами року та частинами світу є праця китайського історика Фань Є (398-445 рр.) “Історії пізньої династії Хань”. (Завьялова, 2008, с. 101).

Оскільки тема прикметників на позначення кольорів у китайській мові є не достатньо дослідженою і зараховується авторами теорії універсалізму до проблемних випадків, існують перспективи для майбутнього вивчення та розвитку досліджень на дану тематику.

ЛІТЕРАТУРА

- Богушевская, В. А. (2007) Теория семантических примитивов А. Вежбицкой применительно к цветоименованиям китайского языка. *Известия Восточного института*, 5, 232-235.
- Ню, Юй Фэн. (2017) Лингвокультурные аспекты исследования цветообозначений в английском и китайском языках. *Научные ведомости*

Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки, 36, 157-164.

Завьялова, Н. А. (2008). Фразеологизмы с компонентом цветообозначения как реализация национального самосознания китайского и русского народов. *Лингвокультурология, 1, 99-106.*

Дубкова, О. В. (2004). Цвет в китайском языке и культуре. *Бытие и язык, 2, 188-194.*

БІБЛІЙНІ ПЕРСОНАЖІ В ПОЕМІ ДАНТЕ АЛІГ'ЕРІ «БОЖЕСТВЕННА КОМЕДІЯ». ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ

Терпило Г.А.

Київський національний лінгвістичний університет

Віки минають, а Святе Письмо ще й досі залишається книгою, що найбільше перекладають у світі. На початок ХХІ століття Біблія була перекладена на 2036 мов і діалектів. За підрахунками фахівців світ говорить 3000 мовами і діалектами. Поза всяким сумнівом, Біблія і в наш час залишається бестселером. Жодна книга не має такого широкого попиту, як Священне Писання, і жодна книга не перекладена на таку кількість мов. Біблія приховує багато таємниць, однією з яких є імена. Кожне ім'я в Біблії має свій сакральний зміст і повністю відображає характер його носія. Тому не дивно, що видатні письменники часто зверталися саме до неї за натхненням. Одним з таких митців був славетний Данте Аліг'єрі. Видатного поета і мислителя Данте вважають творцем сучасної італійської мови. Саме Данте першим почав писати свої твори простою народною мовою, а не латиною. Його поема «Божественна комедія» стала початком нової епохи італійської мови. Італія протягом століть була розділена на безліч князівств та відокремлених міст-держав. Тут спілкувались на багатьох діалектах і єдиної мови не було. Але ситуація почала змінюватись на початку чотирнадцятого століття, коли світ побачила поема Данте Аліг'єрі «Божественна комедія». Поема швидко завоювала серця читачів по всій Італії і це стало причиною того, що рідний для Данте тосканський діалект, якою вона була написана, став основою літературної італійської мови.

Згідно християнської традиції, потойбічний світ складається з пекла, куди навіки потрапляють засуджені грішники, чистилища - місце перебування грішників, що спокутують свої гріхи, і раю - обитель блаженних. Данте деталізує це подання і описує устрій загробного світу, з графічної визначеністю, фіксуючи всі деталі його архітекtonіки.

Можливо причиною такого успіху поеми став саме цей тісний зв'язок з Книгою Книг. У даних тезах ми розглядаємо шляхи перекладу імен персонажів поеми Данте Аліг'єрі «Божественна комедія», що мають біблійне походження та зв'язок між значенням імені та характером його носія.

Andovvi poi lo Vas d'elezione,
per recarne conforto a quella fede
ch'è principio a la via di salvazione.

Ma io perché venirvi? o chi 'l concede?
Io non Enea, io non Paulo sono:
me degno a ciò né io né altri 'l crede.
Сосуд обрання теж у цих полях
Пізніше був, щоб дати підпору вірі,
Яка спасіння відкриває шлях.
А я чого піду? Хто пустить в мирі?
Ніякий не Еней, не Павел я,
На цю я честь не варт ні в якій мірі (Пекло, пісня 2)

В даному випадку ми бачимо, що автор в своїй поемі використовує порівняння зі Святим Павлом, котрого ми перш за все знаємо з Біблії. Він також називає його Сосудом, що теж натякає на головне призначення персонажу. Крім того, він ніби навмисне дає нам підказки, аби ми не сплутали його з іншим персонажем.

Ми можемо зробити висновок, що біблійні персонажі в поемі Данте мають особливу цінність, так як несуть свій особливий характер та настрій, тому їх переклад має бути достовірним, аби уникнути зміни змісту.

ЛІТЕРАТУРА

- Антонетті П. // Повсякденне життя Флоренції за часів Данте / Переклад з фр. і предисл. В.Д. Балакіна, Москва, Молода Гвардія, 2004. 287 с.
Біблія і культура: Чернів. нац. ун-тет. Зб. наук. статей. Ред. кол. М. Жулинський. – Ч., 2007. – Вип. 6. – 219 с.
Коваль А. П. Спочатку було слово : Крилаті вислови біблейського походження в українській мові / А. П. Коваль. – К. : Либідь, 2001. – 312 с.
Данте Аліг'єрі // Нове Життя. Божественна Комедія // Художня література. Москва. 1967. Переклад з італ. М. Лозинського

ОСОБЛИВОСТІ ЛЮБОВНОЇ ЛІРИКИ Р. М. РІЛЬКЕ В ХУДОЖНЬОМУ ПЕРЕКЛАДІ

Ткачук Ю.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Художній переклад передбачає створення перекладачем адекватного аналога оригіналу, який відповідатиме тексту-оригіналу і в лінгвістичному, і в прагматичному розумінні. Щоб перекласти художній текст і при цьому зберегти усі літературні особливості матеріалу, перекладачеві необхідно докласти величезних зусиль – попередньо опрацювати матеріал для подальшого його перекладу, ознайомитися з творчою манерою автора, культурною спадщиною народу та, насамперед, намагатися влучно та зрозуміло донести зміст твору, використовуючи при цьому різноманітні художні засоби для більш повної передачі стилю та особливостей авторської мови. Але не варто намагатися дослівно передати текст, основним аспектом для перекладу даного стилю є саме його зміст та художнє забарвлення, а не точність чи конкретика,

дослівне відтворення якої взагалі неприпустима у процесі перекладу художніх текстів. Обов'язковою умовою для адекватної передачі змісту твору є досконале знання мови як оригіналу так і перекладу. Для більшості людей, що не володіють іноземними мовами, культурна спадщина європейських країн та їх літературні надбання стає доступною лише завдяки професійній роботі перекладача (Казакова, 2003, с. 54). Підсумковий зміст перекладеного тексту залежить від вкладеного в кожен лексичну одиницю семантичного наповнення. Перекладач, як перший реципієнт, повинен водночас бути письменником, тонко відчувати всі почуття та емоції, які автор прагнув донести до свого читача (Некряч, 2008, 200С.). Цікавою у цьому відношенні є проблематика особливостей художнього перекладу текстів лірики Райнера Марії Рільке та їх україномовної інтерпретації. Для якісного перекладу даних творів необхідно детально ознайомитися з творчістю автора та його манерою подачі інформації, звернути особливу увагу на використані ним мовно-стилістичні художні засоби. Він став, за висловом М. Цветаєвої (1926), "самою поезією у плоті" (с. 49).

Говорячи про особливості творчої манери Р. М. Рільке, можна виділити наступні особливості творчої манери автора, які варто врахувати при перекладі: прагнення поета до цілісності: особистість, його світобачення, життя і навіть смерть, художня майстерність; джерела творчості – несподіване натхнення, ірраціональна вища сила; специфічну модель кожного вірша, подібну до моделі скульптора; людина в його творах – самотня істота, яка навіть в обіймах коханих людей відчувала власне безсилля, острах перед майбутнім; важливе місце теми Бога і релігійних пошуків, Бог Рільке – це життя, що пульсувало в речах; мотив самотності, емоційна напруженість, динамізм, сувора гармонійність та цілісність форми; відчуття – предмет поезії, творчість – процес поетичного пізнання світу, поезія – дійсність, сприйнята та усвідомлена людиною; естетична мета (Березина, 1985, с. 84).

Отже, можна зробити висновок, що для повного адекватного перекладу художнього твору, недостатньо лише компетентності перекладача та його знань обох мов, а потрібне ретельне вивчення творчої манери та життєвих поглядів автора вихідного тексту, крім того перекладачеві слід приділити неабияку увагу культурологічній та функціональній специфіці вихідного тексту.

ЛІТЕРАТУРА

- Березина А. Г. (1985). *Поэзия и проза молодого Рильке*. (с. 73–108). – Ленинград.
- Казакова Т.А. (2003). *Практические основы перевода*. – СПб: Лениздат; Изд-во "Союз", (с. 54). – Тюмень.
- Лисенко І. М. (1989). *Райнер Марія Рільке і Україна // Радянське літературознавство*. (с.21). – Київ.
- Некряч Т. Є., Чала Ю. П. (2008) *Переклад художніх творів. Через терни до зірок* (200 С.). – Вінниця.
- Цветаева М.І. (1990) *Письма 1926 года* (с. 49). – Москва.

РОЛЬ МЕТАФОРЫ В ПОЭЗИИ С.ЕСЕНИНА

Фань Жуй

Киевский национальный лингвистический университет

Поэзия С.Есенина отличается глубокой метафоричностью. Корни этого лежат в фольклорных мотивах, красной нитью проходящих через все творчество поэта. Цель настоящего исследования – рассмотреть процесс формирования метафорического значения в поэтических произведениях Сергея Есенина. Разнообразие предлагаемых в лингвистической литературе типологий метафоры основывается на ограниченном наборе признаков, лежащих в основе метафоризации как процесса. В.П.Москвин предлагает выделять “четыре основных обстоятельства, определяющих систему параметров классификации: своеобразие плана содержания (1) и выражения (2), сильная зависимость от контекста (3), а также функциональная специфика метафорического знака (4)” (Москвин, с. 66).

Образные, неожиданные метафоры художественного текста позволяют увидеть предмет с новой стороны, поскольку принцип метафоризации состоит в изображении одного через другое, в неожиданном сопоставлении предметов, которые обыденному сознанию не кажутся связанными друг с другом. Н.Д. Арутюнова убедительно заметила, что “в метафоре стали видеть ключ к пониманию основ мышления и процессов создания не только национально специфического видения мира, но и его универсального образа” (Арутюнова, с. 20). Покажем это на материале метафор Сергея Есенина.

Для поэта природа – это чудесный храм, в котором все прекрасно. Любовью к земле, к лугам и травам, лесам и озерам проникнуты строки его стихов. Там, где, казалось, пейзаж обычен, где на первый взгляд в природе нет броских, запоминающихся картин и многое давно уже примелькалось, поэт вдруг неожиданно и смело открывает новые краски: Поет зима – аукает, Мохнатый лес баюкает... А по двору метелица Ковром шелковым стелиться (“Поёт зима – аукает”).

Для Есенина природа не застывший пейзажный фон: она вся в движении, в обновлении, в гармоническом единении с человеком. Поэт часто прибегает к приему олицетворения. Черемуха у него “спит в белой накидке”, “туча кружево в роще связала”, “пригорюнились девушки – ели”, “улыбнулась солнцу сонная земля”, “словно белой косынкой подвязалась сосна”, “березы в белом плачут по лесам”, “вечер, свесившись над речкой полощет водою белой пальцы синих ног”, сосна “покачнулась как старушка”. Природа у Есенина играет и переливается всеми цветами радуги: Синий туман. Снеговое раздолье, Тонкий лимонный лунный свет... (“Синий туман. Снеговое раздолье...”); Гаснут красные крылья заката, Тихо дремлют в тумане плетни (“Гаснут красные крылья заката”).

Своеобразно дополняется мотив природы у Есенина образами животных. В произведениях поэта зооморфная метафора часто перерастает в развернутый

образ: Тихо в чаще можжевеля по обрыву. Осень – рыжая кобыла – чешет гриву (“Осень”). Желтый цвет осенних листьев вызывает ассоциацию с рыжей кобылой. Но осень не только “рыжая кобыла” (сходство по цвету), она “чешет гриву”: образ раскрывается через сравнение с животным зримо, в красках, звуках, движениях. На основе сложных ассоциативных сопоставлений у явлений природы появляются свойственные животным и птицам органы: лапы, когти, клювы: Волны белыми когтями Золотой скребут песок (“Небесный барабанщик”); Клен и липы в окна комнат, Ветки лапами забросив, Ищут тех, которых помнят (“Дорогая, сядем рядом”). Поэт часто наделяет животных человеческими качествами: На бору со звонами плачут глухари (“Выткался на озере алый свет зари”); И журавли, печально пролетая, Уж не жалеют больше не о ком (“Отговорила роща золотая...”)

Как показали наблюдения, употребление одной метафоры у С.Есенина очень часто влечет за собой нанизывание новых метафор, связанных по смыслу с первой; в результате этого возникает развернутая метафора: “Отговорила роща золотая березовым, веселым языком...”. Развернутые метафоры привлекают поэта как особенно яркий стилистический прием образной речи: Где к затону молчаливому, прилегла трава шелковая – пример из стихотворения “Лебедушка”, где молчаливый затон, т.е. вдавившийся в берег речной залив, стоит, и ему очень одиноко. А рядом прилегла не просто обычная, зеленая трава, а шелковая.

Изучив метафору в поэзии С.Есенина, мы можем утверждать, что, несмотря на многообразие объектов, выступающих как главными, так и второстепенными субъектами метафорического переноса, образная система стихотворений Есенина обнаруживает множество глубинных связей, проявляющихся в постоянном присутствии сквозных образов, общих категориях изображения реальности.

Рассмотрение метафоры показало целостность образа мира, описываемого С. Есениным. Проанализировав использование различных видов метафоры в лирике поэта, мы пришли к выводу, что процессы метафоризации часто протекают в противоположных направлениях: от человека к природе, от природы к человеку, от неодушевленного к одушевленному, от живого к неживому. Прибегая к разнообразному арсеналу метафорических моделей, автор наделяет неживую природу чертами живой, а физический мир в целом – человеческими чертами. Оригинальность Сергея Есенина как творца метафор проявляется в первую очередь в неожиданных и ярких олицетворениях, одушевлении жизни природы.

ЛИТЕРАТУРА

Арутюнова, Н.Д. (1979). *Языковая метафора. Синтаксис и лексика. Лингвистика и поэтика*. Москва: Наука. Москвин, В.П. (2000). Русская метафора: параметры классификации. *Филологические науки*. НДВШ, 2.

МОВНИЙ ЕТИКЕТ ТА МАКСИМИ ВВІЧЛИВОСТІ У СУЧАСНІЙ ЯПОНСЬКІЙ МОВІ (НА МАТЕРІАЛІ ЕПІСТОЛЯРНОГО СТИЛЮ)

Федоренко А.О.

Київський національний лінгвістичний університет

Важливою умовою успішності мовленнєвого акту (МА) та комунікації загалом є комунікативний етикет, дослідженням якого займались провідні вітчизняні (Г. Г. Почепцов, І. В. Мельник, О. М. Галєбко) та зарубіжні (Н. Р. Grice, G. Lee, G. Kasper, Хірабаяші Йошіке, Хама Юкіко) дослідники. Розглядаючи японські реалії, комунікативний етикет має місце і у межах епістолярного стилю, а саме у офіційному та приватному листуванні. Незважаючи на достатність теоретичних даних про мовний етикет японської мови, комплексного представлення етикету як лінгвокультурного феномену в епістолярному стилі не було приділено достатньо уваги.

За визначенням Г. Г. Почепцова, мовленнєвий етикет передбачає не лише вживання формул привітання й прощання, а передусім, володіння ввічливим апаратом мовних побудов (Почепцов, 2004). Найважливішими принципами спілкування вважають (Grice, 1975) *принцип кооперації* (повнота інформації, її якість, релевантність, манери) і *принцип ввічливості* (тактовність, великодушність, схвалення, скромність, згоду, симпатію тощо).

Епістолярний стиль в Японії зародився в епоху Хейан, коли листи мали переважно приватний характер, але вже тоді були введені правила, яких необхідно було дотримуватися, тобто існував етикет написання листів, що проявлявся не тільки у змісті й формі письма, але й у виборі паперу та підписі конверта. Сучасні листи хоч і допускають деяку гнучкість правил, проте їх зміст й дотепер має чітку структуру та фіксовані вирази.

У японській мові сенс будь-якої фрази передається з різною мірою шанобливості, залежно від ситуації, статусу співрозмовників та їх стосунків. Це пояснює наявність різношарової лексики і граматичних конструкцій, які мають однакове значення, а саме системи Кейго, тобто шанобливої мови, що поділяється на три такі підсистеми: 1) увічлива мова (використання нейтрально-ввічливих форм); 2) шаноблива мова (використання гоноративно-шанобливих форм); 3) скромна мова (використання самозневажливо-ввічливих форм) (平林周祐, 浜由美, 1988). Звичайно, система Кейго використовується і у листах, адже вона є невід'ємною частиною японської культури, що проявляється й у повсякденному мовленні.

Звернемося до тих частин структури листа, у яких щонайбільше проглядаються лінгвокультурні особливості. Перша з них – привітання, де частіше застосовують звертання 謹啓 (милостивий пане) або 拝啓 (шановний пан(і)), однак існують й увічливі кліше, які виражають вибачення за швидкий перехід до справи, упускання формальностей.

Вступна фраза у листі складається з трьох частин: 1) Сезонне привітання – стандартизовані фрази, які змінюються в залежності від сезону та погоди на

вулиці. Це одна з важливих частин листа, адже згідно з ідеями синтоїзму (однією з провідних релігій в Японії), складові погоди і природи виступають божествами;

2) Сподівання на гарне здоров'я і процвітання адресата. Тут проявляється соціально-культурна особливість, а саме звертання до адресата у відповідності до його статусу та взаємин між сторонами; 3) Вдячність за допомогу та чуйність.

Поєднавши усі компоненти вступної фрази, отримуємо наступне:
春寒の候、梅のつぼみもようやくほころんでまいりましたが。。。貴社におかれましてはますますご清栄の事とお喜び申し上げます。毎度、一方ならぬお引き立てにおずかり厚く御礼申し上げます。、 що у еквівалентному перекладі на українську мову буде звучати так: У цей весняний холод потрохи починають розквітати квітки сливи ... Ми з радістю дізнаємося про фінансове благополуччя Вашої фірми. Дуже вдячні за Ваше надзвичайне постійне сприяння.

Наступна частина до розгляду – основна частина, де викладається суть листа. У реченнях використовують шанобливу мову, граматична система форм якої існує, насамперед, у дієслові, а також предикативному прикметнику і зв'язці. Для іменників використовується спеціальна ввічлива приставка (< - /o/), для звертань існує спеціальна система суфіксів.

Остання частина до розгляду – завершальна частина, що є більше ніж просто прощання, це естетичне оформлення того, що Ви намагаєтеся повідомити. Складається з трьох частин: 1) Вибачення за письмове спілкування; 2) Вибачення за квапливість; 3) Висловлення надії на здоров'я і активну співпрацю у майбутньому.

Поєднавши усі компоненти завершальної фрази, отримуємо наступне:
まずはとりあえず書中をもちましてご通知申し上げます。まずは取り急ぎご連絡まで。ますますの活躍お祈り申し上げます。、 що у еквівалентному перекладі на українську мову буде звучати так: Це всього лиш моє повідомлення у письмовому вигляді, яке я написав Вам, знехтувавши усіма правилами. До зв'язку! Завжди молюсь за Ваше процвітання у діяльності.

Отже, можна зробити висновок, що епістолярний стиль японської мови зберігає традиції поколінь, а саме - зберігання структури листа, вживання фіксованих виразів, сезонні кліше. У листах виявляться соціально-культурні особливості Японії: відносини «свій-чужий», «вищий та нижчий за статусом», шаноблива мова, яка варіюється в залежності від ситуації та змісту. Подальше вивчення та комплексне представлення структурних особливостей листів японської мови становить значний дослідницький інтерес.

ЛІТЕРАТУРА

Почепцов, Г. Г. (2004). *Іміджологія*. Київ: Ваклер.

Grice, H. P. (1975). "Logic and Conversation", *Syntax and semantics 3: Speech arts*. New York: Academic Press.

平林周祐., 浜由美子. (1988).

敬語//外国人のための日本語例文問題シリーズ. 荒武出版.

宮崎道子., 郷司幸子. (2009). *ビジネス日本語 30時間*. –

スリーエーネットワーク. 東京: 3A Corporation.

ПЕРЕКЛАД ВЕРБАЛІЗОВАНИХ ФОРМУЛ ЕТИКЕТУ ВВІЧЛИВОСТІ З ІТАЛІЙСЬКОЇ МОВИ НА УКРАЇНСЬКУ

Філоненко А. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Зростаюча увага до питань соціолінгвістики, зокрема до питань мовної комунікації, принципів моделювання комунікативного акту, функціонування мови в усіх сферах суспільної діяльності є однією з важливих особливостей сучасного і зарубіжного мовознавства. У колі цієї загальної проблематики досить важливим є також вивчення мовленнєвого етикету – правил мовленнєвої поведінки. Ці правила закріплені в системі стійких висловів, прийнятих даним колективом носіїв цієї мови на певному етапі розвитку суспільства в особливих ситуаціях спілкування. (Гриценко, Т. Б., Гриценко, С. П., Іщенко, Т. Д., Мельничук, Т. Ф., Чуприк Н. В. & Анохіна, Л. П., 2007, с. 253). Важливим є і те, що індивіди мають спілкуватися відповідно до соціальних норм, які існують в суспільстві.

Наше життя неможливе без дотримання правил і звичаїв, які регулюють суспільну діяльність і якнайтісніше пов'язані з процесом формування особистості, її соціалізацією. Для цього й був створений мовний етикет – сукупність мовних засобів, які регулюють нашу поведінку в процесі мовлення. Він формується історично в культурних верствах народу й передається від покоління до покоління як еталон мовленнєвої поведінки мовця, виразник загальнолюдської культури, гідності й честі.

За визначенням авторів «Сучасного словника з етики», «Етикет франц. *etiquette*, від *estiquier* – прикріплювати) – сукупність правил поведінки, що регулює зовнішні прояви людських взаємин (поведінка в громадських місцях, поводження з оточуючими людьми, форми звертання і привітання, манери поведінки, одяг тощо)». (Тофтул, М. Г., 2014, с.177). Близьке за змістом визначення даного терміну існує і в інших словниках.

Мовленнєвий етикет вимагає від комунікантів дотримання норм етикету спілкування. Їх розмова має бути ввічливою, статечною, пристойною, а самі співрозмовники мають виявляти один до одного уважність і повагу.

Спілкування можливе за наявності мовця, адресата, до якого звернена мова, а також мети й теми мовленнєвої діяльності. Схематично код мовленнєвої ситуації можна зобразити так: “хто – кому – чому – про що – де – коли”. Етикетною вважається тільки та ситуація, для якої суттєвими є відмінності між мовцями (їхній вік, соціальний статус, стать тощо).

Структуру мовного етикету визначають такі основні елементи комунікативних ситуацій, які властиві всім мовцям: звертання, привітання, прощання, вибачення, подяка, побажання, прохання, знайомство, поздоровлення, запрошення, пропозиція, порада, згода, відмова, співчуття, комплімент, присяга, похвала тощо. З-поміж них вирізняють ті, що вживаються при зав'язуванні контакту між мовцями – формули звертань і вітань; при підтриманні контакту – формули вибачення, прохання, подяки та ін.; при припиненні контакту – формули прощання, побажання тощо. (Плющ, Н. П.,

1991, с.92). Вислови мовленнєвого етикету, закріплені за певними ситуаціями ввічливих взаємин між комунікантами, у результаті багаторазової повторюваності стали стійкими формулами спілкування, стереотипами – типовими, стійко повторюваними конструкціями.

В усіх ситуаціях спілкування ми зустрічаємо готові формули:

1. Етикетні одиниці, якими виражається вітання: Добрий ранок! – Buona mattina! Добрий день! Доброго дня! Добридень! – Buongiorno! Добрий вечір! – Buonasera! Здрастуйте! – Ciao! Доброго здоров'ячка – Salve!

2. Формули з значенням прощання: Прощайте! – Addio! Arrivederci! Прощавайте! – Ciao! Побачимось! – Ci vediamo! До скорої зустрічі – A presto!

3. Вислови вибачення: Scusami (per favore) – Вибач мене (будь ласка). Mi scusi – Вибачте мене (будь ласка). Scusatemi (per favore) – Вибачте мене (будь ласка). Perdonami – Вибач мене. Mi perdoni – Вибачте мене. Mi dispiace – Мені шкода.

4. Мовленнєві одиниці, що супроводжують прохання: Будь ласка – Per favore. Чи можу звернутися до Вас із проханням... – Posso contattarti con una richiesta..., дозвольте Вас попросити... – Permettimi di chiederti... .

5. Формули подяки: Спасибі! Дякую! – Grazie! Велике дякую! – Grazie mille!

6. Конструкції побажання: Будь(-те) здорові (-а, і) – Salute! Щасливої дороги! – Buon viaggio! Хай щастить! – Buona fortuna!

ЛІТЕРАТУРА

- Гриценко, Т. Б., Гриценко, С. П., Іщенко, Т. Д., Мельничук, Т. Ф., Чуприк Н. В. & Анохіна, Л. П. (2007). Етика ділового спілкування. *Службовий етикет. Моральні принципи та засади*. Київ: Центр учбової літератури.
- Тофтул, М. Г. (2014). *Сучасний словник з етики*. Житомир: Видавництво ЖДУ ім. І. Франка.
- Плющ, Н. П. (1991). *Формули ввічливості в системі українського мовного етикету // Українська мова і сучасність*. Київ.: НМК ВО.

ВІДТВОРЕННЯ ЗАГОЛОВКОВИХ КОМПЛЕКСІВ ІНТЕРНЕТ ВИДАНЬ З АНГЛО-УКРАЇНСЬКИХ ОФІЦІЙНИХ ВЕБ-САЙТІВ

Францішко А.Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Заголовок або заголовковий комплекс відіграє важливу роль у публіцистиці, оскільки він не тільки може зацікавити читача до прочитання певного матеріалу, а й виражає головну думку самого матеріалу. Фактично, *заголовок* – це особливий структурний текстовий фрагмент, якому відводиться особливе місце у системі елементів організації тексту. Це пов'язано з тим, що “заголовок містить у собі головну думку, несе інформацію про вміст, націлює реципієнта не тільки на те, про що він буде читати, але і як він повинен сприймати прочитане, тобто на співтворчість” (Соколова, 2010, с. 285).

Основним призначенням заголовку – бути скомпресованим репрезентантом змісту/головної думки опублікованих матеріалів (Пархонюк, 1999, с. 323).

На сьогоднішній день у наукових колах фахівців мовознавства та перекладознавства значна увага приділяється дослідженню структурно-семантичних одиниць тексту, серед яких особливе місце посів заголовків. Заголовковий комплекс став об'єктом наукових досліджень великого кола фахівців серед яких ми можемо виділити наступних: Ю. Боднарюк, А. Сафонова, А. Коваленка, А. Тертичного, Ю. Торговець, К. Сізова, Л. Манькова, О. Шаліфова та ін.

Узагальнюючи визначення заголовка як текстової одиниці, ми розглядаємо його як опорний компонент, що, з одного боку, виявляє інформативно-смыслову самостійність, домінуючи над текстом, а з іншого, – перебуває з текстом у нерозривному семантичному зв'язку. О. Базан підкреслює, що заголовки в публіцистичному тексті вирізняються особливою емоційністю, тому для інформатора дуже важливо створити активний заголовок, який зможе акумулювати яскраву форму, логічну ясність та силу переконання (Базан, 2012).

Зазвичай, газетні заголовки виконують тільки три основні функції: *номінативно-інформативну, рекламно-експресивну і декоративно-відокремлювальну*. Більше того, усі три функції виконуються газетним заголовком одночасно, але, в залежності від поставленої мети заголовку, одна з цих функцій виступає на перший план (Соколова 2010).

Періодичні інтернет-видання, як і друковані ЗМІ (газети, журнали, альманахи), крім заголовків окремих творів, мають ще заголовки відділів, рубрик, назви групи матеріалів і загальні назви (Михайлин, 2002, с. 225). І. Михайлин зауважує, що в сучасній журналістиці існує тенденція до оформлення заголовків як розповідних речень і перетворення їх на невеликі ліди, які покликані представити наступний матеріал, привернути увагу реципієнта, але “найважливіша їх функція – зорієнтувати в змісті матеріалу” (Михайлин, 2002, с. 221).

Узагальнюючи думки журналістів та редакторів, можна виокремити такі основні вимоги до заголовків ЗМІ: *об'єктивне відображення тематичного змісту тексту; самобутність, оригінальність і новизна; публіцистична гострота й експресивність; структурна завершеність та інтонаційна виразність*.

Л. Бойко виділив 4 основних способи передачі заголовків (Бойко 1989, с. 10):

– *аутентичне відтворення* (передача заголовку у тому ж вигляді, в якому він існував у мові оригіналу): *Photo Contest: “Blue and Yellow everywhere”*. – *Фотоконкурс: “Блакитний і жовтий навколо нас”*;

– *повно-еквівалентний переклад* (застосовується при виконанні перекладів заголовків-антропонімів та більшості заголовків-повідомлень): *Ambassador of Ukraine to the Republic of Lithuania Volodymyr Yatsenkivskyi participated in the accreditation ceremony of new Military Attaché of the Embassy of Ukraine*. – *Посол України в Литовській Республіці Володимир Яценківський взяв участь у церемонії акредитації нового військового аташе при Посольстві України в Литовській Республіці*;

– частково-еквівалентний переклад (перекладач змушений працювати з граматичними та / або лексичними замінами, перестановками, додаванням, опущенням, які стають доцільними через систематичні мовні розбіжності, структурні вимоги та індивідуальний стиль автора): *America Days in Lviv Instagram Photo Scavenger Hunt*. – Дні Америки у Львові: Фотоквест;

– повна заміна (є найменш розповсюдженим і його застосування в основному зумовлюється індивідуальним стилем і уподобаннями перекладача): *King's thrown – Кинутий король; USA see him – Під наглядом США*.

Таким чином, заголовки інтернет-новин спрямовані не тільки на інформування читача про зміст подальшого повідомлення, але і на привернення уваги. Тема покликана заманити читача. Перший і наступний абзаци мають на меті його утримати. Все це дозволяє створювати різноманітні формати новин, підтримувати внутрішню динаміку тексту, його емоційне напруження.

ЛІТЕРАТУРА

- Базан, О. М. (2012). *Структурні параметри риторичних заголовків у публіцистичному тексті (на матеріалі сучасних україномовних ЗМІ)*. Взято з: http://philology.knu.ua/library/zagal/Movni_i_konceptualni_2012_41_1/058_065.pdf
- Бойко, Л. Б. (1989). *Особенности функционирования заглавий в текстах с различными коммуникативными заданиями*. (Автореф. дис.) Одеса.
- Михайлин, І. Л. (2002). *Основи журналістики: підручник*. Київ: ЦУЛ.
- Пархонюк, Л. (1999). Синтаксичні засоби актуалізації у газетних заголовках. *Українська філологія: Школи, постаті, проблеми*. Львів: Світ. 2. 321–325.
- Сізова, К. (2014). Заголовковий комплекс у публіцистиці: типологічний аспект. *Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах*. Київ. 30. 282–287.
- Соколова, І. О. (2010). *Перифраз у рекламному заголовку*. Взято з: <http://kulturamovy.univ.kiev.ua/КМ/pdfs/Magazine27-8.pdf>

СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ ІНСТРУКЦІЙ ДО МЕДПРЕПАРАТІВ

Хмеленко М. Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Медична інструкція – самостійний тип тексту з особливим способом викладу змісту, за допомогою якого дається точне розпорядження з виконання технічних або інших дій, що приводять до конкретного результату. Г. М. Петрова (2002) визначає інструкцію як «список об'єднаних однією комунікаційною установкою ціленаправлених дій, які необхідно здійснити адресатові для реалізації поставленого завдання» (с. 14). Л. І. Погорельська (2006) відзначає, що текст-інструкції «має в своїй основі значення зобов'язання відповідних дій ситуації та виражені імперативними конструкціями» (с. 419).

Для оригінальних текстів інструкцій, у більшості випадків, існує шаблонна структура. Інструкція складається з різних пунктів, порядок і кількість яких не регламентовані.

Медичні інструкції поділяються на розділи, які мають певну назву. Лексичні особливості полягають у насиченості термінологією. Майже 60% усього тексту інструкцій становлять терміни, вузькоспеціалізовані терміни, загально медичні, загальнонаукові та термінологізовані загальнозживані слова. Серед особливостей медичних інструкцій також можна назвати такі:

- підзаголовки деяких медичних інструкцій сформульовані у вигляді питальних речень (У грецьких інструкціях використовується питальна форма: *Πώς φυλάσσεται η ASPIRIN-C* → (дослівно: «Як зберігається АСПІРИН-С?», в той час як в українському варіанті – «Умови зберігання»).

- використання наказового способу (Грецька інструкція: *Να αποφεύγεται η μακροχρόνια χρήση σαλικυλικών χωρίς προηγούμενη ιατρική συμβουλή και παρακολούθηση*; українська інструкція: **Уникайте** тривалого використання саліцилатів без попередньої медичної консультації та моніторингу).

- використання пасиву, який при перекладі здебільшого замінюється активом (*Φυλάσσετε σε θερμοκρασία μικρότερη ή ίση των 25°C* – **Зберігати** при температурі не вищу 25°C).

- наявність аббревіатур (У грецькій інструкції використовується англійська аббревіатура з грецьким поясненням в дужках *NSAIDs (ινδομεθακίνη, φαινυλβουταζόνη, ιβουπροφαίνη, διφλουζάλη)*, а в українській інструкції вживається повна назва, а потім в дужках подається аббревіатура: *належить до групи кислотних **нестероїдних протизапальних засобів (НПЗЗ)***).

Кожен з етапів перекладу технічної документації має свою специфіку та свої особливості, які необхідно враховувати для правильної організації процесу перекладу.

Основними способами перекладу медичних інструкцій є:

- **додавання** – додавання полягає у введенні в переклад лексичних елементів, що відсутні в оригіналі з метою правильної передачі змісту речення, що перекладається, та дотримання мовленнєвих і мовних норм, що існують в культурі мови перекладу. (*Οδήγηση και χειρισμός μηχανών* в українській інструкції виглядає так: *Здатність впливати на швидкість реакції при керуванні автотранспортом або роботі з іншими механізмами*).

- **транскодування** – спосіб перекладу, коли звукова та графічна форма слова вихідної мови передається засобами абетки мови перекладу. Головним чином стосується назв самих медпрепаратів та їх виробників. Проте, в грецьких інструкціях назва ліків та їх виробників не перекладається навіть транскодуванням. (Тобто, *Bayer Bitterfeld GmbH, OT Greppin, Salegaster Chaussee 1, 06803 Bitterfeld-Wolfen, Germany* залишається незмінною, в українському ж варіанті: *Байер Біттерфельд ГмбХ, Оршитайль Гренпін, Сейлгастер Шоссе 1, 06803 Біттерфельд-Вольфен, Німеччина* і через скісну ризику (/) назва виробника в оригіналі).

Через деякі розбіжності у граматиці, синтаксичній та морфологічній будовах двох мов дуже часто доводиться при перекладі використовувати різного роду трансформації. Перетворення, що здійснюються у процесі перекладу, поділяються на наступні типи:

1) перестановка – при перекладі лексичні елементи міняються місцями (*Απευθυνθείτε στον γιατρό ή τον φαρμακοποιό σας προτού πάρετε την ASPIRIN-C – Перед тим, як приймати ASPIRIN-C, зверніться до свого лікаря або фармацевта; Αλληλεπιδράσεις που συνιστούν αντένδειξη – Протипоказання для взаємодії*);

2) заміна – наприклад, іменник замінюється у перекладі на прикметник, а прикметник – на дієслово тощо (*Αντενδείκνυται σε δόσεις ίσες ή μεγαλύτερες των 15mg/εβδομάδα διότι προκαλείται αύξηση αιματολογικής τοξικότητας – Застосування метотрексату у дозах 15mg/тиждень і більше підвищує гематологічну токсичність метотрексату*);

3) вилучення – усунення в тексті перекладу тавтологічних лексичних елементів). Ці види перетворень можуть поєднуватися один з одним, набуваючи при цьому характеру складної, комплексної трансформації (Бреус, 2000, с.143-168).

Труднощі під час перекладу термінології є однією з головних перешкод для комунікації у сфері науки, тому дослідження в даній сфері мають актуальне значення, оскільки медицина постійно розвивається та удосконалюється.

ЛІТЕРАТУРА

Петрова, Г.М. (2002). Моделирование технических текстов инженерного профиля как методологическая проблема. Москва: Перемена.

Погорельская, Л.И. (2006). Вопросы изучения некоторых особенностей текста по специальности на занятии по русскому языку//Международное сотрудничество в образовании и науке. Санкт-Петербург: СПбПУ

Бреус, Е. В. (2000). Основы теории и практики перевода. Москва: Гнозис.

Інструкція для медичного застосування препарату АСПІРИН-С→. (2017)

Взято з <http://www.bayer.ua/static/documents/BCC/%D0%90%D1%81%D0%BF%D1%96%D1%80%D0%B8%D0%BD%20%D0%A1.pdf>

ΦΥΛΛΟ ΟΔΗΓΙΩΝ ΧΡΗΣΗΣ: ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΗΣΤΗ ASPIRIN-C→. (2017) Взято 3

https://www.bayer.gr/static/documents/CH_Products/Aspirin_C_PIL.pdf

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ МОВНИХ РЕАЛІЙ У СЕРІЇ КНИГ “ГАРРІ ПОТТЕР”

Холодкевич В.М.

Київський національний лінгвістичний університет

У серії книг “Гаррі Поттер” безеквівалентна та авторська лексика присутня у величезній кількості, адже у творах описується нереальний, фантазійний світ у приголомшливих деталях, тож авторка створила безліч нових назв географічних об’єктів, істот, осіб, міфічних істот, заклинань та особливо реалій. Загалом, найбільше серед них є назв найрізноманітніших предметів, напр.: Little whinging – Літл-Вінгін; Hogsmeade – Гогсмід; Privet drive Прівіт-драйв, Dementor – дементор; Boggart – ховчик; Apparition – явлення; Auror – аврор;

Bludger – бладжер; Remebrall – нагадайка; Firebolt – вогнеблискавка; Quidditch – Квідич; Dungbomb – какобомба; Daily Prophet Щоденний віщун; Quibbler – базікало; Pensieve – сито спогадів; Creacher – Крічер; Weasley – Візлі; Lupin – Люпин; Crouch – Кравч; Mad eye moody – Дикозор Муді та безліч інших.

Переклад серії книг “Гаррі Поттер” визнано найкращим, і це небезпідставно, адже відомо, що сама Роулінг допомагала Віктору Морозову тим, що завчасно надсилала йому імена своїх героїв та повідомляла йому, з якими морфемами можна бавитися, а що треба залишити незмінним. Найбільш поширеними методами перекладу В. Морозова є транскрибування, транслітерація та калькування, іноді перекладач послуговується описовим методом. Спосіб перекладу зазвичай залежить від слова, а не від тематичної групи, але помітно те, що антропоніми перекладач майже завжди транскрибує (Creacher – Крічер, Weasley – Візлі, Malfoy – Мелфой, Lestrangle – Лестранж, Crouch – Кравч), але є окремий випадок, коли він удається до кальки та кальки і транскрибування водночас, як-от: *Mad eye moody* – Дикозор Муді та *Wormtail* – Червохвіст. Такі приклади наявні не лише у групі антропонімів, наприклад, *flobberwarms* – флоберв’яки. Також В. Морозов досить часто поєднує кальку та описовий спосіб (Pensieve – сито спогадів). Іншими прикладами транскрибування є такі слова: Privet drive – Привіт-драйв; Quaffle – квафел; Galleon – галеон; Snitch – снич; Muggle – магл; Niffler – ніфлер; Hedwig – Гедвіга; Buckbeak – Бакбик та інші.

Майже всі заклинання В. Морозов транслітерує (Ridiculus – Рідікулюс, Reparo – Репаро, Protego – Протего, Reducto – Редукто, Impedimenta – Імпедимента, Petrificus totalus – Петріфікус Тоталус), але існують винятки. Наприклад, закляття *Stuperfy* було перекладено як Закляктус (описовий метод), мабуть через те, що це закляття має англійське, а не латинське походження. Можна навести й інші приклади транслітерації: Hogsmeade – Гогсмід; Dementor – дементор; Hogwarts – Гогвортс; Kneazle – кнізл. Досить часто перекладач удається до калькування: Apparition – явлення; Butterbeer – маслопиво; Firebolt – Вогнеблискавка; Gobstones – плюй-камінчики; Dungbomb – какобомба; Daily Prophet – Щоденний Віщун; Quibbler – Базікало; Pepper imps – перчортики; Pocket sneakoscope – кишеньковий стервоскоп; Croockshanks – Криволапик тощо, найчастіше такій передачі підлягають складні назви. Описовий спосіб перекладач використовує значно рідше: snorkack – зім’яторогі хрокачі, Boggart – ховчик; Browtuckle – посіпачки. Неможливо проігнорувати переклад аббревіатур, напр.: *SPEW (Society for the Promotion of Elfish Welfare)* як ССЕЧА (Спілка Сприяння Ельфам-Чорноробам Англії), адже потрібно було зберегти не тільки головну ідею спілки, а й не оминати гри слів (“spew” англійською означає “блювати”).

Можна простежити, що більшість авторських новотворів Дж. Роулінг створила на основі латинської мови та різних застарілих мов свого регіону: староанглійська, старошотландська, середньонглійська та навіть прафранцузька. Тобто, загалом авторка додає англійські афікси до латинської основи, або ж навпаки – латинські афікси до англійських основ. Дуже поширеним виявився спосіб злиття основ та слів, що дозволило створити нові

слова з прозорою семантикою, аби утикнути непорозумінь. Переклад таких лексичних одиниць цілком залежить від них самих, але В. Морозов зробив достойну роботу і чудово дібрав підхожий метод до кожного слова, враховуючи усі українські правила перекладу, які так часто ігнорують інші перекладачі.

ПЕРЕДАЧА СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ РЕАЛІЙ НА МАТЕРІАЛІ ПЕРЕКЛАДУ З ІТАЛІЙСЬКОЇ МОВИ НА УКРАЇНСЬКУ СТАТЕЙ ЗМІ

Холявицька В.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Реалії – предмети, соціально-політичні та культурні явища, звичаї, традиції історичні факти чи процеси, які зазвичай не мають лексичних еквівалентів в інших мовах. З проблемою перекладу суспільно-політичних реалій зіштовхується кожен перекладач. У даній роботі ми розглядаємо проблему передачі суспільно-політичних реалій на основі статей ЗМІ та способи їх перекладу, оскільки постійно з'являються нові суспільно-політичні явища та лексичні одиниці, які їх позначають, що і викликає необхідність ознайомлення з ними для подальшого визначення способів відтворення на рідну мову.

Проблема перекладу реалій вважається однією з найголовніших та найскладніших у міжкультурному аспекті перекладу та дослідженнях національно-культурної специфіки мови і мовленнєвої діяльності (Чередниченко, 2001, с. 485).

У плані забезпечення міжкультурної комунікації творча діяльність перекладача має бути спрямована на збереження мовної норми рецептивної культури в перекладі та її гармонізацію з нормою оригіналу (Гнатюк, 2003, с. 69).

Реалія, як і кожне інше слово, може набути в контексті стилістичної функції, певної конотативної семантики, більш того – стати ключовим словом. Стилiстична амплітуда реалії надзвичайно широка. Справа ускладнюється ще й тим, що в тексті оригіналу реалія часто сприймається як щось звичне, органічне, рідне для читачів, мовою яких написаний текст. Звідси постає дилема при перекладі: або показати специфіку і екзотику, або зберегти звичність і втратити специфіку. Це протиріччя може здолати перекладач, який добре знає культуру і традиції мови оригіналу, відчуває зображувальні можливості вписаного в текст слова і водночас глибоко опанував рідну мову (Зорівчак, 1989, с. 85).

При передачі експресивно-стилістичних характеристик суспільно-політичних текстів перекладач застосовує різні виразні засоби в мові перекладу. Такі прийоми використовуються перекладачами при передачі значень і емотивних характеристик національно-забарвленої лексики. Знаходячи відповідні стилістичні рішення, перекладач має на меті досягнення певного комунікативного ефекту. Тепер виникає питання, чи закінчується після знаходження необхідних засобів виразу процес перекладу. Аналіз доводить, що ні. Коли перекладач має справу із складними текстами, він часто зіштовхується з такими проблемами, вирішити які в рамках власного лінгвістичного контексту

буває неможливо. У цьому випадку потрібно звернутися до позаконтекстуальної інформації, до довідників, словників, енциклопедій. Така додаткова інформація дозволяє перекладачу уточнити його рішення (Крупнов, 1984, с. 14-15).

В процесі перекладу перекладач повинен вдаватися до різних методів і способів перекладу. До методів перекладу відносяться: комунікативний та семантичний. При перекладі суспільно-політичних реалій використовують такі способи перекладу, як транскрипція, транслітерація, калькування, уподібнення, дескриптивний перифраз.

Складнощі перекладу суспільно-політичних реалій пов'язані з рівнем їх розповсюдженості та частотою використання у мові оригіналу. Проблема труднощів перекладу вирішується завдяки аналізу комунікативної ситуації та достатнього резерву фонових знань, які мають бути наявні у свідомості учасників комунікації та в цілому визначають зміст висловлювання.

ЛІТЕРАТУРА

- Гнатюк, Н.Г. (2003). Ономастичні реалії в міжкультурному аспекті перекладу англомовних текстів. *Проблеми семантики слова, речення та тексту: зб. наук. пр.* (вип. 9, с. 63-69). Київ: вид. центр КНЛУ.
- Зорівчак, Р.П. (1989). *Реалія і переклад (на матеріалі англомовних перекладів української прози)*. Львів: Видавництво при Львівському державному університеті.
- Крупнов, В.Н. (1984). *Пособие по социально-политической и официально-деловой лексике*. Москва: Высшая школа.
- Чередниченко, О.І. (2001). *Міжкультурні аспекти перекладу. Мовні і концептуальні картини світу*. Київ: КНУ ім. Т. Шевченка.

СВОЕОБРАЗИЕ МЕТАФОРЫ ПРИ ОПИСАНИИ ОБРАЗОВ КОСМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ К.Г. ПАУСТОВСКОГО

Цай Дянь Ай

Киевский национальный лингвистический университет

Отличительной чертой прозы К. Г. Паустовского является ее яркий образный язык, насыщенный художественными средствами. Важнейшую роль в формировании индивидуального авторского стиля К.Г.Паустовского играет метафора – “оборот речи, заключающий скрытое уподобление, образное сближение слов на базе их переносного значения” [2, с.375]. Лингвисты определяют метафору как семантическое явление, вызванное наложением на прямое значение слова добавочного смысла, который у этого слова становится главным в контексте художественного произведения.

Анализ фактического материала показал, что наиболее частотны метафоры в пейзажных дискурсах К.Г.Паустовского, в частности, при изображении космического пространства и образов небесной сферы. К образам космического пространства относим образы солнца, луны и месяца, звёзд и планет.

Как источник света солнце придаёт окружающей нас природе особую красоту, неповторимую прелесть. Паустовский с любовью описывает небесное светило, сравнивая его свет с золотом, от которого трава стала “весёлой”: *Свет лежит золотыми полянами на весёлой траве, зелени лип, обрывах над Соротью и на скамье Евгения Онегина* (“Михайловские рощи”).

Образу солнца в произведениях К.Г.Паустовского сообщается символический подтекст. Так, описывая смерть Т. Г. Шевченко в повести “Тарас Шевченко”, автор использует метафорический эпитет “черное солнце” как символ смерти, траура: *Чёрное солнце поднялось в тот день над милой его Украиной*.

Образы месяца, луны окружены тем же символическим “ореолом”, что и образ солнца, для их описания используются сходные модели. Месяц и луна также являются источниками света, но света ночного. Паустовский описывает лунный свет не менее ярким, пронзительным, чем свет солнца: *Ночью над облетевшими тополями подымалась луна, и тогда город казался зловецим от ее пронзительного света* (“Белая радуга”). Ночные светила живут у писателя определенной жизнью, связанной с жизнью людей. Пространственные метафоры (*подымалась луна, месяц опускался, висел, лежали* другие) создают ощущение движения и участвуют в формировании “зеркальной” композиции: так, в следующих примерах движение месяца в небе происходит параллельно движению поезда: *На коротких остановках месяц останавливался вместе с поездом...* (“Фенино счастье”); *Ущербный месяц летел, не отставая от поезда, на вершинах берёзового леса* (“Фенино счастье”).

Рассматривая метафоры, которые использует К.Г.Паустовский при изображении неба, необходимо отметить их окрашенность чувством восхищения человека: *Если взглядеться в чистоту неба, в его золотизну, то невольно начнёшь волноваться, как будто впереди и вправду тебя ждёт счастье* (“Речные фонари”) – субстантивные метафоры «чистота», «золотизна» передают чувство восторга: небо для писателя – символ духовности, возвышенности, недостижимости. Для передачи образа неба Паустовский использует метафору движения, перемещения: *Над травой медленно вращалось тяжелое облачное небо* (“Потерянный день”); *Северное облачное небо доползло до подножия гор...* (“Потерянный день”).

Большую роль при описании образа неба играют прилагательные цветообозначения и глаголы, образованные от них: *розовело небо, свинцовое небо, сизое небо, небо зеленеет*. Колористические оттенки, выражаемые метафорами, позволяют автору передать необычные ощущения времени суток, пробуждая визуальные ассоциации и способствуя формированию яркого зрительного образа, например: *Вдали, за лесами, мутно розовело небо – должно быть, за облаками подымалась луна* (“Снег”).

Важную роль играют метафоры при изображении облаков и туч. У Паустовского облака и тучи – неторопливые небесные «жители», эти образы наделены яркими метафорическими эпитетами, которые встраиваются в метафорическую цепочку: *А над дымкой в небе, побледневшем от зноя, светились, проплывая, лебединые торжественные облака* (“Ильинский омут”).

Здесь метафорическое изображение облаков в виде величавых белых лебедей достигается рядом лексем, представляющих слова разных частей речи: глагол (*светились*), деепричастие (*проплывая*), прилагательные (*лебединые, торжественные*).

Особое место в художественном мире К.Г.Паустовского занимают образы планет, созвездий и звёзд. Для стиля писателя характерна метафора одушевления, суть которой заключается в уподоблении объектов природы живым существам: *Звёзды медленно роились над головой* (“Разливы рек”);

Позабытые звёзды пронзительно смотрели на землю (“Телеграмма”).

Использование многочисленных метафор при изображении космического пространства и образов небесной сферы рождает в тексте К. Г. Паустовского яркие, неповторимые художественные картины, показывая нестандартность восприятия окружающего мира писателем.

ЛИТЕРАТУРА

Паустовский, К. (1978). Избранное. Москва: Московский рабочий.

Современный словарь иностранных слов. (1992). Москва: Русский язык.

НЕПОЛНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ В РУССКОМ ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ

Цай Цифен

Киевский национальный лингвистический университет

Неполные предложения имеют длительную историю изучения и в своем лингвистическом представлении отражают разные подходы исследователей к центральной категории синтаксиса – предложению.

Анализ теоретического материала по вопросам функционирования неполных предложений в художественных произведениях указывает на то, что их экспрессивность связана не столько с их семантико-синтаксическими характеристиками, сколько с композиционно-синтаксическими (в плане актуального членения) и прагматическими аспектами предложения.

Выделяют следующие функции неполных предложений в художественном, в частности прозаическом, тексте:

1) лаконизацию или речевую экономию (зачастую в диалогах и сложных предложениях). Например: – *Куды поход?* – *На Москву.* – *На какую Москву?* – *На самую обыкновенную* (М. Булгаков здесь и далее);

2) имитацию разговорной речи (интересны примеры «вкрапления» диалогов в ход авторского повествования), к примеру: *И вот появился откуда-то полковник Торонец. Оказалось, что он не более не менее, как из австрийской армии.* – *Да что вы?* – *Уверяю вас. Затем появился писатель Винниченко;*

3) характеризующую или характерологическую, которая выступает средством интимизации повествования, насыщения субъективно-модальными интонациями: *Мать взяла у нас, мужа у меня нет и не будет. Это я понимаю. Теперь уже очень ясно понимаю. А теперь и старшего отнимаешь. За что?;*

4) изобразительную, которая заключается в акцентировании энергичности и стремительности действия. Например: – *Юнкера! Слушай мою команду: срывай погоны, кокарды, подсумки, бросай оружие! По Фонарному переулку сквозными дворами на Разъезжую, на Подол! На Подол!*;

5) эмоционально-выделительную, которая заключается в использовании неполных контекстуальных предложений как средства усиления эмоционального элемента в семантике высказывания. Например: – *И девушки с ружьями, девушки!* (удивление героя и отрицательная оценка происходящего);

6) экспрессивно-грамматическую – функцию модификации отношений между членами однородного ряд. Она зачастую применяется для оформления и усиления с помощью неполных предложений уточняющих и пояснительных отношений.

Хотелось бы также отметить, что различным типам неполных предложений свойственны свои индивидуальные особенности функционирования. Например, неполные ситуативные предложения применяются лишь при воспроизведении речи персонажей, как в диалоге, так и в репликах одного персонажа: *Фекла, за доктором!* (М. Горький).

В поэтическом тексте, в частности в поэзии А.Ахматовой, которая характеризуется лаконизмом и энергией выражения, выделяются следующие типы неполных предложений:

1. Контекстуальные неполные предложения: *По аллее проводят лошадок. Длинны волны расчесанных грив* (“По аллее проводят лошадок...”). В приведенном примере второе предложение является контекстуально-неполным ввиду отсутствия главных членов предложения. В то же время, позицию дополнения «лошадок» можно восстановить из контекста.

То змейкой, свернувшись клубком, У самого сердца колдует, То целые дни голубком На белом окошке воркует (“Любовь”). В приведенном сложном предложении отсутствует сказуемое, которое легко можно восстановить из названия стихотворения. А.Ахматова описывает любовь, наделяя ее свойствами змеи и голубки.

Ноченька! В звездном покрывале, В траурных маках, С бессонной совой (Статуя “ночь” в летнем саду). В приведенном примере второе предложение является контекстуально-неполным, поскольку в нем отсутствуют главные члены предложения. В то же время, отсутствующая информация может быть восстановлена с односоставного номинативного предложения “Ноченька”. В следующем предложении у нас наблюдается описание ночи.

Мне больше ног моих не надо, Пусть превратятся в рыбий хвост! (“Мне больше ног моих не надо...”). В предикативной части этого сложного предложения пропущено подлежащее “ноги”, однако данная информация легко восполняется с главного предложения.

2. Ситуативные неполные предложения: *Посмотри! На пальце безымянном Так красиво гладкое кольцо* (“Я сошла с ума, о мальчик странный...”). В приведенном примере поэтесса использует ситуативно-неполное простое, двусоставное предложение с отсутствующим подлежащим.

Однако это не влияет на смысл выражения, а кольцо воспринимается как символ крепкого брака.

Нет, я не выплакала их. Они внутри скипелись сами. И все проходит пред глазами Давно без них, всегда без них. (“Вторая годовщина”). Последнее предложение в отрывке является ситуативно-неполным, поскольку в предыдущем контексте нет относящихся к нему сказуемых. В то же время, оно может быть легко осознано читателем в рамках всего стихотворения.

3. Эллиптические предложения: *И знать, что все потеряно, Что жизнь – проклятый ад!* (“Белой ночью”). Перед нами сложноподчинённое предложение, во второй части мы наблюдаем эллиптическое предложение, в котором использовано сравнение жизни на земле с адом.

Я живу, как кукушка в часах, Не завидую птицам в лесах. Заведут – и кукую (“Я живу, как кукушка в часах...”). В приведенном примере наблюдается опущение дополнения “меня” и сравнительного оборота «как кукушку» в эллиптическом предложении.

Как видим из рассмотренных примеров, в поэзии А.Ахматовой используются все типы неполных предложений – контекстуальные неполные, ситуативные неполные и эллиптические, которые выполняют как общепринятые, так и специфические, художественные функции.

ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ТА ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ АСПЕКТИ РОМАНУ-ФЕНТЕЗІ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ (НА МАТЕРІАЛІ “ТРИЛОГІЇ КОШТОВНИХ КАМЕНІВ” КЕРСТІН ГІР)

Черніков О.Д.

Київський національний лінгвістичний університет

Постійне поширення процесу глобалізації та пов'язані з ним тісні міжнаціональні та транснаціональні відносини в економіці, політиці та культурі, призвели до того, що все більше людей з різних частин світу стають учасниками міжнародної комунікації. Ця тенденція викликала необхідність подолання мовних бар'єрів, що в більшості випадків можливе лише за допомогою активного втручання перекладачів. Тому використання перекладів в сучасному житті є неминучим, в науці та техніці, у міжнародному бізнесі та торгівлі, в художній літературі; читачі бажають знайомитись з досягненнями інших країн, збагачуючи водночас власну культуру. Важливість перекладу в наш час є безперечною.

В наукових колах в центрі уваги залишається точка зору, що переклад є не лише посередником між різними мовами, а і між різними культурами. Підвищення інтересу до цього питання підтверджують і численні публікації, в яких переклад розглядається як засіб міжкультурного трансферу. У сучасному мовознавстві та перекладознавстві збільшується кількість досліджень, які ґрунтуються на когнітивному підході до вивчення мовних явищ, що впливають на процес перекладу, однак багато питань залишаються нез'ясованими.

Як наслідок особливу увагу привертають: загальний зв'язок між культурою та перекладом, а також окремі складнощі при передачі слів і понять, які пов'язані з культурними розбіжностями носіїв української та німецької мов. Центральним поняттям у цьому колі питань виступає “культурно-специфічна лексика”, до якої відносяться слова, вирази і терміни, які для читача з культурної спільноти тексту-оригіналу є відомими, але в той же час викликають труднощі в розумінні у читача з іншої культурної спільноти, який ознайомлюється з цими мовними одиницями через переклад. Саме вивчення цієї лексики привертає особливу увагу та вимагає, більш детального аналізу способів її перекладу на основі німецько-українських мовних пар.

З цією метою було здійснено описативний аналіз тексту роману “Трилогія коштовних каменів” К. Гір та її українського перекладу від Ігоря Андрущенка. Ціллю було продемонструвати прикладні, мовознавчі протиставлення, які привернуть увагу до конкретної проблеми перекладу, тим самим підвищивши інтерес до цієї проблеми, вирішення якої матиме позитивний вплив на процес перекладу. Зазначений матеріал є продуктивним для лінгвістичного аналізу способів відтворення культурної специфіки. Насамперед, з суто прагматичної точки зору, важливо, що текст містить велику кількість прикладів культурно-специфічної лексики. Також слід зазначити, що в основі дослідження знаходяться не лише лінгвістичні, а й стилістичні елементи роману. Фентезійні тексти виступають багатим джерелом для такого аналізу, оскільки за словами Вернера Колера, “вони не мають поетично-естетичних ознак, які є ключовими елементами поезії, і якими, в першу чергу, займається літературна теорія перекладу” (Колер, 2004, с. 132).

Причинами існування труднощів перекладу культурно-специфічної лексики часто є особливості систем словотворення мов оригіналу та перекладу, а також розбіжності у картинах світу носіїв різних мов. Тому для досягнення адекватності міжмовного трансферу перекладач повинен брати до уваги особливості словотворення обох мов, так і відомості про географічні, історичні, культурні та соціальні особливості життя народу, з мови якого він перекладає.

Теоретичним підґрунтям для аналізу роману слугує теорія фреймів Чарльза Філмора, яку науково обґрунтували Мія Ваннерем та Мері Снелл-Хорнбі для перекладацького процесу. Ч. Філмор розуміє перебіг “процесу комунікації та розуміння так, що ми сприймаємо кожен лінгвістичну форму (фрейм) через власний досвід чи пережиту ситуацію, яка є важливою для нас особисто” (Буссе, 2012, с. 185). М. Снелл-Хорнбі та М. Ваннерем доповнюють фреймову семантику Філмора у перекладознавстві: перекладач інтерпретує спочатку сцени, активовані оригіналом тексту, поєднує їх із власним досвідом і намагається викликати в уяві ті самі сцени, пристосовані до мови перекладу та її культури, щоб потім активувати їх і в реципієнта. Для досягнення цього І. Андрущенко використовує українські фразеологізми і розмовну українську лексику. Результативності такого аналізу сприяє й детальний розгляд динамічної еквівалентності, якої намагався досягти перекладач шляхом створення українського колориту.

Ю. Найда визначає динамічну еквівалентність як “властивість перекладу, за якої смисловий зміст оригіналу передається на мові-рецепторі так, що реакція рецептора перекладу подібна до реакції вихідних рецепторів” (Найда & Тейбер, 1982, с. 23). Тобто перекладач намагається створити такий самий зв’язок між текстом оригіналу і його читачем – носієм мови.

Таким чином, можна зробити висновок про те, що при передачі культурно-специфічної лексики виникають труднощі, які пов’язані з особливостями систем словотворення і розбіжностями у картинах світу носіїв різних мов. Для вирішення цієї проблеми необхідно детально проаналізувати способи перекладу культурно-специфічної лексики на основі двомовних пар.

ЛІТЕРАТУРА

Koller, W. (2004). *Einführung in die Übersetzungswissenschaft*. Wiebelsheim: Quelle und Meyer.

Busse, D. (2012). *Frame-Semantik: Ein Kompendium*. Berlin: De Gruyter.

Nida, E. A. & Taber, Ch. R. (1982). *The Theory and Practice of Translation*. Leiden: The united bible societies.

ОДНОСОСТАВНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ В ПОЭТИЧЕСКОЙ РЕЧИ А.БЛОКА

Чжи Юйхао

Киевский национальный лингвистический университет

На данный момент односоставные предложения интересуют лингвистов в связи с тем, что такие краткие, на первый взгляд простые предложения вмещают множество смыслов и философских идей, которые делают каждое стихотворение поэта непревзойдённым. Можно классифицировать односоставные предложения по многочисленным характеристикам, однако главная их характеристика заключается в том, что это очень краткие предложения, а семантика их структурных элементов обращена к чувствам читателя.

Дадим характеристику односоставным предложениям. Предложения, грамматическая основа которых состоит из двух главных членов (подлежащего и сказуемого), называются двусоставными. Предложения, грамматическая основа которых состоит из одного главного члена, называются односоставными. Односоставные предложения имеют законченный смысл, и поэтому второй главный член бывает не нужен или вообще невозможен. Например: *Летом поеду к морю. Темно. Пора уходить. Волшебная ночь.* Односоставные предложения, в отличие от неполных, понятны вне контекста.

Существует несколько видов односоставных предложений: определенно-личные, неопределенно-личные, обобщенно-личные, безличные, назывные (номинативные).

В поэтическом тексте классика русской литературы XX века А.Блока односоставные (подлежащные) назывные предложения передают состояние

покоя, однообразия и неизменяемости жизни. Каждая лирическая деталь (выраженная существительным) включена в своеобразный лексический ряд, благодаря чему соединяются все детали в общую картину: *ночь* – темнота, тьма, пустота, холод, бездна; *улица* – бездомность, бесприютность, пустота; *фонарь* – холодный, равнодушный свет, а вокруг пустота и темнота; *аптека* – боль, страдание, болезнь, одиночество; *свет* (бессмысленный и тусклый) – пустота, равнодушие, холод; луч света, вырывающийся из темноты, из ночи, не может обогреть и не дает надежды (бессмысленный). Делаем вывод: жизнь неизменна, однообразна по своей сути, равнодушна к страданию лирического героя.

Основная фаза сюжета представляет собой борьбу с первоначальным состоянием безжизненного, равнодушного покоя. Это передано при помощи односоставных (сказуемых) определенно-личных, обобщенно-личных и безличных предложений, включенных в состав сложных:

*Живи еще хоть четверть века –
Всё будет так. Исхода нет.
Умрешь – начнешь опять сначала,
И повторится всё, как встарь...*

Односоставные сказуемые предложения передают движение. Односоставные предложения включаются в своеобразный круг-кольцо: “живи – умрешь – начнешь – (опять сначала)”, представляющий собой бесконечную, неизбежно повторяющуюся (“опять сначала”) жизнь, соединяя прошлое – настоящее – будущее (– прошлое...). Это бег времени. В этот же семантический ряд включено и словосочетание “четверть века”.

Безличное предложение утверждает невозможность вырваться из этого привычного закономерного круга (“из + хода нет”).

Если своеобразное движение по кругу составляют односоставные предложения, то и двусоставные, включенные в семантический ряд, образуют замкнутый круг:

*Всё будет так...
И повторится всё, как встарь...*

Инверсия во втором предложении подчеркивает лишь эту замкнутость: “Всё... – всё...”, а обстоятельства утверждают неизбежность повторения, движения по кругу (и синтаксический параллелизм тоже помогает передать это движение): “так – как встарь”. Делаем вывод: человек пытается ворваться в пустоту и разрушить ее, но движение его по замкнутому кругу не приводит к цели. Однообразное движение (повторяющееся из века в век), наталкиваясь на однообразный покой, не в силах изменить ничего – в том числе и начальное состояние:

*Ночь, ледяная рябь канала,
Аптека, улица, фонарь.*

Таким образом, движение по кругу, переданное односоставными (сказуемыми) и двусоставными предложениями, включено в кольцевую композицию стихотворения. Но только в заключительных строчках мгла, темнота вселенной, проглатывающей и поглощающей человека, оказывается

еще более пронзительной и ледяной, равнодушной и холодной:”«ледяная рябь канала”.

Ритмический рисунок также помогает передать постоянное состояние мрака – ночи – тьмы – пустоты – бездны. Стопы образуют вертикальный ряд: “Ночь – Всё – Ночь”, подчеркивающий безвыходность, даже безысходность человека. И лексически акцентированная синонимия: “свет – нет – как встарь – фонарь” подчеркивает безнадежность попыток человека прорвать этот круг, очерченный его судьбой.

“Свет” в начале синонимичного ряда – это не тот спасительный для человека луч среди бездонной пустоты, это “бессмысленный и тусклый” “фонарь” – свет, равнодушный ко всему рвущемуся за пределы этого бесконечного движения по кругу.

Человек в философском стихотворении А.Блока – маленькая песчинка в безбрежной вселенной, остающейся глухой и равнодушной к его пронзительному крику, к его стремлению вырваться из раз и навсегда заведенного круга жизни. Стремление человека разрушить установившийся вселенский покой разбивается о него, и челнок, так и не нашедший надежды на избавление, поглощается мраком и холодной пустотой вселенной.

СУЧАСНА ЮРИДИЧНА ЛЕКСИКА ТА МОДЕЛІ ЇЇ ПЕРЕКЛАДУ З ІТАЛІЙСЬКОЇ МОВИ НА УКРАЇНСЬКУ

Чопенко І.Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Юридичний переклад відноситься до специфічних видів робіт з документами, що вимагає від виконавця високої кваліфікації в галузі права і досвіду. При перекладі юридичних договорів та інших документів перекладач неминуче стикається з певними складнощами у вигляді величезної кількості професійних термінів і формулювань. Зазвичай договори та подібні документи містять довгі звороти, які в іншій мові часто звучать зовсім інакше. Для якісного перекладу договору або іншого юридичного тексту представляє особливу важливість однозначна і точна передача інформації, з вірним вживанням всіх професійних понять і термінів. Юридичний переклад є завжди актуальним тому дуже часто фахівці виконують переклад різних документів таких як: статuti, свідoctва, сертифікати, судові рішення, нормативно-правові акти, закони та інші документи. На перший погляд здається, що переклад здійснити не так вже й складно, достатньо озброїтися тлумачними словниками та володіти певною лексикою. Але насправді, перекладачі мають справу з суто італійськими документами, котрі містять у собі, складні для перекладу на українську мову, терміни та вирази. Тому перед перекладачем постає важливе завдання – здійснити достовірний переклад без будь-яких відхилень та з дотриманням лексичної, граматичної та стилістичної точності.

В роботі буде розглядатися термінологія як наука та визначення поняття термін. Юридична термінологія – історично сформована сукупність термінів,

яка виражає систему правових понять і призначена забезпечувати специфічні потреби спілкування у сфері законодавства, юридичної науки і практики. На відміну від загальної лексики, термінологія незмінна. Передача італійських юридичних термінів на українську мову вимагає знання тієї галузі, якої стосується переклад, розуміння змісту термінів італійською мовою і знання термінології рідною мовою. Якщо слово вживається як термін у системі іншої спеціальної галузі знань, то в ній воно теж однозначне, семантично чітко відмежоване від тих його значень, що виявляються в позатермінологічному функціонуванні, а також і в термінологічному, але в іншій галузі знань. При передачі юридичної літератури з італійської мови на українську важливе значення має взаємодія терміну з контекстом, завдяки чому виявляється значення слова. Наприклад: “реєстр” італійською мовою перекладається не як “registro”, а як “repertorio”; “residente” не перекладатиметься українською мовою як “резидент”, а як “zareєстрований”.

Латинські запозичення в італійській юридичній лексиці займають вагомим місце. Латинська – це мова римського права. Ті норми і принципи, які розробили і сформулювали римські мудреці права майже два тисячоліття тому, стали основою сучасного правового мислення. Юриспруденція як наука права була розроблена в Стародавньому Римі, тому немає нічого дивного в тому, що практично вся її термінологія латинського походження: юстиція, процес, презумпція, адвокат, казус та ін. Наприклад: “de facto” – “де-факто”, “фактично”, “dies certa” – “визначений строк”.

Не можна не згадати про важливість лінгвокультурного фактору при перекладі юридичних текстів з італійської мови на українську. Фахівець з юридичного перекладу має враховувати цей найважливіший аспект котрий, у разі неадекватного перекладу, може призвести до непорозумінь.

В нашій роботі висвітлюється питання про лінгвістичні особливості юридичних документів італійської та української мов. Тут ми опишемо чотири системні ознаки тексту: інформативність, структурність, регулятивність та інтегративність. Ці характеристики в повній мірі відносяться до юридичного тексту. Також розглянемо явище правової комунікації. Найважливішою властивістю правової комунікації, безумовно, є її впорядкованість. Дана властивість має виражатися в однаковому розумінні правової інформації усіма учасниками акту правової комунікації. Правильність тексту правового акта – це дотримання системи норм, пов'язаних з належним використанням мовних, стилістичних, логічних, структурних і прагматичних характеристик конкретних текстів. Згадаємо, що терміни, що несуть когнітивну функцію в юридичних текстах є однозначними, позбавлені емоційного забарвлення, незалежні від контексту. Підкреслимо також, що оформлення даних текстів відноситься до канцелярського різновиду письмової літературної норми. Для канцелярського стилю характерна відсутність емоційної інформації і велика кількість так званих канцелярських кліше. Тому при перекладі таких текстів велику роль відіграє наявність аналогового тексту, тобто зразка відповідних документів мовою перекладу. До того ж, більш детально заглибимося в саму структуру

та лінгвістичні особливості, а також можливо й граматичні особливості італійських та українських юридичних текстів.

ЛІТЕРАТУРА

Марунич І.І., Проценко Г. П. (2015) Фондова лекція навчальної дисципліни “українська мова (за професійним спрямуванням)” для курсів дистанційного навчання.

Запозичення латинської термінології в юриспруденції <http://ukrbukva.net/>.

Лексичні особливості перекладу міжнародних договорів <http://stud24.ru/>.

ХАРАКТЕРИСТИКА ДІАЛЕКТІВ І ГОВІРОК (“РЕГІОЛЕКТІВ”) НА ТЕРИТОРІЇ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ЧАСТИНИ ФРАНЦІЇ

Шаповалюк О.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Франція має багату мовну спадщину і множинність мов формує її культурну ідентичність. На ряду з французькою мовою, офіційний характер якої був зазначений у Конституції Франції з 1992 року, мови Франції є спільним благом французів, вони сприяють творчості їхньої країни та її культурному впливу. Під мовами Франції розуміються регіональні мови або мови меншин, якими говорять громадяни Франції на території Республіки досить довго, щоб бути частиною національної культурної спадщини, і які не є офіційними мовами жодної держави (“Langue française”).

Перекладач повинен вміти орієнтуватись в діалектах через те, що тексти можуть містити в собі певні діалектизми, і правильно інтерпретуючи їх можна визначити регіон, у якому відбуваються події та його культурні особливості з метою детальнішого пояснення і розкриття матеріалу текстів.

Раніше для позначення мови етнічних меншин в лексикології розглядалось поняття “діалект”, але на даний момент ми присутні при трансформації діалектів в місцеву регіональну мову як одну з характеристик “регіону”. Поступово термін “регіолект” витісняє термін “діалект”, означаючи регіональну мову в рамках сучасної французької мови (Сидоров, 2012, с. 123-128).

Вивчення регіональних особливостей французької мови почалось з досліджень південних регіонів Франції, тобто тих місць, де французька мова накладається на окситанські і франкопровансальські діалекти (в Тулузі, Марселі, Каркасоні, Ліоні, Савої та ін.). Ж. Альєрес вважає, що це сталося не випадково, так як південні діалекти представляють собою добре структуровані, в значній мірі оригінальні і автономні формування, такі, які чітко протистоять імпортованій в даний район французькій мові. В північних районах явною специфікою відрізняється невелика кількість діалектів романської мови – пікардійський і валлонський, а інші на фоні французької мови проявляють себе слабо. Що стосується центру країни, то тут, навколо Парижа, вже давно утворилась зона регіональної французької мови, що піддалась сильному впливові діалектів. Інакше кажучи, північний і

центральні регіони країни являють собою доволі розмиту зону, в якій діалекти і регіональні варіанти французької мови розрізняються слабо. Це стало основною причиною того, що регіолекти довгий час залишались в центрі уваги лише діалектологів, і саме діалектологи почали вивчати регіональні особливості французької мови (Клоков, 2010, с. 43-48).

Дослідники відмічають, що однією з найскладніших проблем у вивченні форм “нової діалектизації” (Г. Тюайон) французької мови є встановлення меж між регіональною французькою і загальнофранцузьким просторіччям розмовної мови в цілому. Схематично можна позначити локалізацію регіолекта в континенті, розташованому між полюсами, представленими літературною мовою і діалектами. Термін приймається не всіма лінгвістами, його існування заперечується деякими з них на основі того, що ніде регіолект не утворює єдиної мовної системи (Хорошева, 2011, с. 32-33).

Серед самостійних регіональних мов Франції можна виділити наступні групи: три з них відносяться до романських (окситанський, каталонський, корсиканський, що розглядаються як діалект італійської), два – до германських (ельзаські говори німецької мови і фламандські говори нідерландської); одна мова, бретонська, відноситься до кельтської групи, будучи її єдиним представником на європейському континенті. Баскська є генетично ізольованою, неіндоєвропейською мовою. Ланг д’ойль і франкопровансальський на сучасному етапі свого розвитку характеризуються скоріше як групи говірок, об’єднаних загальними рисами, не формуючи ще самостійних мов.

Більшість регіоналізмів пов’язані з побутом жителів різних регіонів, причому дуже часто – з сільським побутом. Таким чином, використання регіоналізмів не є розповсюдженим, і сфери життя людини, не пов’язаних з побутом (культура, економіка, політика, наука та ін.) обслуговуються загальнофранцузьким варіантом мови (Сидоров, 2012, с. 123-128).

Отже, для успішної перекладацької діяльності потрібно орієнтуватися в діалектах і регіолектах та регіонах, де вони поширені. Дослідники проаналізували закономірності, що присутні в діалектах регіонів Франції і дійшли до висновку, що діалектизми зазвичай описують сільський побут, тому перекадач може не хвилюватися, що такого роду слова з’являться при перекладі наукових робіт, робіт з економіки та ін.

ЛІТЕРАТУРА

- Langue française et langues de France. (n.d.). Retrieved March 08, 2018, from <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Thematiques/Langue-francaise-et-langues-de-France/Politiques-de-la-langue/Langues-de-France>
- Клоков, В. Т. (2010). Особенности регионализации французской речи во Франции. Часть II. *Известия Саратовского университета*, 2, 43-48.
- Сидоров, А. А. (2012). Региолекты в общенациональном французском языке: перспективы на современном этапе развития. *Гуманитарные исследования*, 2(42), 123-128.
- Хорошева, Н. В. (2011). Региолект как промежуточный идиом во французском и русском языках. *Вестник Пермского университета*, 3(15), 32-33.

СИНТАКСИС СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ АФОРИСТИКИ (НА МАТЕРІАЛІ ЗБІРКИ „УКРАЇНСЬКА АФОРИСТИКА”)

Шевченко Д. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Афоризм – це короткий влучний вислів, що передає узагальнену закінчену думку повчального чи пізнавального змісту в лаконічній увиразненій формі (Русанівський, 2000, с. 38). Протягом століть афоризми привертали увагу лінгвістів, літературознавців, істориків, філософів і не раз ставали предметом спеціальних досліджень. Вивчення афоризмів не втратило своєї актуальності і в наш час, адже динаміка життя сучасного світу диктує необхідність звертатися до змістовної мовної формули, що відображає усю різноманітність практичного й духовного життя людини.

З огляду на те, що афоризми – це семантично місткі синтаксичні структури, їх класифікують за семантичною, структурною та функціональною ознаками:

1) семантична класифікація: за ступенем вираження смислової домінанти розрізняють логічні й образні афоризми, а за характером відображення буття – раціональні й парадоксальні;

2) структурна класифікація – за структурою судження виділяють такі різновиди: афоризми-еквіваленти простого речення, афоризми – еквіваленти складного речення, афоризми – еквіваленти надфразної єдності;

3) функціональна класифікація за градацією афористичності в тексті (мінімальний, оптимальний, максимальний ступені афористичності) й вираженням категорії адресантності (афоризми – активні структури; афоризми – нейтральні структури; афоризми – пасивні структури).

Афоризм належить до такого жанру, навіть можна сказати мікрожанру, у якому стислість доведена до максимуму, здебільшого він складається з однієї фрази, що орієнтує читача на певні роздуми, асоціації.

Жанр афоризму має низку принципів ознак. Перша з них – глибина думки, що спрямована на пошук істини: автор, порушуючи певну проблему, намагається передати свої думки стосовно неї. Друга ознака – узагальненість: афоризм передає загальнолюдські цінності й уявлення про істину. Третя ознака – стислість: максимальна стислість афоризму поглиблює його зміст і, крім того, сприяє його кращому запам'ятовуванню. Четверта ознака – чіткість, точність та виразність думки. П'ята ознака – завершеність думки: афоризм має бути завершеним за змістом і зрозумілим без додаткових пояснень. Шоста ознака – художність: афоризм має передавати не лише мудрий зміст, але й бути вдало оформленим з погляду стилістики, уживання певної лексики. В афоризмі вдало поєднуються дотепність, глибина думки, її краса – усе це виникає внаслідок його вдалого влучного оформлення (Федоренко, Сокольська, 1990, с.123).

Особливо важливо, щоб афоризм мав вдалу синтаксичну структуру, яка б сприяла увиразненню думки, легкості його сприйняття та запам'ятання.

Оскільки стислість є однією з ознак афоризмів – дуже часто афоризми побудовано у формі простого речення: *Золото вуста загороджує* (Д. Туптало); *Безділля породжує гріх* (П. Могила).

Велика кількість афоризмів має структуру складного речення, оскільки воно дає змогу передати ширшу думку на основі протиставлення чи причиново-наслідкових зв'язків, пор.: *Ледве люди починають жити, а вже смерть над ними різноманітні сіті наставляє* (П. Могила); *Якщо ви вдало виберете справу і вкладете в неї свою душу, то щастя саме відшукає вас* (К. Ушинський).

Ефективна синтаксична форма афоризмів – риторичне питання: *Якщо посіяв розумне, добре, вічне, чи ж треба його косити? Якщо всі братимуть шлюб із розумними, то що ж тоді робити з вродливими?* (Д. Рудий); *Чи можна присягати на погибель Вітчизни? Що ви принесли Вітчизні, батькам, вашій братії, родичам і всьому народові українському, віддаючись під владу і панування московське?* (П. Орлик); *Чи варта віра без волі?* (Л. Лисенко). Риторичне запитання підвищує емоційний тон, змушує читача задуматись над змістом висловлювання та зробити власні висновки.

Поширені афоризми й у формі неповних контекстуальних речень, оскільки ці конструкції запобігають тавтології й увиразнюють протиставлення, напр.: *Природа створює справжні речі, а мистецтво – фіктивні* (Г. Кониський); *Печаль породжує терпіння, терпіння – досвід, досвід – надію, надія не тривожить* (Г. Кониський); *Міль ризи їсть, а печаль – людину* (Д. Заточник); *Хто крилам задрить – хто кігтям* (М. Полотай).

Отже, афоризми бувають різної синтаксичної будови. Це залежить від стилю письменника, тематики його творчості, громадської позиції та епохи, в якій він жив, але в будь-якому разі саме синтаксична структура афоризма визначає його лаконічність, експресію, естетику та запам'ятовуваність.

ЛІТЕРАТУРА

Русанівський, В. М. (2000). *Українська мова : енциклопедія*. Київ: Наукова думка.

Федоренко, Н. Т., Сокольська, Л. І. (1990). *Афористика*. Москва : Наука.

ПОЛІСЕМІЯ ЮРИДИЧНИХ ТЕРМІНІВ ЯК ПРОБЛЕМА ПЕРЕКЛАДУ

Шляхтун О.О.

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасному перекладознавстві одним із важливих напрямів досліджень науковців є пошук шляхів розв'язання проблеми перекладу термінів. Терміни – це саме ті лексичні одиниці, які створюють певні труднощі в роботі перекладача. Сьогодні терміни широко використовуються не лише фахівцями в певних галузях, вони також досить часто зустрічаються в загальноживаній мові. Дуже часто терміни використовуються і в юридичній сфері, де однією з проблем для перекладача постає явище полісемії.

У кожній термінологічній системі, у тому числі і юридичній, є терміни, які можуть мати декілька значень. Мова права часто використовує загальноживані слова в якості термінів, проте загальноживане значення лексеми значно відрізняється від термінологічного. Филиппова (2011) зазначає, що у сучасній науці термін розглядається як явище динамічне, тому термінологізація – це не лише процес переходу слова з загальноживаної лексики в спеціальну, але і його подальший розвиток як терміну. Терміни в процесі свого становлення проходять ті самі лексико-семантичні процеси, що і словниковий склад мови в цілому: розширення значення або його звуження, перенесення за схожістю або суміжністю тощо, тому явище полісемії в юридичних термінах є невідворотнім і природним (Паночко, 2015).

Терміни часто бувають полісемічними навіть в межах однієї терміносистеми. У випадку з юридичними термінами полісемія надає їм таку важливу для правничої сфери можливість як економія мовних засобів, а також слугує основою для поступового процесу переосмислення елементів термінології (Дерді, 2003). Полісемічні терміни мають декілька значень, які можна чітко розмежувати, хоча всі вони ґрунтуються на основі подібності.

Значення юридичних термінів може звужуватись або розширюватись залежно від контексту та ситуації. Так наприклад термін “*defense*” може використовуватись у різних значеннях:

- відповідь, аргумент у відповідь – *If he kills them a little faster, it's a public service? Our defense is those allegations are untrue;*
- звертання до сторони відповідача та його адвоката – *Your Honor, the defense should have filed counterclaims before the trial began;*
- спеціальний тип заходів, які будуть використані стороною відповідача. – *It's called the “Crown Jewel defense”. We unload the highest grossing assets and we make ourselves look undesirable (Suits Episode Script, 2017).*

Іншим прикладом може бути такий термін як “*disposition*”, який має 4 значення в цивільному праві:

- передача у власність іншої особи;
- остаточне вирішення справи судом;
- положення в статуті;
- набір особистих рис характеру.

Для адекватної передачі кожного з цих значень потрібно використати різні відповідники в мові перекладу, щоб уникнути непорозумінь і двозначності. А значення, в якому було використано цей термін, можливо визначити лише з контексту. Іноді для правильної інтерпретації того чи іншого терміну нам не потрібне ціле речення, а лише класифікатор, який модифікує значення слова, наприклад, *testamentary disposition*, де класифікатор *testamentary* вказує на значення терміну – “заповідальне розпорядження” (Chroma, 2011).

В англійській юридичній термінології існує багато полісемічних термінів, для перекладу яких потрібно бути точним у виборі відповідника. Деякі такі терміни є загальновідомими, як наприклад *sanction*, що може використовуватись у таких значеннях, як “офіційне схвалення” або “*штраф*”,

покарання”. Інші ж можуть бути не настільки поширеними. У будь-якому випадку такі терміни завжди здатні створити труднощі для перекладача, адже без знань про походження термінів, відмінності у правових системах, що існують у мові оригіналу та перекладу, а також врахування інших факторів важко здійснити адекватний переклад таких лексичних одиниць.

Отже, явище полісемії в юридичній термінології може бути причиною виникнення неоднозначності або незрозумілості, тому на використання тих чи інших термінів, а також на адекватну інтерпретацію виражених ними понять у значній мірі впливає ситуативний контекст. Саме він допомагає перекладачу при його роботі з полісемічними термінологічними одиницями.

ЛІТЕРАТУРА

Дерді, Е. Т. (2003). *Словотвірні та структурно-семантичні характеристики англійських юридичних термінів*. (Автореф. дис. канд. філол. наук).

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ.

Паночко, М. М. (2015). Лексичні особливості української юридичної термінології початку ХХ століття. *Одеський лінгвістичний вісник*, 2 (5), 112-115.

Филиппова, А. А. (2011). Особенности полисемии в процессе терминологизации. *Вестник Челябинского государственного университета*, 57 (24), 184-186.

Chroma, Marta (2011). Synonymy and polysemy in legal terminology and their applications to bilingual and bijural translation. *Research in Language*, 9 (1).

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

Suits Episode Script. (2017). Springfield! Springfield! Взято з https://www.springfieldspringfield.co.uk/episode_scripts.php?tv-show=suits

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ЕПОНІМІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ У МЕДИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Шостак А.Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Медицина – це сфера людської діяльності, спрямована на вивчення нормальних і патологічних процесів в організмі людини, різних захворювань і патологічних станів, а також на збереження здоров'я людей. Особливістю медичних текстів є наявність спеціальних термінів та скорочень. Медичні тексти не містять достатню кількість метафор та інших стилістичних засобів, тому переводити специфічну термінологію й аббревіатури-це найскладніше в процесі перекладу. Важливим фактором є також вивчення структури термінів та скорочень і їх використання в різних контекстах.

Актуальність дослідження визначається необхідністю більш повного виявлення і всебічного вивчення перекладацького предмета, використовуюваного в перекладі медичних текстів для досягнення адекватності.

Об'єктом даного дослідження є епоніми в медичних текстах.

Предметом дослідження є трансформація перекладу медичних текстів та інструкцій.

Мета дослідження полягає у аналізі перекладу епонімів у медичному дискурсі та визначенні трансформацій, які використовуються при перекладі.

У 1975 році в Канадському національному інституті здоров'я відбулася конференція, присвячена обговоренню назви захворювань та умов. Нові відкриття часто поєднуються з людьми, які зробили відкриття через характер історії медицини. В різні часи термінологію в галузі медичної сфери розглядали: В. Г. Арнодов, Т. Донат, Т. Г. Казаченок, П. І. Карузин, Л. Л. Колесников, Л. Запоточна, Я. Віт, І. Гнатішена, В. Лисенко, І. Томка, Г. Топоров.

Епонім – назва явища (наприклад, хвороби), поняття, структури або методу по імені людини, що вперше виявила або описала їх. Епоніми широко використовуються для збагачення словника медичних термінів (*Kienbock's disease* – хвороба Кінбока, *Down Syndrome* – синдром Дауна, *Klinefelter syndrome* – синдром Клайнфельтера).

Можна виокремити такі різновиди епонімів:

- 1) транслітерація (*Hematoma* – Гематома, *Patau syndrome* – Синдром Патау)
- 2) практична транскрипція (*Preparation* – препарування, *loop of Henle* – петлі Генле)
- 3) калькування (*subcutaneous tissue* – підшкірна клітковина, *accordion phenomenon* – феномен акордеону)
- 4) еквівалентний переклад (*muscle* – м'яз, *cranial nerve* – черепно-мозковий нерв)

Переклад назв вимагає спеціальних знань в області функціонування цих термінів. Існує багато проблем при інтерпретації медичних епонімів для перекладача без медичного досвіду. Є загальні помилки написання епонімів. Бувають різні назви однієї і тієї ж хвороби, різні умови, що мають однакові епоніми, і, крім того, різні епоніми в різних країнах. Переклад медичних текстів вимагає хороший стиль, акуратність і точність.

Отже, стандартизація медичної термінології має важливе значення для усунення недовіри та неоднозначності. На думку багатьох авторів, одноманітність і спрощення термінології необхідні, причому переважає реалізація медичного епоніма неприписного типу.

ЛІТЕРАТУРА

- Казакова Т. А. *Практические основы перевода*. СПб. : Союз, 2012.
- Арнольд И.В. *Лексикология современного английского языка*. М.: Высш. шк., 2003.
- Олікова М.О. Теорія і практика перекладу. Навч. Посібник. Луцьк. Вежа, 2000
- Комиссаров В. Н. *Теория перевода (лингвистические аспекты)*. М. : Высш. школа, 2011.
- Марусенко М. А. Об основном понятии терминоведения научно-техническом термине // *Науково-технічна інформація*. НТИ. Сер. 2. 1981. № 8. С. 1 – 6.
- Вострова С. В. *Лінгвокогнітивні та комунікативно-прагматичні особливості сучасного англомовного медичного дискурсу (на матеріалі медичних текстів з проблематики ВІЛ/СНІДу: автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.04 "Германські мови"/ С. В. Вострова. К., 2003.*

ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З КОМПОНЕНТОМ-ОРНІТОНІМОМ У СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКІЙ Й АНГЛІЙСЬКІЙ МОВАХ: СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНИЙ ТА ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТИ

Шуленок О. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Фразеологізми з компонентом-орнітонімом становлять широкий пласт сучасної української й англійської фразеології. Особливості номінації тварин та птахів, функціонування їхніх назв у фразеологічних одиницях уже були об'єктом досліджень І. О. Голубовської, К. Р. Малафєєвої, Т. В. Маркелової, І. Л. Покровської, О. О. Селіванової, О. Б. Сімакової, Д. А. Тишкіної, Д. В. Ужченка, Т. А. Шепилової та інших.

Актуальним наразі є зіставне вивчення фразеологічних одиниць з компонентом-орнітонімом у лінгвокультурному аспекті, оскільки він орієнтує вчених на аналіз співвідношення фразеологізмів і знаків культури для опису культурно-національної специфіки фразеологічних систем зіставлюваних мов.

Лінгвокультурний аналіз фразеологізмів з компонентом-орнітонімом спрямований на визначення тих унікальних значень, які здатні розвивати орнітонімічні елементи в зазначених одиницях, а також на встановлення причин, що зумовили вибір тієї чи іншої реалії на момент номінації. Отримані результати дадуть змогу реконструювати архаїчні уявлення носіїв української та англійської мов про птахів, що знайшли своє відображення у фразеологічних одиницях.

Аналіз фразеологічних одиниць з найменуваннями птахів засвідчив, що в українській мові найуживанішими серед них є такі: *курка, горобець, півень, сорока, ворона, сова, пава, гуска, ластівка, соловейко, голуб*. В англійській мові переважають інші назви: *chicken* “курча”, *cock* “півень”, *coot* “лисуха”, *crow* “ворона”, *dotterel* “сивка”, *dove* “голуб”, *duck* “качка”, *eagle* “орел”, *goose* “гусак”, *hawk* “яструб”, *hen* “курка”.

Фразеологізми із компонентом-орнітонімом – це насамперед висловлювання на позначення людини, її духовних, моральних, етичних та соціальних характеристик. За семантикою усі зібрані одиниці поділяємо на 4 типи:

1) ФО, які характеризують людину з позитивного боку (укр. *старий сич, стріляний горобець*, англ. *a knowing old bird* “стріляний горобець”);

2) ФО, які надають людині негативної оцінки (укр. *мокра курка, куряча голова (курячий мозок), страусова поведінка, ловити гав, ворон лічити, давати горобцям дулі, горобці цвірінькають у голові, ходити навичем (гоголем)*, англ. *to cook your own goose* “занапастити себе”, *as a hen with one chicken* “метушливий, клопітний”, *a crow is never the whiter for washing herself often* “чорну душу милом не відмиєш”);

3) ФО, які позначають сприйняття певної події (укр. *битися як горлиця, (надутися, надутий) як сич*, англ. *to count one's chickens before they are hatched* “передчасно вважати справу закінченою”);

4) ФО, які уособлюють якісно-кількісне значення (укр. *півень убрід переходить, за горобця, горобцеві по коліна, із гороб'ячий скік*, англ. *an ugly duckling* “брудке каченя”).

Фразеологізми з компонентом-орнітонімом відображають багатовіковий досвід спостережень людини за зовнішнім виглядом та поведінкою птахів. Тому й не дивно, що саме фізичні характеристики, особливості зовнішності та поведінки птахів слугують основним мотивом метафоричних перенесень, покладених в основу фразеологізмів.

Фразеологізми з назвами птахів є результатом складного процесу номінації, у якому поєднуються лінгвістичні й екстралінгвальні чинники. Ці чинники впливають на формування конотацій у назвах птахів, що функціонують у просторі відповідної етнокультури, репрезентуючи фразеологічну картину світу певного народу. Дослідження фразеологічних одиниць переконує в тому, що фразеологія є джерелом лінгвокраїнознавчих відомостей, носієм історичної пам'яті, етнокультурних традицій, національної самобутності народу.

Отже, за допомогою орнітофразеології, що є численною підгрупою у групі зоофразеологізмів, ми відкриваємо для себе уявлення народів про світ, про роль птахів у їхньому житті. Орнітофрази дають змогу з'ясувати й систематизувати не досліджені раніше структурно-семантичні та лінгвокультурні особливості ідіом, прислів'їв і приказок української й англійської мов.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ПЕРЕКЛАДУ ВІЙСЬКОВОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ КОРЕЇ

Ярмолицька Ю.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Як відомо, терміни спеціальної мови, створені або запозичені для точного вираження спеціальних понять і позначення спеціальних предметів, виникають у результаті прагнення мови до максимально стислої і точної передачі інформації, тобто до такої точності, яка могла б виключати можливість довільного і суб'єктивного її тлумачення. Це особливо проявляється у військових матеріалах, насиченість термінологією яких, вимагає від перекладача відмінного знання не тільки іноземної, але й адекватної української військової термінології та вміння правильно нею користуватися. Звідси випливає, що одним з основних труднощів у перекладі військових матеріалів є переклад термінів (Комісаров, 2004, с. 15).

При вивченні перекладу військової термінології важливо підкреслити, що більшість термінів мають усталені загальноприйняті еквіваленти (소총 – гвинтівка, 기지 – (військова) база, 부대 – військова армія). Ретельний аналіз військової термінології показує її крайню неоднорідність. Поряд з однозначними термінами, що мають точні і чіткі семантичні межі, є й багатозначні терміни. Причини багатозначності терміну криються, по-перше, в тому, що різні вчені вкладають у існуючий термін свій особливий зміст. По-

друге, багатозначність може бути також і у термінів, які притаманні не тільки тим чи іншим спеціальним сферам науки і техніки, але входять у загальнонаціональний лексичний запас у більш загальному значенні. Значення цих слів мають відмінності в залежності від того, як вони вживаються: в загальному плані або у військовій (спеціальній) галузі знань.

Оскільки одне і те ж слово загально літературної мови в різних галузях військової справи переосмислюється по-своєму, то прийнято вважати, що ми маємо справу з омонімією термінів – так, **총알** залежно від контексту може означати заряд, снаряд, куля, патрон. При перекладі терміну **군대** слід розрізняти значення армія, сухопутні війська як один з видів збройних сил і армія як оперативне об'єднання сухопутних військ, яке складається з кількох корпусів і дивізій. В корейських виданнях, щоб уникнути плутанини, термін **군대** у значенні сухопутні війська зазвичай пишеться великими курсивними літерами. Вжитий як визначення, **군대** позначає приналежність до сухопутних військ. Як визначення термін **군대** може бути також переведений як армійський для позначення приналежності до армії як оперативного об'єднання. Дана проблема входить в коло проблем необхідності пошуку стилістично адекватного перекладу (Комісаров, 2004, с. 17).

Для тих термінів, які не мають еквівалентів та для іншої безеквівалентної лексики потрібні такі прийоми, як:

1. Аналоговий переклад (**참모본부** не можна перекладати дослівно генеральний штаб, так як у Збройних Силах Генеральний штаб – керівний орган.)

2. Синонімічні заміни (**입무, 사절단, 사명** – ці терміни синонімічні і в більшості випадків можуть бути переведені на українську мову однаково – місія. Однак слід пам'ятати, що кожен з цих термінів має тільки йому притаманний відтінок значення. Термін **입무** вживається для позначення завдання більш-менш постійного і загального характеру: завдання об'єднання, частини, підрозділу або просто групи осіб. Термін **사절단** більш конкретний і вузький за своїм значенням, позначає конкретно поставлене завдання. Термін **사명** є найбільш загальним з трьох розглянутих термінів, позначає обов'язок, покладений на окрему особу або групу осіб.

3. Описовий переклад (**훈련하다**) – навчання військових- вища форма такт., операт., і стратег. підготовки військ (сил флоту), командирів (командувачів) і штабів на місцевості в умовах, близьких до бойових).

Необхідно відзначити, що основна помилка при перекладі подібних термінів полягає в тому, що перекладачі іноді прагнуть знайти буквальну відповідність іноземному терміну в українських статутах. Такий підхід є не зовсім правильним, тому, що, по-перше, стирається специфіка реалій іноземної армії, а по-друге, може виникнути помилка в зв'язку з тим, що ці терміни можуть виражати поняття, характерні тільки для іноземних армій, і тому не відповідати реаліям, прийнятим в Українській Армії (Нелюбин, 1981, с. 443).

Ще однією помилкою перекладача є дослівний переклад, коли іноземний термін або його компоненти аналогічні українському терміну, але мають інше значення. Наприклад, термін **군사 학교** правильно перекладається як військова

академія, а не військове училище, термін 탄약 – боєприпаси, а не амуніція, спорядження.

Таким чином, правильне розуміння і переклад термінів залежить не тільки від знання мови, але також і від знання реалій іноземної, їх історії, організації, озброєння і бойової техніки, способів ведення збройної боротьби і т.д.

Труднощі в перекладі викликають терміни, що складаються з групи слів. Такі терміни прийнято називати багатокомпонентними. Вони займають значне місце в військовій лексиці. За кількістю компонентів ці терміни поділяються на дво-, три-, чотири- і більше компонентні (Влахов, 1986, с. 416).

ЛІТЕРАТУРА

- Артюх, В. (2010). До питання особливостей перекладу військової лексики. Київ: Теоретична і дидактична філологія, В. Артюх (Ред.) *Теоретична і дидактична філологія*. №8. (с. 15).
- Влахов, С. (1986). *Непереводимое в переводе*. М.: Высшая школа.
- Комісаров, В.Н. (2004) *Сучасне Перекладознавство*. Доктор філологічних наук академії РАН та іспанської академії наук, професор С. Гончаренко (Ред.). Навчальний посібник. М.: ЕТС.
- Нелюбин, Л.Л., Дормидонтов А.А., Васильченко А.А. (1981). *Учебник военного перевода. Общий курс*. Москва: Воениздат.

ОНОМАСТИКОН РУССКИХ ФАМИЛИЙ

Зтійя Ясмiна

Київський національний лінгвістический університет

Историю возникновения имен, их значение и смысл, связь с историей общества, с мировоззрением и верованиями людей изучает специальная наука – ономастика. Буквально этот термин означает “искусство давать имена”. Имена даются объектам живой и неживой природы. Это и географические слова-названия, так называемые топонимы, наименования космических объектов – астронимы, клички животных – зоонимы. Но самую большую группу имен собственных составляют антропонимы – имена, отчества, фамилии людей, прозвища, псевдонимы.

В разных странах у разных народов имена чрезвычайно разнообразны по своему звучанию, происхождению и употреблению. Имена – часть истории народа. В них отражаются быт, верования, фантазия и художественное творчество народов, их исторические контакты. Каждое имя несет на себе яркий отпечаток соответствующей эпохи, менталитета народа, что, несомненно, представляется интересным и актуальным во все времена.

Общепринято выделять 5 основных путей образования русских фамилий:

1. Фамилии, образованные от канонических и различных народных форм крестильных христианских имен.

2. Фамилии, сохранившие в своей основе имена мирские. Мирские имена пришли из языческих времен, когда церковных имен не существовало: многие из них были просто именами собственными, другие возникли как прозвища, но потом их основа забылась и они стали просто именами. Третьи имена суеверные родители давали своим детям, чтобы избавить их от разных житейских проблем: тут-то и появились князья по имени Батрак и Голик, священники по имени Черт и Сатана. Одна была забота у родителей: пусть ребенок благополучно избежит тех бед, которые забирает на себя данное ему имя.

3. Фамилии, образованные от профессиональных прозвищ предков, рассказывающие, кто из них чем занимался. Отсюда Гончаровы, Овсянниковы, Бондарчуки, Стельмахи, Ковали и т.д.

4. Фамилии, образованные от названия местности, откуда родом был один из предков (основой таких фамилий становились разные географические названия – городов, деревень, станиц, рек, озер и т.д.): Мещеряков, Семилукский, Новгородцев, Москвитин и т.д.

5. Интереснейшая группа российских фамилий – принадлежавшие православному духовенству: Аполлонов, Гиляровский, Троицкий, Рождественский, а также известные Лужков, Высоцкий, Озеров, Майоров.

У некоторых возникнет вопрос: но ведь многие русские фамилии имеют происхождение мусульманское, буддийское или иудейское? Ответ может быть таким: обширная русская культура всегда находилась на перепутье разных дорог – с севера на юг, с запада на восток. Именно в её недрах возникли как результат самого необычного словотворчества фамилии Гиацинтов и Туберозов, Кипарисов и Птоломеев, Цезарев и Императоров, Лермонтов и Пушкин, Грибоедов и Обломов.

Известен тот факт, что буквально до конца XVIII – середины XIX века большинство населения России фамилий не имело! Поначалу на Руси фамилии возникали только у феодалов. Существовало наследственное землевладение, оно-то и привлекло к появлению наследственных имен. Большая часть княжеских (а потом и боярских) фамилий указывала на те земли, которые принадлежали феодалу, или целиком на местность, откуда он был родом. Так возникли фамилии бояр Шуйских (по названию реки и города Шуи), князей Вяземских (род Вяземских существованием этой фамилии также обязан реке – Вязьме). Не менее “прозрачны” с этой точки зрения и такие старинные фамилии, как Елецкий, Звенигородский, Мещерский, Тверской, Тюменский.

Первые русские фамилии встречаются в старинных документах, относящихся к XV веку. Но существовать они могли и ранее. Порой вокруг фамилий происходили жестокие сословные распри. Царь Алексей Михайлович (отец Петра I) запретил князьям Ромодановским прибавлять к первой фамилии вторую, традиционную – Стародубские, поскольку вторая фамилия соответствовала древнему уделу Ромодановских, а это не вполне отвечало идеям московских царей о централизации. Так вот, после царского указа один из Ромодановских, Григорий, слезно бил челом “Тишайшему” (так называли Алексея Михайловича): “Умилосердись, не веди у меня старой нашей честишки отнимать!”.

У большинства людей, населявших русские земли, фамилий не было. По данным архивных документов, дошедшие до нас из XV, XVI, XVII веков, видно, что прозвища и отчества выполняли для наших предков функцию социального знака. Вот некоторые актовые записи: “Губа Микифоров сын Кривые щеки, землевладелец”, запись 1495 года; “Ефимко Воробей, крестьянин”, 1495 год; “Иван Микитин сын, а прозвище Меншик”, запись 1568 года. Впоследствии могли возникнуть фамилии Микитин, Никитин, Меншиков, Микифоров, Никифоров, Жданов, Кривошеков, Воробьев.

Прозвища давались людям их родственниками, соседями, социальным окружением. Нередко в качестве прозвища человек получал название какого-нибудь животного или птицы, так в прозвище подмечался внешний облик человека, его характер или привычки. Одного за драчливость могли прозвать Петухом, другого за длинные ноги Журавлем, третьего Ужом – за способность всегда вывернуться, избежать наказания или опасности. От них впоследствии могли возникнуть фамилии Петухов, Журавлев и Ужов. Кстати говоря, птичьих фамилий в русском языке очень много. Объясняется это легко: птицы играли большую роль как в крестьянском хозяйстве и охоте, так и в народных поверьях.

Только в XIX веке фамилия как “семейное имя” заменила “прозвище”.

ІНФІНІТИВ ТА ІНФІНІТИВНІ КОНСТРУКЦІЇ В СИСТЕМІ ІТАЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Яструб (Бойчук) К.В.

Київський університет національний лінгвістичний

Дослідження інфінітиву в лінгвістиці не є новим. Проте, на сьогодні не можна стверджувати, що інфінітив досліджений досконало. Існує багато підходів до його вивчення та трактувань його природи, а отже проблема дослідження інфінітиву не втратила своєї актуальності.

Більшість вчених-лінгвістів стверджують, що інфінітив є неозначена форма дієслова. Історично, у багатьох мовах інфінітив називав дію як таку. Проте спосіб називання дієслова за допомогою інфінітива не є універсальним. У стародавніх мовах традиція вимагала називати грецькі та латинські дієслова у формі першої особи однини теперішнього часу дійсного способу, наприклад, лат. *amo* ‘я люблю’. Інфінітивом як способом називання дієслова не користуються санскрит, баскська мова та семітські мови. Також існують мови, де інфінітив як такий взагалі не існує, або ж він має обмежений вжиток. Так, болгарська і албанська мови первинну форму дієслова називають таким же способом, як і стародавні грецька та латинь, наприклад, болг. *обичам* ‘я люблю’ (Теньер, 1988, с. 434).

У слов’янських мовах на відміну від особових форм дієслова, інфінітив не має абсолютного часу, способу, особи та числа. Це сприяє виникненню у нього відокремленого значення: він називає дію загалом, не приписуючи її жодному конкретному суб’єкту, не розміщає останню у певній часовій площині. Таким чином інфінітив виступає, безперечно, іменною формою дієслова. Відповідно

цій «нейтральності», він часто використовується як словникова форма дієслова (Гак, 2000, с. 385).

Оригінальним у цьому відношенні є бачення інфінітива видатним вченим А.Тенером. Він стверджує, що останній поєднує у собі одночасно дієслівні та субстантивні ознаки, а отже займає проміжне положення між категоріями дієслова та іменника. Це змішана категорія, середній член між двома названими. Підкреслюючи, що інфінітив в рівній мірі не є ні дієсловом, ні іменником, відомий вчений пропонує виділити його як окрему частину мови (Теньер, 1988, с. 433).

Більш традиційну у цьому відношенні точку зору представляє відомий романіст В.Г. Гак. Він виділяє інфінітив як найбільш нейтральну за значенням форму дієслова. Останній, на погляд вченого, поєднує в собі одночасно риси дієслова й іменника, але дієслівні ознаки при цьому все ж таки домінують, у зв'язку з чим інфінітив являє собою швидше дієслівну форму й входить у парадигму дієслова (Гак, 2000).

Словосполучення з інфінітивом різноманітні в романських мовах. Вони складні за своєю структурою внаслідок того, що інфінітив, будучи дієслівно-іменною формою, має синтаксичний зв'язок з дієсловом як іменна форма і з іменником як дієслівна форма.

Конструкції з інфінітивом часто набувають стійкий характер і слугують таким чином засобом поповнення фразеологізмів дієслівного та іменного типу.

Інфінітив, володіючи можливістю вступати у багатосторонні синтаксичні зв'язки, може бути не тільки компонентом словосполучення, а й компонентом речення, а також може функціонувати як односкладне речення.

Конструкції з інфінітивом в романських мовах слугують своєрідним засобом скорочення складних речень: складне речення перетворюється на просте за умови заміни підрядного речення інфінітивним.

Особливістю італійської мови є широке поширення конструкцій з іменними дієслівними формами: інфінітивом, герундієм та дієприкметниками. Конструкції з інфінітивом в італійській мові слугують своєрідним засобом скорочення складних речень: складне речення перетворюється на просте за умови заміни підрядного речення інфінітивним. Інфінітивні звороти в італійській мові мають значення додатка (можуть мати власний підмет), означення (з прийменником *a* та *da*), обставини часу (субстантивований інфінітив з прийменником *a* та *in*; складний інфінітив з прийменником *dopo*; інфінітив з прийменником *prima di*), мети, способу дії з прийменником *senza*.

ЛІТЕРАТУРА

- Абраменко, Г.А. (2011). *Итальянский язык. Трудности перевода: учеб.пособие*. Москва: АСТ: Астрель: Восток-Запад; Владимир: ВКТ.
- Бурсье, Э. (1952). *Основы романского языкознания*. Москва: Из-во иностранной литературы.
- Гак, В.Г. (2000). *Теоретическая грамматика французского языка*. Москва: Добросвет.
- Теньер, Л. (1988). *Основы структурного синтаксиса*. Москва: Прогресс.

LES EMPRUNTS LEXICAUX ARABES DANS LE FRANÇAIS CONTEMPORAIN

Aliyèva A.G.

Université nationale linguistique de Kyiv

Tout est en changement et développement constants. Aussi rapidement se développent toutes les langues, y compris le français. Il augmente son lexique en puisant à des langues différentes. Le thème des emprunts d'une langue à l'autre est toujours actuel: la cause des adaptations permanentes des mots étrangers, c'est l'histoire et les liens interculturels, militaires et économiques des pays. Dans ce travail, nous allons analyser des emprunts arabes dans le français contemporain, en étudiant les réalités différentes.

Initialement la relation intime entre le Coran et l'arabe a donné à cette langue son statut particulier et a contribué à l'arabisation de nombreuses populations. Une autre raison de la pénétration des mots arabes dans les langues romanes, surtout dans le français, est le fait que plus tôt de nombreux savants, philosophes, traducteurs étaient arabes.

Dès l'époque de l'indépendance maghrébine jusqu'à nos jours un grand nombre de mots concernant le commerce sont apparus dans la langue française. Il existe beaucoup de mots arabes en français sur cette sphère. Donnons quelques exemples : *magasin* (m) – le mot est emprunté à l'arabe *mahāzin*, pluriel de *mahzan* “entrepôt”; *tarif* (m) – il est emprunté, par l'intermédiaire de l'italien *tariffa*, à l'arabe *ta'rifa* “notification” (Trésor de la langue française). Manifestement des produits commerciaux venant des pays arabes ont fait une partie de la vie quotidienne des Européens.

Sauf la sphère du commerce, il y a un groupe de mots arabes liés aux gens et leur profession, qui sont utilisés dans le français. Citons des exemples: *assassin* (m), *albi* (m), *calife* (m), *cafard* (m), *fatma* (f), *musulman* (m), *sultan* (m), *taliban* (m).

En analysant les mots arabes, nous remarquons qu'il y a beaucoup de mots concernant la vie quotidienne :

1. *Carafe* (f) – le mot est peut-être emprunté à l'arabe du Maghreb *qarafa* “bouteille très ventrue, pot à boire”.

2. *Djinn* (m) – il s'agit d'un emprunt à l'arabe *ginn* “démons”, pluriel collectif de *ginni*; le mot désigne, dans le Coran et les légendes musulmanes, un être intelligent, généralement malfaisant qui peut apparaître sous différentes formes.

3. *Harem* (m) – il s'agit d'un emprunt à l'arabe *haram* “chose interdite et sacrée”.

4. *Kif-kif*, adjectif – il s'agit d'un emprunt à l'arabe algérien *kif* “comme”, redoublé à valeur intensive; il correspond familièrement à “pareil, semblable”.

5. *Raquette* (f) – le mot est emprunté à l'arabe dialectal *rahet*, en classique *rahat* “paume de la main”.

6. *Safari* (m) – le mot est emprunté (XX^e siècle) au swahili *safari* signifiant “bon voyage”, issu de l'arabe *safara* “voyager” (Trésor de la langue française).

Le domaine de l'habillement a aussi quelques mots empruntés. Cette sphère contient surtout les termes concernant les sortes de vêtements, de matériaux et de

couleurs qui viennent au vocabulaire français, par exemple: *basane* (m), *caban* (m), *coton* (m), *jupe*(f), *satine* (m), etc.

Les conflits nationaux et internationaux qui secouent le monde musulman à la fin du XX^e siècle (guerre du Golfe, conflit israélo-palestinien, révolution islamique en Iran) favoriseront l'introduction en français (et dans d'autres langues) de mots comme *djihad* – “effort suprême”, une guerre sainte menée pour propager et défendre l'islam; *ayatollah* – l'un des titres les plus élevés décerné à un membre du clergé chiite (mollah); *intifada* – un soulèvement (Trésor de la langue française).

Tous les mots ci-dessus sont médiatisés, c'est-à-dire avec la participation de la langue intermédiaire. Au contraire, dans le français contemporain il existe juste quelques emprunts directs arabes. Ce sont les mots *charia* (mil. XX^e) et *oued* (1845). *Charia* signifie la loi canonique islamiste. La prononciation du mot en français coïncide avec l'arabe. *Oued*, c'est le cours temporaire des régions sèches. La prononciation dans l'arabe vulgaire est *wed* et la translittération la suit (Ruohotie, 2004, p. 56).

En plus, dans chaque langue il y a des pérégrinismes. Le français a quelques-uns de la langue arabes. C'est évident, qu'ils ne font pas partie de la langue qui les utilise, mais on peut les entendre, par exemple, dans les médias. Ce sont plutôt les substantifs: *choura* – le terme est utilisé pour une forme de consultation spéciale qui se passe selon le droit musulman; *fasila*, mot qui, dans l'armée de Saddam Hussein, désignait une unité de 100 hommes; *hogra* – abus de pouvoir; *janjaweed*, *janjawid* – le mot signifiant littéralement “cavalier armé” (Ruohotie, 2004, p. 24).

Les emprunts sont souvent de faux amis, ils n'ont pas toujours la même sens dans deux langues. Un bon exemple sera le mot “toubib”, qui en arabe a le sens de médecin, et en français ce mot a le sens défavorable – le médecin incompetent. Bien plus, les mots empruntés adaptent à leur nouvel entourage et c'est pourquoi ils peuvent changer le sens et en plus obtenir de nouvelles significations. Par exemple, *Séide* est emprunté au nom propre arabe (Zajd), il a eu par extension le sens de quelqu'un qui exécute aveuglément les volontés dans maître ou d'un chef (*Le Petit Robert*, 2003).

Nous avons analysé tout les cas de tel phénomène comme l'adaptation des mots arabes en français. En guise de conclusion nous pouvons dire, que ces emprunts dans la langue française sont très nombreux et il existe vraiment beaucoup de sphères de leur utilisation: d'un habillement jusqu'au le thème militaire. Dans ce cas il est très important qu'en recevant de plus en plus de nouveaux emprunts, la langue ne perd pas ses propres mots.

LITTERATURE

Deroy, L. (1980). L'emprunt linguistique.

Le Petit Robert : dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française. (2003). Paris: Dictionnaire Le Robert.

Ruohotie, M. (2004). Les emprunts lexicaux totaux dans Le Monde. (Thèse) Université de Jyväskylä, Jyväskylä.

Trésor de la langue française : dictionnaire du XIX^e & XX^e siècles. Взято з <http://www.cnrtl.fr/definition/>

LOS ANGLICISMOS QUE DENOMINAN LOS TÉRMINOS ECONÓMICOS EN LA PRENSA ESPAÑOLA

Andriyenko V. M.

Universidad Nacional Lingüística de Kyiv

El valor del tema consiste en el uso muy divulgado de los anglicismos en el español, especialmente en la literatura económica. Al entrar en la lengua los préstamos provocan cambios en los grupos léxico-semánticos de ésta. Los préstamos de origen inglés se usan cada día en el lenguaje de los hispanohablantes y no se puede disminuir su importancia en el español. Actualmente muchos científicos expresan interés por este fenómeno e intentan investigar cómo se introducen los préstamos de otras lenguas y cómo funcionan en el idioma.

En nuestro trabajo se usan diferentes métodos : la investigación descriptiva para especificar características y rasgos importantes de los anglicismos en la prensa económica; la investigación explicativa que determina un enlace de causa – efecto, los métodos experimentales y teóricos.

Como el material de la investigación sirven los periódicos “El País”, “Economía”, “Expansión” y sus versiones digitales, los que tienen el mayor número posible de unidades léxicas y fraseológicas importadas del inglés con el fin de dibujar de forma precisa el uso de estos extranjerismos en la prensa económica examinada.

Hablando de los resultados, hemos determinado el aspecto teórico de los anglicismos:

1) El influjo de la lengua inglesa en el español: la colonización del Nuevo Mundo, las tendencias imperialistas de Gran Bretaña a finales del siglo XIX, las consecuencias de la Segunda Guerra Mundial;

2) El estudio de los anglicismos en la hispanística: R. J. Alfaro realizó un diccionario de anglicismos que pretendía catalogar los anglicismos enriquecedores y eliminar de éste los neologismos reprobables; C. Pratt hizo una recopilación de todo tipo de anglicismos dentro de los que se destacan los léxicos, que posteriormente será desaprobada por investigadores contemporáneos como F.Gimeno; Pratt identificó dos tipos de éstos: anglicismo “patente” y anglicismo “no patente” (Pratt, 1980, p. 273);

3) Posturas sobre el anglicismo: Entre los lingüistas no hay un criterio único y algunos toman adversión hacia esta penetración de las voces ajenas. Rechazan el anglicismo porque creen que tiene influencia de formante o tienen miedo por el futuro de la lengua española. También surge el problema de que los anglicismos son divididos entre los necesarios y los innecesarios y es lógico que se deban prevenir los anglicismos innecesarios (García, 1972, p. 303).

4) La definición del anglicismo: Podemos constatar que no hay una contradicción entre los lingüistas y cada uno tiene su propia definición y sus criterios según cuales se dirige. Entonces podemos solamente comparar algunas definiciones de varios lingüistas y diccionarios importantes que tratan de acercarnos a término del anglicismo. El Diccionario de la Real Academia Española nos dice que el anglicismo es: “1.Giro o modo de hablar propio de la lengua inglesa. 2.Vocablo o giro de esta

lengua empleado en otra. 3. Empleo de vocablos o giros ingleses en distintos idiomas”.

5) El étimo último u étimo inmediato: Chris Pratt concuerda el étimo último con la lengua misma, o sea indica la lengua del origen de una palabra, mientras que el étimo inmediato es la lengua que tiene función de un mediador, aquí se trata de la penetración indirecta. Existe posibilidad que la lengua del étimo último será la misma como la del étimo inmediato, pero no siempre tiene que ser así. Según esta división de Pratt vemos que hay dos alternativas para la identificación del origen de una palabra nueva en una lengua (Pratt, 1980, p. 273).

Según el aspecto funcional de los anglicismos hemos distinguido tales puntos como:

1) La pronunciación del anglicismo: Uno de los problemas más frecuentes es la pronunciación de la h- en la posición inicial que se suele pronunciar como [x]. Otro rasgo es la pronunciación de la s- en la posición inicial que va seguida por un consonante. En este caso se antepone una e- vocal y se lee como [es].

2) Las peculiaridades de la formación de la forma plural: Es necesario recalcar en el hecho de que el inglés no es la lengua románica y por lo tanto su estructura morfológica difiere bastante del español que es lengua románica. En la mayoría de los casos se añade la -s o -es final. Algunas palabras tienen la misma forma para el singular y el plural o se pueden usar las dos formas.

3) La formación de nuevas palabras a base de los anglicismos: Su historia del extranjero es posible reconocer mediante análisis diacrónico y etimológico. En la tercera etapa el término pasa por la derivación, composición o la creación semántica (Guerrero Ramos, 1997, p. 56).

4) Los peligros de la traducción de los anglicismos: En cuanto a los anglicismos el verdadero peligro surge al traducir palabras que se parecen a las del español, pero no son iguales. Un ejemplo de esta falsa traducción es la inglesa palabra “*capacity*” que se suele traducir como “*capacidad*” en vez de calidad, o actual, también en inglés, que significa “*real*”, y no “*actual*”. Uno de los falsos amigos más frecuentes es la palabra “*letter*”, en inglés, que significa “*letra*”, pero también “*carta*”.

Al concluir este asunto hay que subrayar que la lengua inglesa es un idioma internacional y dominante en la literatura económica, sobre todo en el el estilo publicístico y el tema de su influencia es el tema importante no sólo en España, sino en todo el mundo.

LITERATURA

Fernández García, A. (1972). *Anglicismos en el español*. Oviedo, España: Lux.

Guerrero Ramos, G. (1997). *Neologismos en el español actual*. Madrid, España: Arco Libros.

Pratt, C. (1980). *El anglicismo en el español peninsular contemporáneo*. Madrid, España: Gredos.

DIE ROLLE UND DIE FUNKTIONEN DER ARCHAISMEN UND HISTORISMEN IN DEN TEXTEN DER SCHÖNGEISTIGEN LITERATUR

Arkhypova K.A.

Kyjiwer Nationale Linguistische Universität

Der berühmte österreichische Philosoph Ludwig Josef Johann Wittgenstein (1953) hat in seinem Werk „Philosophische Untersuchungen“ Folgendes geschrieben: „Unsere Sprache kann man ansehen als eine alte Stadt: Ein Gewinkel von Gässchen und Plätzen, alten und neuen Häusern, und Häusern mit Zubauten aus verschiedenen Zeiten; und dies umgeben von einer Menge neuer Vororte mit geraden und regelmäßigen Straßen und mit einförmigen Häusern“ (S. 18). Ich bin völlig damit einverstanden. Die Sprache sieht wie ein immer wachsendes Gebäude aus, das jeden Tag größer und größer wird. Die Sprache ist eine funktionale Erscheinung. Die u.a. der Kommunikation zwischen Menschen dient. Da die Menschen gesellschaftlich abhängige Wesen sind, an verschiedenen Orten und zu verschiedenen Zeiten leben, ist auch die Sprache davon abhängig (Römer & Matzke, 2005, S. 37). Die Gesellschaftsabhängigkeit der Sprache bewirkt, nach Peter Wiesinger (1997), einerseits die ständige Anpassung der Sprache an die kommunikativen Bedürfnisse und verursacht dadurch andererseits ständigen Sprachwandel (S. 9).

Da der Wortschatz in ständiger Veränderung ist, gibt es Wörter, die nicht mehr benutzt werden, und solche, die neu hinzukommen. Dieser Aspekt soll unter der Überschrift „Die zeitliche Markierung des deutschen Wortschatzes“ angesprochen werden. Unter diesem Aspekt unterscheidet man Archaismen, Historismen, Neologismen und Anachronismen. Meinen Vortrag möchte ich gern den ersten zwei Begriffen widmen und über ihre Rolle und Funktionen in den Texten der schönggeistigen Literatur berichten. Historismen bezeichnen Gegenstände oder Sachverhalte, die es zum gegenwärtigen Zeitpunkt nicht mehr gibt (aber z.T. noch in historischen Überlieferungen oder im Museum), z.B. *duellieren* oder *Habsburgermonarchie* (Römer & Matzke, 2005, S. 38-39). Archaismen sind dagegen Wörter, bei denen es für die Gegenstände oder Sachverhalte neue Bezeichnungen gibt, z.B. *Lenz* (Frühling) oder *Eisdiele* (Gelateria) (Böll, 1963, S. 291).

In den deutschen Texten erfüllen die Historismen und Archaismen einige bestimmte Funktionen. Die häufigste Verwendung von Archaisierungen zielt sicher auf die Erzeugung einer historischen Stilfärbung in Texten. Solche Archaisierungen findet man vor allem in der schönggeistigen Literatur des 19. Jahrhunderts, in den historischen Romanen, Märchen, in Balladen und Volksliedern. Literarische Archaisierung kann auch eine distanzierte Haltung zum Ausdruck bringen, eine spielerische Funktion erfüllen oder mehrere Intentionen zugleich verfolgen. Als Beispiel kann man die Erzählungen von Heinrich Böll (1963) anführen, wo man verschiedenartige Historismen und Archaismen treffen kann, z.B. „...der griechische *Hoplit*, bunt und gefährlich, wie ein Hahn sah er aus: gefiedert, und im Treppenhaus selbst, auf dieser Wand, die hier mit gelber Ölfarbe gestrichen war, da hingen sie alle der Reihe nach: vom Großen *Kurfürsten* bis Hitler...“ (S. 267); Wieder lag ich dann schief auf der Bahre und wurde vorbeigetragen an den *Rassengesichtern* (S. 267).

Der Hoplit war ein Angehöriger der Haupttruppe der griechischen Heere der archaischen und klassischen Zeit. *Die Kurfürsten* existieren schon nicht mehr. Die *Rassengesichter* sind die in der faschistischen Schule üblichen Tabellen mit Abbildungen von verschiedenen Rassetypen.

Also, die primäre stilistische Funktion der Archaismen und Historismen ist die Prägung des Zeitkolorits. Wenn wir heute Bölls „...Und sagte kein einziges Wort“, „Wo warst du, Adam?“ oder „Mein trauriges Gesicht“ lesen, stoßen wir auf eine ganze Reihe unverständlicher Lexeme. Aber für den Dichter selbst waren diese Ausdrücke eine ganz natürliche sprachliche Ausformung der aktuellen Zustände, Einrichtungen und Gegenstände. Das bedeutet, dass viele für uns seltsame Ausdrücke geläufig in der Zeit von Böll waren, er konnte keine anderen zur Schilderung seiner Gegenwart wählen (Riesel & Schendels, 1975, S.65).

Wörter und Wendungen verschwinden oft auf einmal aus der gesamten Sprache nicht. Sie können aus der neutralen Literatursprache abgehen, aber in einzelnen sozialen oder territorialen Dialekten sowie in der volkstümlichen Umgangssprache als gängige Lexeme bleiben. Am längsten halten sich veraltete Ausdrücke im offiziellen Verkehr, z.B. der alte Titel *Magnifizenz* für den Rektor einer Universität ist noch immer im Umlauf (Riesel & Schendels, 1975, S.66).

Eine weitere stilistische Verwendungsmöglichkeit der Archaismen und Historismen steht im Dienst von Humor und Satire (Riesel & Schendels, 1975, S. 67). Heinrich Böll (1963) schrieb in seiner Erzählung „Wanderer, kommst du nach Spa...“ Folgendes: „... da war das besonders schöne, besonders große, besonders bunte Bild *des Alten Fritzen*“ (S.82). Gemeint wird der preußische König Friedrich II. Hier wird er ausgelacht und durch die Wortwahl wird angedeutet, dass er schon zu viel seinen Posten bekleidet. Den gleichen Kunstgriff benutzt Heinrich Böll (1963) in seinem Aufsatz „Über mich selbst“: „... während mein Vater den Krieg verfluchte und *den kaiserlichen Narren...*“ (S.337). Gemeint ist der letzte deutsche Kaiser Wilhelm II.

Das Thema historische Schichtung bzw. Bewegung im Wortschatz von Sprachen ist in den letzten Jahren wieder verstärkt behandelt worden. Viele Wissenschaftler beschäftigen sich heutzutage mit den sogenannten Relikten der alten Zeiten, die man auch als Historismen und Archaismen bezeichnet. Natürlich werden die heutigen Neologismen in 50 Jahren zu den Archaismen gezählt. Aber es macht mir besonders Spaß, diesen Sprachwandel zu beobachten und zu untersuchen, weil die Sprache das Einzige bleibt, wenn man alles verliert. Deshalb muss man sie pflegen.

LITERATUR

- Böll, H. (1963). *...Und sagte kein einziges Wort*. Moskau: Verlag für fremdsprachige Literatur.
- Riesel, E., & Schendels, E. (1975). *Deutsche Stilistik*. Moskau: Vysshaya Schkola.
- Römer, C., & Matzke, B. (2005). *Lexikologie des Deutschen*. Tübingen: Gunter Narr Verlag.
- Wiesinger, P. (1997). *Sprachliche Varietäten – Gestern und Heute*. Berlin: Walter de Gruyter.
- Wittgenstein, L. (1990). *Philosophische Untersuchungen*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

**IMPLICIT MEANS OF REALIZATION OF THE SPEAKER'S
COMMUNICATIVE INTENTION
(A STUDY OF MODERN ENGLISH DIALOGICAL DISCOURSE)**

Arynich M. O.

Kyiv National Linguistic University

Nowadays, language is beyond controversy the main tool of the XXI century. It has been long ago when people stopped using it for the purpose of simply stating facts. Time has changed, so has the ethical framework. More sophisticated ways of communication replaced the primitive style of expressing one's thoughts, feelings, and intentions. Thus, to achieve own target effectively people interact indirectly.

There is a distinct difference between the meaning of words, phrases, or sentences, and what people mean by using them. While employing them the speaker expects the hearer to understand their idea. There is a certain **mutual presumption** for that. The speaker and the hearer are aware of the fact that they comprehend each given expression in the same way. Although in real communication the message content is determined not only by lingual units but also by certain extralingual factors (Etsuko, 2006, p. 2).

It is what is said does not correspond to that what is meant. The whole J. J. Austin's theory of speech acts is based on this statement. He classified speech acts into three following types: locutionary acts, illocutionary acts, and perlocutionary acts. The scholar claims that by delivering a sentence the speaker performs an illocutionary act that has a certain **force**. This differs from the locutionary act of delivering the sentence, which has a specific meaning, and also from the perlocutionary act, targeting to achieve a desired effect. The subject of interest of this thesis is mainly illocutionary acts contrasted with the other two. Further Austin divided into some types that he classified according to the intention of the speaker, i.e. informing, asking, ordering, promising, warning, etc. (Austin, 1962, pp. 105-107).

Speakers deal with conversational implicatures on a regular basis and are mostly unaware of it by taking it for granted (Davis). Conversational implicatures are things that a hearer identifies from the way something was introduced to them, rather than what was actually said (Grandy, Warner). To characterize the phenomenon of implicature P. Grice developed a theory intended to clarify and foresee conversational implicatures. He determined a general **Cooperative principle** and four **maxims** (quality, quantity, relation, manner) which are followed by the participants of the discourse in order to achieve a felicitous communication. Furthermore, P. Grice presented a theoretical account of conversational implicature in view of which one should stick to such general facilities as cooperative presumption, determinacy, and mutual knowledge from both sides of the speaker and the hearer.

Realization of intention is a complex process that requires activation of such constituting intention aspects as motivational and emotional, cognitive as well as communicative. Effective communication is tightly connected with such concepts as accomplishment of a goal and realization of the speaker's **intention**. A speech act

could be considered effective only when the speaker's intention is understandable to the listener. In other words, correct comprehending of the speaker's communicative intention is an essential condition for the process of communication to be reckoned as effective. If the speaker's intention is unknown, the meaning of what is said cannot be understood in a proper manner. The deficit of understanding of intention implemented in a message is taken to be the main factor preventing efficient communication (Frydrychowicz, Matejczuk, 2006, pp. 90-91).

In order to study the functionality of successful communication, it is necessary to operationalize the term **felicity conditions**. These are a set of rules that both the speaker and the hearer use as a code to elaborate and distinguish actions. John Searle characterized and organized felicity conditions into four types (propositional content condition, preparatory condition, essential condition, sincerity condition) (Etsuko, 2006, p. 2). By violation/observation of the felicity conditions the speaker or the listener provokes a communicational situation to end either successfully or not (Etsuko, 2006, p. 13).

Summing up, we have ascertained that there is a wide range of ways in which what the speaker intends to convey could be stretched out beyond what their words mean. Due to its ambiguity the speech act cannot be juxtaposed with the attitude it is to express. We have also considered the theory of speech acts which incorporates the notion of speaker meaning since speech acts are rather of communicative nature than conventional one. Mentioning J. J. Austin's felicity conditions and J. Searle's types of them and P. Grice's Cooperative principle and four maxims, we came to the conclusion that by violating or following them a speech act may succeed or fail. Communication is not a direct process of putting thoughts into words. One needs to decode the words in order to achieve a successful interaction. Thus, communication is not only the process of conveying linguistic meanings but also expressing certain attitudes, and comprehending the attitudes expressed.

JITEPATYPA

Austin, J. L. (1962). *How to do things with words*. Oxford University Press.

Bach K., & Harnish R. (1979). *Linguistic communication and speech acts*. Cambridge: M.I.T. Press.

Etsuko O. (2006). *Austin's Speech Act Theory and the Speech Situation*.

Davis W. Implicature. (n.d.). In *the Stanford Encyclopedia of Philosophy*.

Rhttps://plato.stanford.edu/archives/fall2014/entries/implicature/etrieved from:

Frydrychowicz S.,& Matejczuk J. (n.d.). The Role of Intention in the Process of Interpersonal Communication. In *Psychology of Language and Communication*.

Retrieved from: http://www.plc.psychologia.pl/plc/plc/contents/fulltext/10-2_4.pdf

Grandy R. E.,& Warner R. Paul Grice. (n.d.). In *the Stanford Encyclopedia of Philosophy*. Retrieved from:

<https://plato.stanford.edu/archives/win2017/entries/grice/>

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT IN THE UK

Azarova A.K.

Kyiv National Linguistic University

As recently as a decade ago, the environmental management in Britain agenda was still regarded by many organisations as, at best, a fringe issue. However, with the effects of increased natural resource use is beginning to have a noticeable negative effect on the world's climate, the green agenda is increasingly well recognised.

This kind of management is of increasing importance to all types of organisations, both within the UK and worldwide, so there is a growing need for qualified and trained environmental managers and, as environmental challenges become ever more apparent, this demand shows no signs of abating.

Environmental management is not easy to define. As Barrow (2005) has acknowledged, it can refer to a goal or vision; to the application of a set of tools; to a philosophical exercise seeking to establish new perspectives towards the environment and human society's est. Environmental managers are a diverse group of people who make decisions about the use of natural resources. Indeed, environmental management involves all people to some extent because all human activities ultimately have some sort of environmental impact. However, some individuals are more directly connected with resource use, and some special interest groups are particularly concerned with resource exploitation and with issues related to pollution. Otherwise stated, it is a systematic approach whereby an organisation takes responsibility for the environmental impact of its activities. The successful management of environmental impacts is to allow the use of energy, natural resources, and waste in a manner that ensures the long-term sustainability of an organisation.

Environment provides the resources for organisations to function, but should environmental considerations be sidelined in difficult economic times? Should a manager be questioned how high it should be on the management agenda, then the indirect benefits of environmental management should be considered? The business case can be built on reduced energy and resource costs, increased innovation, and enhanced loyalty of customers and employees, showing benefits that might not be immediately apparent. To be effective, however, organisations must be genuinely committed to developing their environmental strategy, policy and actions. It is unwise to adopt a "green-washing" approach, whereby superficial compliance is shown by an organisation. Although this may provide benefits of the business case in the short term, it is very likely to result in increased stakeholder dissatisfaction, once exposed.

There is a number of issues, which impede the effective implementation of a policy, such as lack of awareness among employees or senior management leadership, denial of the issues, lack of guidance on legal requirements and standards available. Developing an effective programme, here are some suggested steps to take.

Establish what the existing resource needs of the organisation are, by conducting an initial environmental review. This may include energy, water usage, waste recycling and other areas, which are specific to the organisation. The outcome of the

review will provide the managers with the basic information to manage the significant environmental impacts and to construct a meaningful policy.

Engage employees in debates to identify areas where environmental initiatives including cost savings can be made, whether large or small, and prioritise action.

Monitor progress in terms of environmental impact reduction and savings realised. Review the effectiveness of the actions taken, to allow progress to be maintained against longer term objectives. Set key indicators to enable successes to be measured and to determine whether further action is needed in certain areas.

Communicate success, progress and ensure that ongoing challenges are routinely communicated to the board, employees, and wider stakeholders. Aim for continuous improvement, as company energy use and resource needs change. Monitor stakeholder priorities, which may require taking a periodical look at the environmental commitments made by the organisation.

Consider setting aside cost savings derived from environmental improvements to be used to support development of further environmental policy commitments. Stick to the SMART (Specific, Measurable, Achievable, Realistic and Time-bound) principles for setting environmental policy objectives.

While there are many factors that need to be taken into account in an environmental improvement programme, these are a range of the more common cross-sectoral examples of actions to reduce environmental impact: review the use of water at each site, carry out a waste review and implement waste minimisation strategy, install Double glazing and solar panels, turn off electrical appliances, ask the suppliers about their environmental management policies. Furthermore, there are numerous environmental regulations and laws, which cover, for example, water quality, noise, emissions, and pollution control. Non-compliance can lead to prosecution, fines, and bad publicity for organisations.

The environment is a current hot topic, and one that is likely to grow in importance in the light of increasing global temperatures, decreasing natural resources, increasing energy prices and establishment of carbon trading pressures. While arguments on the need for more government action or the existence of boardroom resistance may be raised, organisations must now rise to the challenge of working towards an environmentally efficient, low carbon economy. Those that do so now are likely to be more competitively positioned in the future.

LITERATURE

Berry, A. (2009). *Emerging themes in management control: A review of recent literature*. Retrieved from <http://eprints.lancs.ac.uk/45413/>

Chartered Management Institute (2008). *Environmental Management. Guidance for managers*. Retrieved from <https://www.bl.uk/collection-items/environmental-management-guidance-for-managers>

What is environmental management? Retrieved from https://www.soas.ac.uk/cedep-demos/000_P500_ESM_K3736-Demo/unit1/page_10.htm

ISSUES OF SOCIAL PROTECTION OF INTERNALLY DISPLACED PERSONS

Babash G.A., Kravchuk N.B.
Kyiv National Linguistic University

The military aggression of the Russian state has hurt millions of Ukrainians who have lost their homes, jobs, and loved ones. The result of the conflict was the change of the place of residence of citizens from Donetsk and Luhansk regions. However, not every refugee could find shelter in the territory of Ukraine. Renewing documents, receiving social assistance, housing, obtaining a certificate and subsidies – are aimed at improving the living standards of immigrants. However, the legislation governing the provision of social assistance is not perfect. Hundreds of refugees cannot get urgent help because of the complexity of the registration process. Therefore, ineffective steps (adoption of laws that do not comply with the Constitution of Ukraine and international legal norms) need to be determined by imperious structures that require urgent correction or radical changes.

The problem of the process of social security for internally displaced persons was considered by such scholars as V. Smal, A. Poznyak, V. Kokot and others. However, they did not consider any laws and regulations, which should be corrected to further improve the social protection system of refugees who suffered from Russian aggression.

To examine laws and regulations that affect the progress of financing and support of internally displaced persons. To identify the main gaps in the legislative framework.

Military aggression is an international military conflict that threatens the integrity, peace and freedom of the country. In 2014, Ukraine faced that phenomenon. Donetsk and Luhansk regions have become the center of aggression, resulting in the loss of housing millions. Even today, military actions have not been stopped, and the number of refugees is increasing.

Internally displaced persons are those who are forced to flee from their place of residence as a result of armed conflict, hostility or terrorist acts. According to the data of the structural units of social protection of the population of the oblast and Kyiv city state administrations, 1780946 internally displaced persons (hereinafter IDP) were registered from May 16, 2016. As a result, the Ministry of Social Policy launched a series of public initiatives that would facilitate the provision of accommodation for refugees. For this purpose, the Law of Ukraine was adopted on December 28, 2014 № 77-VIII “On ensuring the rights and freedoms of internally displaced persons” and by the Cabinet of Ministers of Ukraine was adopted from October 1, 2014 № 505 “On the provision of monthly targeted assistance to persons who move from temporarily occupied territory of Ukraine and areas of anti-terrorist operations to cover the cost of living, including the payment of housing and communal services”. Those documents have become the guarantee of accounting for further assistance to them, namely, ensuring the implementation of employment rights, pensions, compulsory state insurance, social services and education.

Social security authorities began to exclude certain categories of persons from a single database without a written or oral warning. They have ceased to pay maintenance or other types of financial assistance, which contradicts the resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated November 5, 2014, № 637 “On the implementation of social payments to persons who move from temporarily occupied territory of Ukraine and areas of anti-terrorist operation”.

Suspension of issuance of certificates or exclusion from the lists of IDP has led to deterioration in the living conditions of refugees, especially pensioners, people with disabilities and orphans. In order to overcome this problem, the Cabinet of Ministers of Ukraine issued the following resolution dated March 4, 2016 № 167 “On Amendments to certain Resolutions of the Cabinet of Ministers of Ukraine”, but the issues connecting registration were not overcome. However, the receipt of pensions and social benefits on the contrary complicated. Electronic pension certificates were introduced, which, at first glance, should have facilitated the process of putting personal information into a single base, simplifying and speeding up the withdrawal of funds.

Another obstacle to the problem of obtaining public support for IDP was the adoption by the Government of Ukraine of the Resolution on June 8, 2016 № 365 “Some Issues of Social Payments for Internally Displaced Persons”. The peculiarity of this resolution was the control over the payment of social assistance to refugees for an unregistered place of residence. However, as the result, the resolution only discriminated Ukrainian refugees. First of all, that was expressed in the violated Law of Ukraine “On Pension Provision”, which refers to the payment of pension benefits regardless of the place of residence. However, this paragraph of the Law does not apply to IDPs who are unable to have an independence life because of the constant interference with their right to freedom of action and moving.

From the above it follows that today the process of issuing certificates and providing social assistance to IDP is unstable due to the unsolved social assistance apparatus. Despite the fact that the military conflict has been going on for 4 years and the IDP still needs full support and protection from the elected authorities, our country continues to improve legislative regulation to help refugees in terms of material payments, housing, employment assistance, subsidies and more. Social welfare of the population and the defense of its rights are the most important for our state. So, with the support of both the Ukrainian authorities and international representatives, we will continue to improve the conditions for internally displaced persons who suffered from Russian aggression.

LITERATURE

- Закон України “Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб”. (2014). Взято з <https://законодавство.com/ukrajiny-zakony/zakon-ukrajini-pro-zabezpechennya-prav-svobod.html>
- Експерти благодійного фонду “Право на захист”. (2017). Права внутрішньо переміщених осіб. Українська Гельсінська спілка з прав людини. Взято з <https://helsinki.org.ua/prava-vnutrishno-peremischnyih-osib/>

LES MOYENS LEXICAUX ET GRAMMATICaux DE LA FORMATION DU FÉMININ DES PROFESSIONS DANS LE DISCOURS MÉDIATIQUE FRANCOPHONE

Bakoun A.V.

Université nationale linguistique de Kyiv

Dans le domaine de la linguistique romane le sujet de la féminisation des noms de métiers a surtout été étudié par rapport à la langue française et ce sujet est toujours d'actualité. Ceux qui ont appris ou étudié le français savent que les manuels et les grammaires n'ont indiqué que la forme masculine pour quelques noms de métier comme *professeur, auteur, écrivain, ingénieur etc.* D'autre part, l'accession des femmes de plus en plus nombreuses à des fonctions de plus en plus diverses est devenue une réalité qui devait trouver sa traduction dans le vocabulaire. C'est grâce à une forte féminisation de l'emploi et égalité professionnelle entre les hommes et les femmes au cours des dernières décennies la question du féminin des professions s'avère l'une des plus délicates.

On considère depuis toujours comme une curiosité de la langue française le fait que pour certaines professions il ne semble pas y avoir de forme féminine bien qu'elle soit possible d'après les règles du système linguistique.

La féminisation des noms de métier, fonctions, grades ou titres dans les langues romanes est une thématique fascinante et en même temps très complexe vu l'importance des facteurs impliqués. Elle s'inscrit dans un contexte interdisciplinaire qui englobe l'histoire, la linguistique, la sociologie, la politique et d'autres matières.

La féminisation des noms de métiers, titres, grades et fonctions en France et aux pays francophones prend sa source dans le fait que la féminisation est effectivement utilisée d'une manière courante dans la presse d'aujourd'hui (Alfaro, 2010).

La féminisation est un procédé consistant à marquer des formes féminines de noms ou d'adjectifs là où les règles grammaticales classiques préconisent l'usage de formes désignées comme non marquées en théorie, mais équivalent à une masculinisation en pratique, puisque le masculin est désigné explicitement comme genre non marqué (Khaznadar, 2002).

On distingue, d'une part la féminisation de la terminologie, ou création de termes désignant au féminin des métiers, titres, grades et fonctions, et d'autre part la féminisation des textes, ou techniques d'introduction explicite des marques du féminin lors de la rédaction de textes (notes de service, articles de journal, etc.) (Bouchard, Guilloton, 1999).

Concernant le féminin de la langue française, on peut distinguer deux types différents : les féminins lexicaux et les féminins grammaticaux.

Les féminins lexicaux sont les noms pour lesquels par des moyens lexicaux, nous pouvons distinguer qu'il s'agit d'une femme (par exemple *une consœur* contrairement à *un confrère, une diaconesse* à *un diacre, une soubrette* à *un valet, une truie* à *un cochon*, etc.). Les féminins grammaticaux, en revanche, sont des féminins dont le féminin est formé par l'ajout d'un morphème grammatical (par exemple en ajoutant la terminaison "e") (Houdebine-Gravaud, 1998).

Pour féminiser les noms de métiers, il faut faire une opposition morphologique, une opposition entre les individus de sexe différent. Le masculin et le féminin s'opposent formellement soit par une flexion à l'aide d'une consonne orale au féminin (*un pompier / une pompière*), soit par la présence d'un suffixe au féminin (*un maître / une maîtresse*) (Dubois, 2001, p.155).

Si l'opposition ne peut être faite à travers la flexion ou le lexique, on peut marquer le genre naturel d'un substantif, en utilisant un autre terme qui introduit les différences convenables. En ce qui concerne les noms de profession qui ont existé jusqu'à récemment au masculin (*professeur, sculpteur, docteur, ingénieur*) pour former le féminin, on peut faire le choix entre deux constructions : on fait suivre le substantif de femme (*un professeur femme, un sculpteur femme, un docteur femme, un ingénieur femme*) ou on construit le terme de profession comme épithète de femme (*une femme professeur, une femme sculpteur, une femme docteur, une femme acteur*) (Dubois, 2001, p.155).

D'une manière générale, on peut constater que dans l'ensemble du corpus écrit, à savoir les textes administratifs et ceux de la presse francophone, les hommes sont beaucoup mieux représentés que les femmes. Les femmes sont donc considérablement moins visibles dans les sources écrites. Cela explique certainement que dans certains domaines professionnels, la pression pour fixer les formes féminines reste faible. Plus il y aura de femmes dans ces fonctions, plus fort sera le besoin de trouver des équivalents féminins.

Une féminisation complète reste certainement difficile, voire impossible, à obtenir pour de nombreuses raisons, les différentes expériences tentées montrent qu'il est difficile de s'accorder sur des règles fixes, pourtant rendues possibles par la forme des mots. Tous les arguments contre la féminisation, justifiés par les raisons historiques, socioculturelles ou grammaticales, ne sont pas pour nous des arguments décisifs. La langue évolue inévitablement. Nous aurions ainsi tendance à dire que cela sera donc l'usage qui tranchera sur une forme ou une autre.

LITTÉRATURE

- Alfaro, G.-M. (2010). L'apport des médias et des ouvrages de référence. La féminisation des noms de métier..., une question de mentalités. *Revista de Lenguas Modernas*, 12, 2010. 139-149.
- Bouchard, P., Guilloton, N. (1999). *La féminisation des noms de métiers, fonctions, grades ou titres au Québec, en Suisse romande, en France et en Communauté française de Belgique*. Paris, France: Duculot.
- Dubois, J. (2001). *Grammaire*. Paris, France: Larousse.
- Houdebine-Gravaud A.-M. (1998). *La féminisation des noms de métiers: En français et dans d'autres langues*. Paris, France: L'Harmattan.
- Khaznadar, E. (2002). *Le féminin à la française*. Paris, France: L'Harmattan.

LAS PECULIARIDADES DE LA FORMACIÓN Y EL FUNCIONAMIENTO DE LOS NEOLOGISMOS EN EL DISCURSO PERIODÍSTICO

Baran M.M

Universidad nacional lingüística de Kyiv

La renovación del léxico de la lengua tiene en la actualidad un dinamismo superior al de otras épocas. El progreso continuo en el campo de la ciencia y de la técnica es uno de los determinantes de ese cambio constante y veloz. El otro determinante es la influencia que tienen en la actualidad los medios de comunicación. La prensa escrita es un observatorio extraordinario para ver día a día cómo surgen palabras nuevas o cómo se resucitan voces que parecían en desuso. Al ser testimonio de una sociedad global, el discurso periodístico es una fuente inagotable de neologismos y de voces inicialmente neónímicas que son muestra de las tendencias léxicas de la lengua española. Los diarios, sus suplementos y revistas publican diferentes variedades textuales destinadas a un público diverso. Encontramos en sus páginas, creaciones o usos lingüísticos del mundo de la política, de la economía, de la moda, del sector automovilístico, de los viajes, de la salud, de los deportes, de los toros, jardinería, animales domésticos, gastronomía, y un largo etcétera.

El término neologismo nace en el siglo XVIII para designar una afectación en la manera de expresarse; el de neología, unos lustros más tarde, se refiere al arte de innovar siguiendo el progreso de las ideas (Ramos, 1997, pp. 9-10). Será a partir de los años 70 cuando la neología léxica adquiere más fuerza.

El presente estudio pretende, pues, verificar si realmente vivimos un momento excepcional de creación neológica; qué papel desempeña la prensa escrita en la difusión de innovaciones léxicas –patrias o foráneas- y cómo se presentan al lector; en qué medida los diferentes recursos usados en la actualidad, para la identificación y registro de neologismos, son capaces de recoger todas estas innovaciones; qué motiva su creación y cuáles son los procedimientos de formación de las nuevas lexías; qué posibles criterios se adoptan en la elaboración de diccionarios a la hora de incluir o excluir estos neologismos en sus nomenclaturas, y hacer un pronóstico de las innovaciones léxicas registradas con mayor posibilidad de ser incluidas en el DRAE (“Diccionario de la lengua española”) en el futuro.

Los métodos de nuestra investigación: se usa el método de análisis contextual que permite revelar las relaciones entre los neologismos y otros elementos del texto periodístico, el método de descripción de los neologismos.

El análisis llevado a cabo en nuestro trabajo consta de cinco partes: 1) estudio de la procedencia de los términos y los tipos de neologismos; 2) examen del campo semántico donde aparece el número más elevado de estos; 3) determinación de los procedimientos de formación y análisis de otros recursos, entre los que incluimos los términos de procedencia extranjera; 4) análisis de los periódicos españoles; 5) estudio de los criterios que puede haber seguido el Diccionario de la Academia en su edición de 2001 para rechazar o aceptar los neologismos.

Las causas que propician la introducción de nuevas creaciones en el lenguaje periodístico son muy variadas. Guerrero Salazar (2008) comenta que, además de la

heterogeneidad de códigos y la necesidad de conseguir un estilo propio, hay que tener en cuenta el contagio sociocontextual, la ignorancia y el error, la economía o administración del espacio periodístico, los recursos para la correferencia.

Aguirre Martínez (2013) distingue, en su estudio sobre neologismos en la prensa, dos tipos de motivaciones para su creación: semánticas y pragmáticas. A la lista de los lingüistas que dedican su atención al plano léxico de los textos periodísticos examinando la creatividad lingüística también pertenecen S. Hurtado González, M. V. Romero Gualda.

En vista de lo anterior, lo que es incuestionable es que la prensa, ya sea como creadora o como mera transmisora de innovaciones léxicas es una de las fuentes más importantes para la realización de estudios sobre neología. Hay que recordar que la Real Academia Española (RAE), reacia durante mucho tiempo a los neologismos, acabó por incorporarlos a su diccionario. Al contrastar la permanencia de los neologismos en los periódicos españoles, advertimos que una gran mayoría es de creación nueva. De este dato deducimos el carácter efímero de los neologismos que aparecen en la prensa (por ejemplo neosalvajismo, chiringuito financiero).

El lenguaje periodístico, además de ser vehículo difusor de aspectos concretos sobre economía, política, sociedad, deportes, etc., con sus rasgos lingüísticos característicos, describe el estado actual de las cosas, los nuevos conceptos de vida, las nuevas ideologías, las nuevas tendencias, las novedades en todas las áreas, poniendo de manifiesto la capacidad del léxico de adaptarse a las nuevas situaciones y a las más diversas realidades, y la creatividad del periodista para, muchas veces, sorprender al lector por la fuerza expresiva de las voces creadas. La sociedad española ha cambiado, y la lengua, como hecho social que es, ha acompañado estos cambios adaptando y creando nuevas palabras para las nuevas realidades que nos ha tocado vivir.

LITERATURA

- Aguirre, C. (2013). *Tejedora de palabras: la lengua y la literatura en relación con los medios de comunicación*. Madrid, España: Fragua.
- Ramons, G. (1997). *Neologismos en el español actual*. Madrid, España: Arco / Libros.
- Salazar, G. (2008). *La lengua española en los medios de comunicación y en las nuevas tecnologías*. Madrid, España: Laberinto.

PROSODIC ORGANISATION OF UTTERANCES EXPRESSING THE EMOTION OF HAPPINESS IN THE ENGLISH FILM

Behur O. P.

Kyiv National Linguistic University

It is very important to learn questions connected with ways of marking happiness in different English movies, make an analysis of correlation of prosodic means and their realization in the films because the expression of prosodic means of emotion 'happiness' in the English film is the material that has never been accurately worked at as well as investigated before.

It is known that intonation is used for a range of functions such as indicating the attitudes and emotions of the speaker, signaling the difference between statements and questions, and between different types of questions, focusing attention on important elements of the spoken message and also helping to regulate conversational interaction. Only due to intonation the phrases are allocated in the stream of speech, statements are contrasted or compared due to their goals (narration, expression of will, question), subjective attitude is conveyed.

Performing important functions (logical and grammatical, figurative, emotional, stylistic, aesthetic), intonation gives the silent the ability to deliberately diversify the expressive means of broadcasting, transmit different semantic and emotional shades of thought and subtext which is an instrument of intellectual, emotional, volitional influence on the listener. For example, there is such an utterance at the beginning of the movie 'One Hundred and One Dalmatians' (1961) that we have been working on:

But if it were left up to Roger, we'd be "bachelors for ever.

Using the Fall-Rise tone in the first part of the utterance, and the High-Fall in the second, such hidden emotion as irony began to show. It is used to dispose the viewers on a bright funny story. Besides the tones, joyful music is perfectly put over.

Daniel Black (Black, 2015) says that "the power of speech does not rely upon meaning. Words carry energy all by themselves. They vibrate through the air, with the intention of the speaker, shaping consciousness and touching hearts whether understood or not" (Black, 2015, p. 142). It means that the speaker is the very governor of his words. Thus, the narrator has all rights to make pauses where he wants, accelerate the tempo, increase the loudness and even break some common rules. For example, the addresser may stress those parts of speech which are usually unstressed in order to highlight the emotion that this word carries. For example, one of such interesting expressions in the same movie 'One Hundred and One Dalmatians' (Geronimi, Luske, Reitherman, 1961) is the next:

At least, I was de%termined to %do my %best.

Here we may observe a great example of a stressed personal pronoun that is usually unstressed due to the rules. But it was done purposefully to highlight serious dog's intention. Not being afraid of being repeated, I have to admit that this utterance sounds a bit ironically with music and settings.

What is more, it is necessary to notice that different historians, philosophers, and linguists have documented historical and linguistic variations in the concepts of happiness across time and cultures. For example, "Happiness in American English today covers a wide range of positive feeling states, whereas happiness in Polish, Russian, German, and French is used to refer to a rare event or condition" (Oishi, Graham, Kesebir, Galinha, p. 25). In this movie the emotion of happiness really covers a wide range of positive feeling states. The proof for it is even the presence of many songs sang with High tones. The songs express completely different meaning that is why they do not express a rare event or condition.

Speaking about prosodic organization of utterances, such means as loudness, tempo and rhythm change from time to time. Some of these prosodic means change with the modification of meaning but some of them without. What does it depend on? It goes without saying that it attracts viewers' attention but what for? What is the

main purpose of it? There is a great quote said by French philosopher Michel de Montaigne (Regosin, 1996, p. 114) that “Speech belongs half to the speaker, half to the listener”. Saying in other words, that’s a great way to say that both a speaker and a listener can accept some information in their own manner. The expressions from the movie ‘One Hundred and One Dalmatians’ (Geronimi, Luske, Reitherman, 1961) give us the priceless possibility to mull over the information as well as speaker’s feelings and intonation in our own way off the cuff. For example: *Perdy! Perdy!*



Figure 1. The tonogramme of the utterance. The picture made by the author with the use of standard Microsoft Office graphic tools.

To sum up, it needs to be highlighted that the peculiarity of understanding and expressing the message on one’s own way is at the same time a big challenge for everybody as depending on the situation of communication, the needs of communication and the intentions of the speaker, different components of the intonation can play a leading role in expressing the meaning of emotional discourse and it is really difficult to choose the most suitable one.

LITERATURE

- Black, D. (2015). *The Coming: A Novel*. New York: St. Martin’s Press. Взято з https://books.google.com.ua/books?id=_6AzCgAAQBAJ&pg=PA6&hl=uk&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q=the%20power%20of%20speech&ffalse
- Regosin, R. L. (1996). *Montaigne's Unruly Brood: Textual Engendering and the Challenge to Paternal Authority*. Berkeley: University of California. Взято з <https://books.google.com.ua/books?id=XysxAGpMIpUC&printsec=frontcover&hl=uk#v=onepage&q=a%20speech%20belongs&f=false>
- Oishi, Sh., Graham, J., Kesebir, S., Galinha, I. C. *Concepts of Happiness Across Time and Cultures*. Взято з <http://www-bcf.usc.edu/~jessegra/papers/OGKG.inpress.HappinessConcepts.PSPB.pdf>
- Geronimi, C., Luske, H., Reitherman, W. (Directors). (1961). *One Hundred and One Dalmatians*. United States: Walt Disney Productions. Взято з <https://123movieshub.to/film/101-dalmatians-9599/watching.html?ep=137848>

LE DISCOURS POLITIQUE FRANÇAIS DANS SON ASPECT FONCTIONNEL

Bogush N.

Université nationale linguistique de Kyiv

De nos jours la sphère politique devient beaucoup plus actuelle qu’auparavant. Les politiciens jouent sur l’arène globale : on leurs confie le gouvernement du pays, l’aménagement de la vie quotidienne, la fixation des salaires etc. On entend *les*

discours politiques régulièrement puisqu'ils sont transmis à la radio, à la télévision, on les trouve même sur Internet. L'omniprésence de ce phénomène pose le nombre de questions. Quelles sont donc les principales fonctions des discours politiques ?

Pour avoir la possibilité de se plonger plus profondément dans l'étude des fonctions *du discours politique*, il faut d'abord comprendre son origine naturelle. Conformément à Alexandre Dorna, *un discours politique se diffère des autres* (Dorna, 2007, p. 1). Selon la pensée de Dorna, le but du discours politique est de créer les conditions pour installer une idéologie (représentation collective) concernant le changement ou le maintien d'une réalité humaine à un moment donné (Dorna, 2007, p. 1).

Par conséquent, on doit s'efforcer de combiner quatre composants parmi lesquels se trouvent *le contexte, la parole, les enjeux et les stratégies discursives* afin d'obtenir l'effet désirable (Dorna, 2007, p. 4). Évidemment, on peut remarquer que la position du discours politique se trouve au croisement des chemins de la psychologie, de la linguistique, de la sociologie et de la théologie ce qui explique la position transdisciplinaire de phénomène analysé. Certains scientifiques considèrent qu'il n'est qu'un cas de figure de la linguistique et d'autres de l'influence sociale, régi par des règles et principes d'une théorie de la communication (Dorna, 2007, p. 3).

C'est le point plutôt indiscutable, comme le montre Rodolphe Ghiglione, que *le discours politique est un sujet qui vise à influencer dont le but est d'agir sur l'autre pour le faire agir, le faire penser, le faire croire, etc.* (Ghiglione, 1989, p. 9). L'idée d'influence constitue la base du discours politique et indique que le dernier est destiné à avoir un destinataire. D'après Virginie Delmas, la nécessité d'atteindre l'opinion publique a connu un essor avec les évolutions de la communication de masse et a transformé le discours politique contemporain (Delmas, 2012, p. 11). On peut constater que dans ce contexte les médias ont obtenu la fonction double : la transmission du message politique à l'auditoire étendu et la présentation de l'opinion publique. Ce qui instaure le discours politique renouvelé binaire quand même le sujet reste encore à investiguer.

Est-il possible de se plonger dans l'analyse du discours politique sans faire attention à *l'argumentation* ? Si l'on suit l'évolution des études sur le discours politique menées en France dans le domaine des sciences du langage et de la communication, on s'aperçoit pourtant que l'étude de l'argumentation est loin d'y tenir une place centrale (Amossy, 2000, p. 1). Ainsi, au sein des tentatives d'évaluer le discours politique comme tel, Ruth Amossy souligne l'ouvrage de Patrick Charaudeau "Le discours politique". D'après R. Amossy, il néglige le terme d'argumentation comme échange raisonné pour lui substituer la persuasion entendue comme séduction, voire manipulation (Amossy & Koren, 2010, p. 13).

Pour continuer l'analyse des fonctions du discours politique on doit se concentrer sur l'ouvrage "Discourse as Social Interaction", dirigé par van Dijk, Paul Chilton et Christina Schäffner. Les chercheurs proposent une série de *fonctions stratégiques* du discours qui peuvent être employées en même temps comme outils d'analyse critique du discours. Nous citons ci-dessous de façon concise *les fonctions stratégiques* du discours politique, proposées par Chilton et Schäffner en 2011 (Pomerleau, 2017) :

- a) *coercition et résistance* ;
- b) *légitimation et délégitimation* ;

c) *représentation et mal-représentation* (Pomerleau, 2017).

Ainsi, la fonction de *coercition et résistance* concerne les actes de langage qui peuvent entraîner des sanctions. Parmi les exemples de coercition sont les lois et règlements, dont la violation peut résulter en une intervention judiciaire comme une amende ou une incarcération. En ce qui concerne la fonction de *légitimation et délégitimation*, elle consiste, comme on peut deviner d'après son nom, à utiliser des phrases qui aident à légitimer ou délégitimer les actions (Pomerleau, 2017). La légitimation est liée à la coercition au niveau d'utilisation des preuves irréfutables. On parle dans ce cas de tels groupements des mots comme "*les experts ont parlé*", parce que "*la population l'exige*" ou tout simplement parce qu'il s'agit du "*gros bon sens*". La dernière fonction est la fonction de *représentation et mal-représentation*, elle est liée à la manipulation de l'information. La représentation consiste à bien faire paraître une personne ou une chose tandis que mal-représentation consiste notamment à faire mal paraître une personne ou une chose par laisser échapper intentionnellement de certains faits.

En guise de conclusion, il faut dire que pour résumer les fonctions du *discours politique* il suffit de faire recours à une seule notion d'*influencer*, car toutes les stratégies du discours et chaque figure stylistique employée par un locuteur visent à changer d'une manière la plus forte possible le point de vue de son auditeur.

LITTÉRATURE

- Amossy, R. (2000). *L'argumentation dans le discours*. Paris, France: Nathan Université.
- Amossy R. & Koren, R. (2010). *Argumentation et discours politique*. Trente ans d'étude politique dans langage du politique (1980-2010), 94, 13-22.
- Dorna, A. (2007). *Quand le contexte surdétermine le discours politique*. Le journal des psychologues, 4 (247), 23-28. DOI: 10.3917/jdp.247.0023
- Charaudeau, P. (2005). *Le discours politique. Les masques du pouvoir*. Les corpus politiques: objet, méthode et contenu, 4, 206-213.
- Delmas, V. (2012). *Pour une analyse pluridimensionnelle du discours: le discours politique*. La linguistique, 48, 103-122. DOI: 10.3917/ling.481.0103
- Ghiglione, R. (1989). *Je vous ai compris: Ou l'analyse des discours politiques*. Paris, France: Armand Colin.
- Pomerleau, M. (2017). *Que sont les fonctions stratégiques en analyse du discours ?*
Tire de: http://odft.nt2.ca/blogue/que-sont-les-fonctions-strat%C3%A9giques-en-analyse-du-discours#footnoteref1_bsb9pxk

NATIONALE BESONDERHEITEN DES DEUTSCHEN IN ÖSTERREICH

Bondartschuk A. O.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Deutsch ist die Muttersprache für rund 90 Millionen Menschen, wobei Deutsch nicht nur in Deutschland gesprochen wird, sondern auch Amtssprache in nicht weniger als sieben Nationen ist. Außer in Deutschland ist Deutsch die einzige

Amtssprache in Österreich und Liechtenstein (Stedje, 1999). Österreich begann erst nach dem Zweiten Weltkrieg seine Selbständigkeit zu betonen und die Unterschiede zu Deutschland aufzuzeigen. Für die österreichische Sprachpolitik war das Erscheinen des ersten österreichischen Wörterbuchs von großer Bedeutung. In ihm sind sämtliche österreichspezifischen Ausdrücke vermerkt; das Wörterbuch kodifiziert die nationale Variante der deutschen Sprache in Österreich (DUDEN, 2018).

Seit dem 01. Januar 1995 ist Österreich Mitglied der Europäischen Union. Bei den Beitrittsverhandlungen haben die Österreicher darauf bestanden, das Österreichische Deutsch als EU-Amtssprache anzuerkennen. Deutsch ist in Österreich sowohl Amtssprache als auch die Muttersprache von etwa 95% der Bevölkerung. Allerdings wird von der österreichischen Varietät der deutschen Sprache, dem sogenannten Österreichischen Deutsch, gesprochen. Das mündliche österreichische Deutsch ist den vielen oberdeutschen Dialekten zuzuordnen, die zu den Mundartfamilien des Alemannischen (gesprochen in Voralberg sowie dem Tiroler Außerfern) und Bairischen (gesprochen in allen anderen Bundesländern) gehören. Aber auch in seiner schriftlichen Form unterscheidet sich das österreichische Deutsch in einigen Elementen in Grammatik, Morphologie und Syntax vom deutschen Deutsch.

Die größten Abweichungen findet man jedoch im Wortschatz. Einerseits werden Dinge anders benannt *Marille* an Stelle von *Aprikose*. Andererseits haben bekannte Lexeme eine andere Bedeutung, z.B. *Sessel* an Stelle von *Stuhl*; *Fauteuil* an Stelle von *Sessel*, was immer wieder zu Missverständnissen zwischen Deutschen und Österreichern einführt.

Die Austriazismen werden als "die Besonderheiten der deutschen Sprache in Österreich" bezeichnet (Stedje, 1999). Wenn man im Internet auf google.de das Suchwort "Austriazismus" eintippt, erscheinen etwa 11.000 Suchergebnisse. Trotzdem muss es definiert werden, welche von den Ausdrücken, die in Österreich verwendet werden, wirklich Austriazismen sind (Google, 2018). Dagegen gibt es viele Ausdrücke, die außer in Österreich auch in Bayern verwendet werden und trotzdem als Austriazismen betrachtet werden können. Beispielsweise *Maut* oder *Apfelstrudel*, die auch außerhalb von Österreich verwendet und verstanden werden.

Die Besonderheiten des österreichischen Deutsch werden im Buch "Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache" erwähnt. In dem Kapitel "Der deutsche Wortschatz in Österreich" ist die deutsche Sprache in Österreich auf der lexikalischen Ebene beschrieben (Schippan, 1993).

Es sei betont, dass die Eigenheiten, durch die sich das österreichische Deutsch vom deutschen Deutsch unterscheidet, vor allem auf zwei Erscheinungen beruhen. Einerseits die Übernahme mundartlicher Lexik in die Hoch- und Schriftsprache, was für die deutsche Sprache in Österreich kennzeichnend ist, und zweitens die Wortbildungsmodelle, die für Österreich spezifisch sind. Hier kann man unter anderem folgende Wortbildungsmodelle hervorbringen: Personenbenennungen, die auf *-ler* gebildet werden, zum Beispiel *Öbstler* oder *Obsthändler*, da es in Österreich üblich ist, auf diese Art Wörter zu bilden als in Deutschland (Schippan, 1993).

Weiter ist die Bevorzugung von *-l* und *-erl* als Diminutivsuffixe gegenüber *-chen* auch für das österreichische Deutsch kennzeichnend. Dafür gibt es etliche

Beispiele: *Würstl*, *Hendl* oder *Hühnchen*, *Stüberl* usw. Es werden drei Typen von Austriazismen unterschieden.

Zum ersten Typ werden die Wörter und Ausdrücke gezählt, die in Österreich vorkommen und keine Entsprechung im deutschen Deutsch haben wie *Strudel*, *Schmarren*, *Maut*. Der Begriff "*Maut*" kommt ursprünglich aus dem österreichisch-bayrischen Raum, wird aber seit 2003 auch in Deutschland verwendet, weil man dort bei der Einführung einer Straßennutzungsgebühr für LKW keine eigene Bezeichnung für das System hatte (Sedlaczek, 2004).

Zum zweiten Typ gehören die Wörter, die für Österreich und Deutschland gemeinsam sind, aber in Österreich noch eine andere Bedeutung haben, z.B. *Bäckergeschäft*, das heißt ein Wirtschaftsunternehmen, das auch die Bedeutung "süßes Kleingebäck" hat; ein *Sessel* nennt man in Österreich das Sitzmöbel, das in Deutschland "Stuhl" genannt wird.

Den dritten Typ bilden die österreichischen Besonderheiten, die im deutschen Deutsch eine Entsprechung haben und in Österreich anstatt von den standarddeutschen Ausdrücken verwendet werden, z. B.: *deppert* für *doof*, *Matura* für *Abitur*, *Beiried* – *Roastbeef*, *Germ* – *Hefe*, *Karfiol* – *Blumenkohl*, *Marille* – *Aprikose* und *Palatschinken* – *Pfannkuchen*.

Die Sprache ist ein lebendiges Medium – sie verändert sich und entwickelt sich ständig. Neue Ausdrücke und Wortkombinationen entstehen und Lehnwörter werden in der Alltags- und Schriftsprache integriert. Wie überall findet auch im deutschsprachigen Raum ein ausgebreiteter Sprachtausch statt. In Österreich ist der sprachliche Einfluss vom deutschen Deutsch bemerkbar und oft werden Formen des österreichischen Deutsch und des deutschen Deutsch bunt gemischt.

LITERATURVERZEICHNIS

- Ammon, U. (1995). *Die deutsche Sprache in Deutschland, Österreich und der Schweiz: das Problem der nationalen Varietät*. New York: Berlin.
- Duden Wörterbuch. (o.D.). Abgerufen 14. März, 2018, von <https://www.duden.de/woerterbuch>.
- Schippan, T. (1993). *Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache*. Tübingen, Deutschland: Niemeyer.
- Sedlaczek, R. (2004). *Das österreichische Deutsch. Wie wir uns von unserem Nachbarn unterscheiden*. Wien, Österreich: Überreuter.
- Stedje, A. (1999). *Deutsche Sprache gestern und heute*. München, Deutschland: Fink. [Informationssystem]. (o.D.). Abgerufen 14. März, 2018, von <https://www.google.de/>

AXIOLOGY OF ADJECTIVES

I.V. Borysenko

Kyiv National Linguistic University

The analysis of evaluative preferences in linguistics offers a lot of opportunities for the investigation of national linguistic consciousness and the construction of linguistic personality model. Language as a cultural phenomenon records and indirectly reflects the system of values, sentiments, estimations existing in society at

the moment and, moreover, the values which are eternal for the culture. Furthermore, language permanently interacts with culture and cognition; it forms the language speaker as a personality imposing and developing the system of values, morality, behavior, and attitude towards people (Арутюнова, 1999).

The importance of the evaluation as a language category is determined by the fact that evaluation is one of common psychical acts. Axiological category, evaluation included, is a result of the speaker's evaluative activity. The meaning which contains evaluation forms corresponding attitude toward the referent, distinguishes its properties, determines its content.

Evaluation as a linguistic phenomenon is characterized by the field structure which includes the nucleus and periphery. The criterion of the periphery/nuclearity of evaluation is a place of the evaluative component in lexicographic definitions (Кириллова, 1996).

Such bidimensional model of evaluative lexical units based on the nuclear/peripheral location of its elements is attributed to the evaluative scale. Given this, the peripheral part of a set of evaluative units is situated closer to the zero mark. And vice versa, the nucleus of the respective set of evaluative lexis is situated far from the zero mark (Кириллова, 1996).

The category of evaluation is expressed by a complex of means, lexical among them. Evaluative meaning can be expressed on all levels of the language system. Evaluative semantics may be regarded in terms of affixes and texts. However, primarily the evaluative meaning is a type of predicative meanings. In one of our classifications based on the one suggested by L.M. Vasilyev (Васильев, 2006) we distinguish the following classes of evaluative meaning:

- 1) modal evaluative meaning, which expresses the estimation with regard to possibility and necessity falling into the meanings of alethic, deontic, and epistemic types: *necessary, possible, owing*, etc.
- 2) common evaluative meaning, which excludes descriptive connotations: *good, bad, excellent*, etc.
- 3) particular evaluative meaning that embraces:
 - a. pragmatic predicatives, which express rational evaluation connected with practical interests and everyday human experience: *useful, advantageous, harmful, profitable*, etc.;
 - b. ethical predicatives, which express evaluation connected with the satisfaction of moral senses based upon socially conditioned concepts of moral standards, the good and the bad: *kind, evil, cruel, honest, decent*, etc.
 - c. esthetical predicatives, which express evaluation associated with one's satisfaction of the sense of beauty: *beautiful, charming, ugly, plain*, etc.
 - d. hedonistic predicatives, which express only those impressions that result from sensory experience: *pleasant, harsh, disgusting, delicious*, etc.

Semantic components of evaluation include the subject (speakers), object, intensity, and vector of evaluation all of which are rather important. The vector of evaluation indicates positive or negative attitude of the speaker towards the object of evaluation or its particular properties (Кириллова, 1996).

Linguistic means for evaluative expression form a field with two nuclei. The common evaluative meaning which is characteristic for all the constituents of the field is divided into two micromeanings, or microfields: pejorative (with the sign “-“) and meliorative (with the sign “+”). The nucleus of every microfield contains evaluative lexis: rational and emotional evaluative words which always possess an evaluative component (Кириллова, 1996).

Therefore, the results of linguistic research can serve as a solid empirical basis for cultural interpretation of lexis from the perspective of axiological problems. Moreover, considering the evaluative parameter is essential for the description of paradigmatic relations between lexical units with the aim of their lexicographical elaboration and the usage in computer programs.

LITERATURE

- Арутюнова, Н.Д. (1999). *Язык и мир человека*. Москва: Языки русской культуры.
- Васильев, Л.М. (2006). *Теоретические проблемы общей лингвистики, славистики, русистики*. Уфа: РИО БашГУ.
- Кириллова, В. Н. (1996) *Направленность оценки в синонимии (на материале прилагательных современного английского языка)*. (Дис. канд. филол. наук). Київський національний лінгвістичний університет, Київ.

LE COMPOSANT DE COULEUR DANS LES TEXTES FOLKLORIQUES FRANÇAIS (ASPECTS SÉMANTIQUE ET LINGUOCULTUREL)

Boytchouk K.A.

Université nationale linguistique de Kyiv Pendant des siècles, la couleur était un composant indispensable dans l'art et était l'un des outils artistiques les plus puissants. Les couleurs jouent un rôle important dans l'histoire, la théologie, les sciences, les arts et les lettres. L'homme en distingue des potentiels culturel, esthétique, rhétorique, symbolique, mystique, et ésotérique.

Les couleurs trouvées dans les textes des contes populaires français ne reflètent pas seulement les caractéristiques nationales de la tradition folklorique, provoquant un certain nombre d'associations émotionnelles-figuratives, mais caractérisent également la mentalité ethnique. Aujourd'hui la question de la reproduction des espèces nationales et culturelles dans ce type de textes attire l'attention de nombreux chercheurs. Ces caractéristiques constituent un problème de recherche.

La couleur n'est pas seulement un phénomène physique et perceptif; c'est aussi une construction culturelle complexe, rebelle à toute généralisation, sinon à toute analyse. Elle met en jeu des problèmes difficiles qui sont assez nombreux et. C'est pour cette raison qu'au sein des sciences humaines, rares sont les ouvrages sérieux qui portent sur ces problèmes, et plus rares encore ceux qui envisagent avec prudence et pertinence l'analyse de ce phénomène dans une perspective historique. La couleur est d'abord un fait de société (Pastoureau, 2003).

Les couleurs attirent toujours le regard et aident à reconnaître les personnages. L'importance des couleurs est primordiale pour se repérer dans la vie, mais aussi dans les contes. Nombreux sont ceux utilisant des couleurs dès le titre: La Tortue Rouge, Le Petit Chaperon Rouge, Le Petit Bonnet Rouge, Blanche-Neige, Le Chien Noir, Le Renard Bleu, Barbe-Bleue, Le Grand Aigle Noir.

Les couleurs peuvent être les symboles dans des contes français. Il existe quatre symboles les plus populaires: les couleurs bleu (la Barbe Bleue) et rouge (le Petit Chaperon rouge), le sommeil magique (la Belle au bois dormant) et l'ensemble des personnages des contes qui selon certains folkloristes, comme P. Saintyves (1988) et H. Husson (1874), possèdent également une valeur symbolique.

Le bleu a plusieurs significations en littérature, mais celle que nous pouvons relier à la Barbe Bleue est évidemment celle qui l'assimile à la mort. Le mot latin lividus associé à ce bleu, signifie "plombé" ou "bleu et noir". Il est ainsi relié à la fois à la mort et à la jalousie. Il semble donc que la couleur de la barbe de l'homme barbare n'était pas choisie par hasard par Charles Perrault.

Le rouge, comme le bleu, a plusieurs significations en littérature. Il est lié, par exemple, au feu, à l'or, à l'amour et aux roses. Selon les folkloristes, le Petit Chaperon rouge est la petite reine de mai: le "porteur des présents de mai traversant un bois empli de fleurs et de chants d'oiseaux, représente assez bien quelque petite reine de fleurs" (Saintyves, 1987).

L'impact des croyances sur la lecture des couleurs ne peut en effet être dissocié des influences historiques, de même que des événements comme les croisades et la colonisation sont indissociables de l'effort missionnaire. La couleur classe, associe choses et êtres. C'est un code, un langage, un ensemble de signes élaborés par les hommes, et ce langage symbolique est différent selon les sociétés, dans l'espace et dans le temps.

La plupart des représentations qui guident notre comportement personnel et social se construisent à partir de la diversité de notre expérience sensorielle – toucher, ouïe, odorat, goût et vue. Colorer l'espace comme le font les contes, c'est l'extraire du chaos en l'illuminant, et lui donner un sens. Le noir et le blanc ont souvent été considérés comme non-couleurs, marqueurs d'un espace où la profusion de lumière ou son absence brouille les détails et les contours. Ceci explique pourquoi les contes se servent de ces couleurs pour décrire les étrangers dont il est difficile de déchiffrer les traits. Les autres couleurs – le jaune, le vert ou le rouge – servent de références, liant la personne ou l'objet à l'un ou l'autre des symboles acceptés; le rouge, par exemple, est habituellement associé à la passion, au danger, à l'interdiction, à la violence, évoquant le sang et l'enfer, alors que le vert a toujours été la couleur de la nature et de la végétation (Ugochukwu, 2007).

Finalement, dans les contes, l'attribution d'une couleur ou d'une forme à une personne ne reflète pas la réalité: elle ne fait que mettre en lumière son statut d'étranger. Les couleurs n'ont donc pas de valeur en elles-mêmes, elles ne sont là qu'un marqueur d'identité. Attribuer une couleur à quelqu'un, c'est le tirer de l'anonymat, l'appriivoiser et le mettre hors d'état de nuire en l'intégrant à l'une des catégories du système culturel, prévenant ainsi le mal que son interaction aurait pu causer (Ugochukwu, 2007).

Ainsi le lexique français contemporain des couleurs est constitué de quelques dénominations directes, “vrais” noms de couleur – *bleu, jaune, noir, rose, rouge, vert...* – et de leurs dérivés – *bleuâtre, rougeâtre, rougeur, rosissement, noirceur...* – et d’une multitude de dénominations indirectes, issues de référents concrets, ou parfois abstraits formant une liste ouverte, en perpétuelle évolution. Ces dénominations chromatiques et les locutions et expressions de couleur montrent comment jouent la symbolique sociale, religieuse, l’art, les techniques, la vie quotidienne... et nous transportent au cœur de notre histoire et de notre société (Mollard-Desfour, 2004).

L’approche linguistique de la couleur ne constitue pas simplement un problème de langage, mais embrasse l’ensemble du patrimoine culturel. Traduire la couleur, c’est aussi penser autrement la couleur, dans les diverses langues et cultures, dans le temps et l’espace.

LITTÉRATURE

Mollard-Desfour, A., (2004). *Le Dictionnaire des mots et expressions de couleur. Le Bleu*. CNRS Editions.

Pastoureau, M., (2003). *Les couleurs de notre temps. Symbolique et société contemporaines*. Paris: Bonneton.

Saintyves, P., (1987). *Les Contes de Perrault et les récits parallèles (leurs origines)*. Paris: Éditions Robert Laffont.

Ugochukwu, F., (2007). *Du symbolisme des couleurs dans les contes*. La Revue Africaine.

PHRASEOLOGICAL UNITS OF BIBLICAL ORIGIN WITH THE COMPONENT “PROPER NAMES”

B.V. Budnyk

Kyiv National Linguistic University

Language is a social phenomenon, thus, the linguistic profile of a society can be viewed as a reflection of its culture and worldview. Phraseological units are an essential source of understanding the national identity, as they do not only describe the world, but also interpret it and reflect a subjective attitude towards it.

It is a universal truth that the Bible has influenced the society, hence, its culture, worldview and language in particular. Language systems were enriched by a multitude of phraseological units. Given a number of proper names in the Bible, they are extensively used in phraseological units.

Phraseology as a branch of linguistics suggests a lot pertaining to the definition and classifications of phraseological units based on their characteristic properties. Thus, according to Prof. O.V. Kunin (1996), a phraseological unit is a stable word-group with wholly or partially transferred meaning. R. Glaser (1998) defined a phraseological unit as a lexicalized, reproducible, billexemic or polylexemic word group in common use, which has relative a semantic and syntactic stability, may be idiomatized, might possess connotations, and may fulfil an emphatic or

intensifying function in a text. N.N. Amosova (1963) considered phraseological units set expressions of fixed context.

Religion, as well as language, is a social phenomenon. Thus, lexicon and phraseological units as its part, connected with spiritual, and thus religious, life of a society, are given great attention to in modern linguistic research. The Bible is widely cited by people, not to say anything about numerous allusions to the Holy Text in fiction and non-fiction. For a long time, in many countries Bible studies and prayers were practiced at schools, which is still done nowadays. Furthermore, The King James Version of the Bible is renowned for its valid translation which enriched the English language with numerous phraseological units of metaphoric nature and expressive value.

Phraseological units of biblical origin emerged differently: some of them are closely related to the biblical plot, for example, *Juda's kiss*. It refers to a traitorous action disguised as a show of affection. This phraseological unit alludes to the biblical story of Juda's betrayal of Jesus Christ, where a kiss was a sign to identify Jesus to authorities arresting Jesus. Some phraseological units of biblical origin appeared through mere borrowing directly from the Bible. It can be illustrated by the phraseological unit *Abraham's bosom*. It refers to a place of honour and bliss. It is taken from a parable told by Jesus Christ about a person who went to the Abraham's bosom, a safe place for believers and the righteous, after their physical death. Most of phraseological units of biblical origin are considered to be international ones, as they can be found in different languages.

A great number of such phraseological units are related to the past, being also context-dependent. Therefore, the motivation of the proper names and of the phraseological units on the whole which has been obliterated, can be reconstructed only by means of etymological analysis. This can be illustrated by the phraseological unit *a good Samaritan*. It is applied to a person who selflessly helps those who are in need and distress. It is important to mark that this phraseological unit is grounded in the parable told by Jesus Christ in Luke 10:25-37, where Jesus answers the question on how to know who your neighbour is, because the second commandment says to love your neighbour as yourself. However, the context shows us that Jesus does not explain how to know who your neighbour is, but the way a person must behave to be a good neighbour to others. One more thing to consider is the cultural and historic context of the parable: it was told to the people of Israel, however, Jews and Samaritans were enemies at that time, thus, the parable where the Jewish priest ignored a person in need, but whom a Samaritan helped demonstrated the emphasis made by Jesus to defeat the Jews' pride and to show that God is impartial, He values people's heart above national identity.

Another example of phraseological unit is *Doubting Thomas*. It refers to a person who is sceptical about some things. The reference here is to Apostle Thomas, who refused to believe in resurrection of Jesus Christ until he saw Him with his eyes, felt the wounds Jesus was inflicted to on the cross and declared his faith in Christ (John 20:24-29). Moreover, the name of Thomas means "twin". Some Bible commentators claim that this is a reference to his doubting and double nature.

To sum up, phraseological units are one of the sources of cultural beliefs and worldview patterns. Phraseological units with proper names of biblical origin are abundant in the system of the English language. The Bible is a considerable parable-metaphoric paradigm which involves nominations and requires further research.

LITERATURE

- Амосова, Н.Н. (1963). *Основы английской фразеологии*. Ленинград: Издательство Ленинградского Университета.
- Кунин, А.В. (1996). *Курс фразеологии современного английского языка*. Москва: Высшая школа.
- Кунин, А.В. (1986). *Англо-русский фразеологический словарь*. Москва: Русский язык.
- Glaser, R. (1998). The stylistic potential of phraseological units in the light of genre analysis: definitions. A.P. Cowie (Ed.), *Phraseology: Theory, Analysis and Application*. (p. 125-143). Oxford: Oxford University Press.

POLITICAL CORRECTNESS IN DIPLOMATIC DISCOURSE

I.O. Budzins'ka

Kyiv National Linguistic University

Recently, problems associated with the study of political discourse have acquired a high degree of relevance in linguistics. In modern conditions of the development of a multi-ethnic and multicultural society, a huge number of military conflicts, as well as conflicts based on interethnic, interethnic, and gender contradictions, take place. Because of this, a person needs regulators of social and interpersonal relations, among which an important role is given to political correctness (PC). The phenomenon of political correctness, being an integral part of any linguistic culture, is a tool that helps to avoid social exacerbations and conflicts in society. The main features of diplomatic discourse are linked to the design of speech, taking into account the framework of political correctness (Johnson, Culpeper, & Suhr, 2003, p. 37).

Regarding the origin of the term PC, several researchers argue that although the term 'political correctness' originated with left-wing politicians, it has been later largely 'hijacked' by those on the right. Suhr and Johnson point out that there are a number of differing accounts of the earliest occurrence of the phrase 'political correctness' and its derivatives (Suhr, Johnson, 2003, p. 30). According to Wilson (1990; 1995), for example, 'politically correct' first appeared in the 1793 Supreme Court Case *Chisholm versus Georgia*, which upheld the right of a citizen to sue another state. Some American researchers believe that the development of political correctness was greatly influenced by higher educational institutions as centers of science and culture.

Language plays an important role in politically correct movement. Changes in the social, political, cultural life of society affect the picture of the world of its bearers, which in turn is reflected in the system of language. Political correctness tends to avoid relations, actions and, above all, forms of linguistic expression, which

involve prejudice and can cause feelings of resentment in people depending on their gender, age, color, race, or physical condition (Crowther, 2005, p. 367). Thus, a politically correct language is closely related to the notion of politeness. The category of courtesy as one of the most important aspects of communication occupies a special place in the discursive analysis of the language.

The processes taking place in the world community cannot but affect diplomatic communication and not reflect on the content of diplomatic discourse. Therefore, the boundaries of modern diplomatic discourse have expanded considerably and include elements of economic, legal, commercial, military and, of course, political discourse. Diplomatic discourse is a stable system of status-role relationships that have developed in the communicative space of the social institution of diplomacy (Wilson, 1995, p. 176). As in any other institutional discourse, there are also indispensable components of communicative and verbal activity: the sender-the message-the recipient. Diplomatic communication is not interpersonal communication, but interdepartmental, interstate, where the goal of communication is to change behavior, establish communication and influence not in relation to an individual person but to an entire state or department. Like any institutional discourse, diplomatic discourse has its own system of terms – a set of special lexical tools used in the field of diplomacy. Diplomatic activity initially implies the possession of the art of dialogue, through which the image of the country is created.

The courtesy category in diplomatic discourse is manifested in the careful observance by the officials of the rules of the protocol for building communication based on equality, mutual respect, tolerance and correctness. Social values and norms define standards of polite communication that do not allow "offending" the addressee in the transmission of information. The nature of diplomatic communication involves certain difficulties as it is the language of international communication. Due to this, certain requirements are imposed in terms of terminology and cultural-significant factors. Differences in terminology systems are an obstacle for diplomats establishing international contacts between states. The same concepts can be expressed very controversially among different authors ('freedom fighter' and 'terrorist', 'friendly fire' and 'enemy attacks', 'air support' and 'bombing raids', 'strategic withdrawal' and 'retreat', 'visual surveillance' and 'spying'). And then the category of politeness smoothly passes into another sphere – manipulation, impact on the communicant's consciousness in a diplomatic dialogue.

Diplomatic talk can re-enforce the concept of rational actors and their goal-oriented communication in accordance with the theory. No matter how the conversation is geared to either the win-lose or the win-win situations, the typical goal of diplomatic work is speaking for the benefit your country. It is true that some diplomatic speakers may perform the conversations for their own personal interests, or even value their personal interests over their duty to their nation, but those exceptional cases are beyond the scope of this talk-on-duty research.

Political correctness, euphemisms and the so-called 'doublespeak' (evasive speech, demagogy) come to the aid of a diplomat who controls his actions, who wants to manipulate an interlocutor and who is trying to save the face of the country and avoid undesirable conflicts.

LITERATURE

- Crowther, J. (2005). *Oxford Guide to British and American Culture*. London-New York: Oxford University Press.
- Johnson, S., Culpeper, J., & Suhr, S. (2003). From 'politically correct councillors' to 'Blairite nonsense': discourses of 'political correctness' in three British newspapers. *Discourse and Society*, 14(1), 29-47.
- Suhr, S., Johnson, S. (2003). Revisiting PC: introduction to special issue on political correctness. *Discourse and Society*, 14(1), 5-16.
- Wilson, J. (1990). *Politically Speaking: The Pragmatic Analysis of Political Language*. Oxford; Cambridge, MA: Blackwell.
- Wilson, J. (1995). *The Myth of Political correctness: The Conservative Attack on Higher Education*. Durham, NC: Duke University Press.

DIFFERENCE BETWEEN LEADER AND MANAGER IN MODERN LIFE

Burlachenko N.O.

Kyiv National Linguistic University

Nowadays many people do not understand who are managers and leaders and what their difference is. Both of them manager and leader can manage people and know what to do in order to achieve the goal. Manager and leader qualities are often compere, somebody think that it is the same, but they are wrong.

Managers and the leaders have many differences, but the main thing is the way of motivation. Managers always use material motivation and waiting for a quick result. When leaders do not really care about time, but care about people, ways, and result of course.

The manager is a person, who has a high position in the company by subordinates. They have limited time plan of work that subordinates have to fulfil, not because they want to do this, it is their duties. Manager has to follow the rules. It is an interesting fact that manager never escapes from conflict where possible.

The leader in our understanding is a person who manages a group of people. It is true, if this person is also a manager. However, leader is a person who has special charm and prepossess. People follow to leader because the trust him, they believe in his success. Leader always have good relation with people.

Warren Bennis writes about how he sees the difference between managers and leaders in his book "On Becoming a Leader" (Bennis, 1989). He said that the manager administers, but the leader innovates. The manager is a copy, but the leader is an original.

The manager maintains, but the leader develops. The manager focuses on systems and structure, but the leader focuses on people. The manager relies on control, but the leader inspires trust. The manager accepts reality, but the leader investigates it.

The manager has a short-range view, but the leader has a long-range perspective. The manager asks how and when, but the leader asks what and why. The manger

imitates, but the leader originates. The manager accepts the status quo, but the leader challenges it. The manager is the classic good soldier, but the leader is his or her own person. The manager does things right, but the leader does the right things.

John Kotter in his book "What Leaders Really Do" also writes about the difference, but between management and leadership. He writes that in business leadership is as important as management, on these two qualities, business is built around the world. The problem of excessively managed and underdeveloped corporations is that they do not have good management. Management and leadership is an excellent tandem, but if leadership exceeds management, it becomes a problem. Management helps to cope with the complexities; with this help, the work ceases to be chaotic. Leadership is a little different, it is to cope with change, the more changes, the more leadership.

By the way, let's pay attention to leadership types and styles; we can see that not everything is as simple as it seems at first glance. To become a good leader the person must improve the qualities of the leader. He must know that there are three basic leadership styles such as "Authoritarian Leadership", "Participative Leadership", "Laissez-Fair Leadership".

The main characteristic of Authoritarian Leadership is that everything is always under control. The employees do not take part in the decision-making process, and employees without questions must do all instructions.

Participative Leadership is an authoritarian leadership. There is a clear line of difference between leadership and subordinates, however, employees have the right of vote, and in the process of working the relations between employers and employees remain good.

Laissez-Faire Leadership is a style that cannot even be called leadership, anyone and everyone is empowered to make decisions.

Then a leader must know that there exist several types of leader: charismatic leaders, traditional leaders, emergent leaders, appointed leaders. And six types of leadership such as "Democratic Leaders", "Pace-Setting", "Coaching", "Visionary", "Affiliative", "Commanding".

Democratic Leaders are the type of leadership that encourages employees to participate in the decision-making process; democratic leadership best supports the team spirit.

Pace-Setting: pace-setting leaders believe that they work best, this type works better in a competitive environment where the leader and subordinates want to show their potential.

Coaching is the type of leadership, basically, used for work with young employees, the subordinates learn from the leader.

The main aim of Visionary Leadership is to persuade subordinates to the same goal, a visionary leader uses ideas about new better company as a way of motivation, the vision of the leader should be clear for employees.

Affiliative Leadership is concentrated on keeping good relations with subordinates that is why employees are more subordinate to an affiliative leader than to another type of leader.

Commanding is an autocratic leadership style; successful commanding leaders can lead the company to the growth.

In conclusion, I would like to say that leadership and management are both important for business. Leader and manager are two different person and both of them must be educated, a good leader must choose some styles and types of leadership, and if manager and leader skills will combine, it will be an invincible union!

LITERATURE

Bennis, W. (1989). *On Becoming a Leader* (Print book : Biography ed.). Addison-Wesley Pub. Co.

PHONETIC MARKERS INDICATING THE ARTISTIC IMAGES IN THE NOVEL “THE GREAT GATSBY” BY F. S. FITZGERALD

Burman L. Ye.

Kyiv National Linguistic University

Nowadays oral interpretation of works of literature is a subject of studies in the field of phonetics and literature theory. Stanislavsky, Laver, Brazil, Bollinger and other phonologists have studied intonation as an essential part of speech and oral interpretation. They claim that intonation can give additional meanings to the message (Калита, 2001).

The classical novel “The Great Gatsby” by F. S. Fitzgerald (Fitzgerald, 1973) has been read and interpreted by people of different cultures and generations. Oral interpretation of this novel is an example of imbuing a text with many new meanings as well as providing a listener with a possibility of deeper understanding. This is especially essential when speaking about the artistic images. The characters of this novel have miscellaneous and complicated personalities. Therefore analysing phonetic markers of creating their images in a profound oral interpretation provides the listener with deeper understanding of the characters’ personalities.

To establish the regularities of prosodic elements functioning in the realization of artistic images under analysis, we have undertaken the experimental-phonetic research, whose results, based on the auditory analysis data, have helped to define features of prosodic structure of the text mentioned above.

In the course of experimental procedures it is determined that Nick Carraway’s monologues, who is the main character of the novel and the narrator, are realised mostly with Low Falls and High Falls on normal pitch level. In the utterance *I’m inclined to reserve all judgements* (Fitzgerald, 1973, p. 5) the Low Fall represents the meaning of finality and matter-of-fact attitude, and in *I was a guide* (Fitzgerald, 1973, p. 8) the High Fall sounds lively and creates an impression of airy interest and involvement. The Sliding Scale in the utterance *You’re worth the whole damn bunch put together* (Fitzgerald, 1973, p. 154) highlights every word providing stressed words with emotional colouring. The case of increased pitch and loudness within utterances actualised with the regular rhythm where the Descending Sliding Scale is

followed by the Low Fall, provides critical opinion, and harsh timbre expresses disdain.

It is worth mentioning that Jay Gatsby's speech pronounced on high pitch level and with increased loudness and actualised with falling tones expresses pride and self-sufficiency. The utterance *That's the one from Montenegro* (Fitzgerald, 1973, p. 69) is realised with High Fall which in combination with the Low Level Scale shows calm and self-assured pride. The utterances actualised with Low Rise and Fall-Rise with the decreased loudness on low pitch level imply meaning of precaution and non-finality. The example *Can't repeat the past?* (Fitzgerald, 1973, p. 112) is characterised by the increased loudness with the High Pre-Head and the Descending Sliding Scale followed by a Low Rise expresses unpleasant surprise and harsh dissent.

Many utterances of Daisy Buchanan are marked by the Low Level Scale followed by the Low Rise. For instance, *I'm glad it's a girl* (Fitzgerald, 1973, p. 21) realised with the Low Rise sounds airy and perfunctory. The utterance *Where are we going?* pronounced on very high pitch with the accelerated tempo and the Low Rise implies impatience, frustration and signify hysteric temperament. The wide voice range in *I'm p-paralysed with happiness* (Fitzgerald, 1973, p. 13) expresses lively interest, involvement, warm and friendly attitude, and a pause adds emotional colouring and conveys the co-meaning of pleasant surprise.

It is necessary to mention that Tom Buchanan's utterances are characterised by high pitch, harsh timbre and increased loudness. They are mostly realised with Low Fall and express superiority, haughtiness and disdain.

In the realisation of Jordan Baker's remark *Things went from bad to worse* (Fitzgerald, 1973, p. 18) the informant has established such co-meanings as concern of fading of everything in this world as well as disapproving pessimistic attitude towards life. This is conveyed with the Descending Stepping Scale and the High-Fall.

It should be noticed that in Myrtle Williams' utterance *I want to get one of those dogs* (Delaney, Ward, Fiorina, 2008, p. 30) the Fall-Rise creates pleading and mawkish intonation.

The Low Fall proceeded by the Descending Stepping Scale in Meyer Wolfsheim's *I understand you're looking for a business gonnegtion* (Delaney, Ward, Fiorina, 2008, p. 73) expresses resoluteness and conveys co-meanings of being certain about the relevance of the suggestion and superiority. The decelerated tempo makes the utterance sound weighty. The Accidental Rise on *business* highlights the importance of this word and implies encouragement to think over the offer.

Thus, the established complex of prosodic means works for creating character's images in all their diversity and complexity. An attentive listener can capture phonetic markers, which reveal cases of ambivalence of character's personalities. (Delaney, Ward, Fiorina, 2008).

The data obtained as a result of the undertaken auditory analysis enable us to list the following phonetic markers indicating the artistic images:

1) the Descending Stepping Scale; 2) the Descending Sliding Scale 4) the Low Level Scale; 5) high / low pitch; 6) the loudness increase / decrease; 8) the decelerated / accelerated tempo; 9) Low Fall; 10) High Fall; 11) Low Rise; 12) Fall-Rise; 13) Accidental Rise. Interacting in the utterances they form different complexes.

LITERATURE

Delaney, D., Ward, C., & Fiorina, C. R. (2008). *Fields of Vision*. Harlow: Longman.

Калита, А. А. (2001). *Фонетичні засоби актуалізації смислу англійського емоційного висловлювання*. Київ: Видавничий центр КНЛУ.

Fitzgerald, F. S. (1973). *The Great Gatsby*. Київ: Дніпро.

LA FUNCIÓN DE LOS RECURSOS ESTILIÍSTICOS EN EL DISCURSO PERIODÍSTICO

Chala S. O.

Universidad nacional lingüística de Kyiv

La comunicación juega un papel muy importante dentro de nuestra sociedad y del mundo en general. Todos nosotros como seres humanos tenemos la necesidad de relacionarnos con los demás y esto lo hacemos por medio de la comunicación, es decir, debido a ella somos capaces de dar a conocer nuestras opiniones personales, sentimientos, dar a conocer algún producto, enviar un mensaje, etc. La opinión popular supone que el periodismo es una ventana al mundo. El periódico es uno de los medios de comunicación de masas más importante de la actualidad, especialmente en los últimos años: con la asimilación de los soportes tecnológicos de internet ha sabido cosechar aún más seguidores. El periódico obtiene su nombre justamente de su característica principal: el hecho de que es publicado en períodos regulares de tiempo.

En la presente tesis se analizan las estrategias lingüísticas utilizadas en la conformación de titulares por dos de los periódicos con mayor trascendencia en el ámbito costarricense: La Extra, principal informativo sensacionalista y La Nación, principal informativodereferenciadominante.

La ideología y la estructura organizativa brindarán un acercamiento específico al acontecimiento y le otorgarán ciertos significados. El espacio paradigmático de esta representación discursiva es el titular. Hernando F.S. distingue tres componentes primordiales en la noticia: el titular, la entrada y el cuerpo. Según este autor, “Lo más importante del titular es [...] el título” (Santiago, 1999, p. 63). No se trata de una tautología. Debe recordarse que la titulación informativa consta de volante (arriba del titular, sobre antecedentes e información contextual de la acción principal), titular propiamente dicho (actores y acciones principales) y bajada (acciones y actores secundarios). El titular se encuentra destacado tipográficamente del resto de la noticia y en él se encuentran condensados los significados que se desean transmitir. Por otra parte, la entrada o lead es el párrafo inicial y contiene lo sustancial de la noticia (¿cuándo?, ¿cómo?, ¿dónde?, ¿por qué?), mientras que los demás párrafos forman el cuerpo, que contiene el resto de los detalles del acontecimiento. La información se va dando en un orden decreciente de importancia, debido a que, ante la necesidad de eliminar algunos párrafos por falta de espacio, se pueden descartar aquellos que se encuentren al final. En estas circunstancias, su ausencia no afectaría el contenido global. De acuerdo con este orden de prioridades discursivas, está claro que la estructura del título no es aleatoria, sino que, por el contrario, es producto de un

proceso premeditado de construcción de significados. Por ello, Hernando afirma que “los titulares ofrecen un notable interés para el investigador”. Por ejemplo, ofrecen un importante indicador de la ideología de los propietarios de los medios.

Estudios recientes apollan la hipótesis de que los recursos estilísticos cumplen la función expresiva en el discurso periodístico. Como señala Miquel Rodrigo Alsina (Cuvardic, 2004, p. 123), la libertad expresiva de la que gozan los articulistas es casi total, desde luego mucho mayor que la de los editorialistas. El articulista puede elegir el tono, la perspectiva, la seriedad, etc., con la que piensa dirigirse a sus lectores, mientras que el editorialista siempre está sometido en su escritura a cierta solemnidad.

Respecto de los mecanismos operadores y los procedimientos, Salazar Guerrero (Roland, 1986, p. 85) opina que a diferencia de las figuras estilísticas semánticas, en las estructuras estilísticas sintácticas un papel predominante lo desempeña la forma sintáctica que suscita connotaciones estilísticas. Se observan procedimientos morfológicos, sintácticos y semánticos, así como la sufijación, prefijación, siglación, tropos (metáfora, alegoría, sinécdoque, metonimia), acortamiento, frases hechas, estilo directo y diversas modalidades de estilo indirecto (del discurso reproducido de las fuentes), la elisión del agente y del auxiliar de las construcciones pasivas o el uso del nosotros inclusivo.

Al investigar dos periódicos populares de Costa Rica, observamos que, prácticamente, la totalidad de los titulares de La Nación son enunciados verbales en presente (son escasísimos los enunciados nominales). Esta situación se encuentra en consonancia con la práctica de la titulación de los periódicos de referencia dominante (periódicos que son referencia para otros medios de comunicación y para la sociedad), incluso de aquellos publicados en otros idiomas. Tanto en La Nación como en La Extra, frente al escaso uso de figuras retóricas de carácter sintáctico (figuras de posición, omisión, reducción o amplificación), se hace uso regular de los tropos o figuras retóricas de carácter semántico. El uso de las metáforas, por ejemplo, es bastante frecuente y creativo en la sección deportiva. Son relevantes en la construcción de titulares concisos, por cuanto una de las funciones de la metáfora es la condensación de sentido.

Los principales condicionantes productivos que intervienen en la titulación son de corte ideológico y estilístico; por ello, predominan técnicas asociadas con la economía del lenguaje. La necesidad de concisión y de incidir fáticamente en los lectores interviene en la estructura sintáctica y el léxico seleccionado. En La Extra se utilizan procedimientos típicos de la titulación de los diarios sensacionalistas de otros países latinoamericanos, como el uso del léxico popular, mientras que La Nación presenta diferencias respecto de la titulación de otros periódicos de referencia dominante, tal como la escasa presencia de procesos de nominalización.

LITERATURA

- Roland, C. (1986). *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. Barcelona, España: Editorial Paidós.
- Cuvardic, C. (2004). *La metáfora en el discurso político*. Madrid, España: Reflexiones.
- Santiago, A. (1999). *El presente de los titulares de prensa: no deíctico, pro-tiempo anafórico*. Madrid, España: Anàlisi.

THE TOP 10 WEIRDEST LAWS FROM AROUND THE WORLD

Chistyakova A.K.

Kyiv National Linguistic University

Hearing the word “law” in most cases all of us think of something very serious, formal and official, but this report will prove that it is often a mistaken opinion.

The first country that I want to tell you about in this context is, of course, the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland; because it seems that their smug and indigenous populations are real snobs, but if we look into its legislation we will see that even such country as England can surprise us. English Parliament is located in the Palace of Westminster. Parliament is endowed with the status of a royal palace and it is forbidden to die in this building at the legislative level. This strange law is due to the fact that a dead body must be buried with state honors. Therefore, they try to take such a person to the nearest St. Thomas' Hospital. Also, in English Parliament it is forbidden to walk in armor and all offenders will be expected to deal with the police (HeyLondon, 2010).

The next absurd law is also connected with England. Apparently, it is due to the great love of the British to their monarchs, because in this country it is forbidden to glue stamps with the image of the monarch upside down, this is considered a treason (HeyLondon, 2010).

Italy is famous not only for its emotional population, but also for its great history. Venice is one of the most mysterious and enchanting cities in the world, but even there we can find at first glance absurd restrictions. In this city it is forbidden to feed birds, the offender expects a fine of up to 600 Euros, but according to reliable sources tourists will be fined by 50-200 Euros (Facebook, 2011).

Canada is a special country for Ukrainians because a large Ukrainian diaspora lives there, but when moving there we always must be familiar with local laws. In Canada there is a law prohibiting entrance doors of pink color, and violators of this law will be fined (Кузнецова, 2017).

Singapore very responsibly approaches to resolving of a problem of dust on streets. In this country a man three times noticed throwing garbage on the street will make the streets wash on Sundays. He must fulfill this punishment by putting a sign with the words “I littered”. Also, the offender will be broadcast on television during the execution of the sentence (Черний, 2017).

State which is famous for strange and absurd laws is the United States of America. So in Los Angeles it is forbidden to lick frogs, but despite the strangeness this law has its explanation, since the skin of some frogs contains hallucinogens, drug addicts caught frogs and licked them. City authorities could not prevent this before the law was enforced (LiveJournal, 2014).

The most sweet and feminine law, on our opinion, operates in the Indiana, USA. In this state very passionate and kissing men are forbidden to wear a mustache (PravdaReport, 2004).

Also, the USA is known for women's movements which were later picked up by the whole world. Therefore, it is not surprising that in this country there are many

strange laws that protect the rights of women in every possible way. For example, in Kentucky, women are forbidden to walk in a bathing suit on the highway. The law does not apply to women in a bathing suit accompanied by two policemen or at least with a stick (Пула, 2013).

In Cleveland women are not allowed to wear black patent leather shoes, because in a reflection men can see women's underwear (Пула, 2013).

The law that extends its validity to the territory of the United States of America also completes our list of the weirdest laws from around the world. Namely in the state of Alabama in the city of Mobile women are not allowed to wear high heels. The history of this law is related to the judicial case initiated by a woman who was stuck with stiletto heels in the weir grid, in her opinion, the municipalities that established such dangerous devices were guilty of this incident. The woman won the case, but re-equipping the whole city was very expensive, therefore, the city authorities decided to issue a law that forbids women to wear stiletto heels.

At first glance, not all laws in the world are judicious and logical, but if you look into the history of their adoption and understand the reasons, they may not seem to be laughable and absurd, but even necessary in that current situation.

LITERATURE

- Кузнецова, Н. (2017). *Смешные законы Канады: 36 канадских законов, о существовании которых вы не знали*. Взято з <https://vancouverok.com/36-kanadskih-zakonov-o-sushhestvovanii-kotoryh-vy-ne-znali>
- Пула, Ю. (2013). *Запреты на одежду в разных странах мира*. Взято з https://www.glamour.ru/fashion/trends/70722_zaprety_na_odezhdu_v_raznykh_stranakh
- Черний, А. (2017). *Чего нельзя делать в Сингапуре*. Взято з https://www.моуа-планета.ru/travel/view/chego_nelzya_delat_v_singapore_34137/
- HeyLondon. (2010). *Почему нельзя умирать в здании английского парламента или нелепые законы Британии*. Взято з <https://heylondon.wordpress.com>
- Facebook. (2011). *Забавные запреты в Италии, за нарушение которых грозит штраф*. Взято з <https://www.facebook.com/notes/>
- Livejournal. (2014). *Вся правда о дурацких законах США*. Взято з <https://oadam.livejournal.com/345005.html>
- Pravdareport. (2004). *Самые идиотские законы США*. Взято з <https://www.pravda.ru/news/society/19-02-2004/19377-0/>

ZUM BEGRIFF „AFFIXOID“ IN DER MODERNEN LINGUISTIK

Didus D.O.

Kyjiwer Nationale Linguistische Universität

Zuerst ist es wichtig zu sagen, dass mein Thema eines der diskutabelsten Themen unter den Sprachforschern ist, weil der Status der Halbaffixe bis heute noch nicht bestimmt ist. In der deutschen Germanistik herrschen große Widersprüche anlässlich

der Auffassungen dieses Problems. Deswegen versuche ich in meinem Beitrag den umstrittenen Status des Affixoids in der modernen Linguistik zu beschreiben.

Seit den 70er-Jahren des 20. Jahrhunderts kristallisierten sich die Bezeichnungen für die Wortbildungsphänomene, die zwischen der Derivation und der Komposition stehen. Das Affixoid ist „ein Morphem mit einem selbständigen Pendant, das sich in Folge seiner ausgeprägter Reihenbildung als Erst- oder Zweitglied eines Kompositums in der Entwicklung zu einem semantisch unselbständigen, affixartigen Element zu befinden scheint, so sind *-gut*, *-werk*, *-zeug*, *-wesen*; *-frei*, *-arm*, *-voll* Suffixoide, und *Affen-*, *Mords-*, *Riesen*; *stink-*, *tod-* Präfixoide. In der aktuellen Diskussion ist dieser Begriff umstritten“ (Motsch, 1996, S. 163). Deswegen kann man diese Erscheinungen weder der Derivation noch der Komposition zuordnen.

Der Terminus „Affixoid“ wurde im Laufe der Diskussionen zu einer Sammelbezeichnung (Motsch, 1996) für die Wortbildungsmittel, die schwer zu einer der Wortbildungskategorien zuzuordnen sind. Nach Günter Schmidt (1987) handelt es sich um Bemühungen, sich mit diesen Bezeichnungen von der Zuordnungspflicht zu befreien. Nach ihm entstehen auch Versuche die Affixoide auf der gleichen Ebene mit Affixen und Grundmorphemen zu behandeln. Seit den 70er Jahren wurden aber auch andere Bezeichnungen vorgeschlagen, wie, z. B.: „Halbaffix“, „relatives Affix“, „Quasiaffix“, „affixartiges“ Morphem (Schmidt, 1987, S. 54) oder „Halbableiter“ und „relatives Affix“ (Fleischer, 1982, S. 70). Bis heute wird nur noch der Begriff „Halbaffix“ verwendet, so, z. B. bei Joachim Vögeding (1981) oder Christian Fandrych (2011). Heutzutage wird meistens der Begriff „Affixoid“ gebraucht.

Die Kritik des Affixoidbegriffes geht vor allem von Günther Dietrich Schmidt (1987) aus, der unnötige Klassen, Unterklassen und Begriffe ablehnt, um eine Unübersichtlichkeit im Bereich der deutschen Wortbildung zu vermeiden. Er kritisiert die Versuche, den Affixoidbegriff zu verwenden, mit Worten wie „unnötige Haarspalterei“, „scheinwissenschaftliche Differenzierungssucht“ usw. (S. 84). Die Einführung des Zwischenbegriffes verursacht nach ihm noch größere Probleme, als wenn es keine Zwischenkategorie gäbe.

Außerdem kommt bei Affixoiden vor allem zur Diskrepanz in der Zuordnung entweder zu den freien Morphemen oder zu den Affixen. Normalerweise kommen bei der Unterscheidung zwischen diesen zwei Kategorien keine Probleme vor, z. B. „*schaft* – *schaft* in „Stiefelschaft“ und „Studentenschaft“; *er* und *er-* in „er lacht“ und „erringen“ (Fleischer & Barz, 2012, S. 58). In diesen Fällen kann man von der Homonymie sprechen. Demgegenüber stehen die Wortbildungseinheiten (in diesem Fall die Affixoide), die auch eine lautgleiche Form wie die freien Morpheme besitzen. Sie können aber semantisch von den freien Morphemen abweichen, deshalb sind diese Einheiten nicht mehr als Homonyme zu betrachten, weil es zu den semantischen Diskrepanzen mehr oder weniger kommt. An diesem Beispiel kann man unterschiedlichen Grad der Desemantisierung der Affixoide gegenüber den freien Morphemen beobachten: *mäßig*: mäßig essen (ein bestimmtes Maß – bewusst), ein mäßiges Einkommen (gering, beschränkt), eine mäßige Vorstellung (nicht besonders gut) mit *-mäßig*: planmäßige Bauarbeiten (dem Basisinhalt entsprechend), lehrbuchmäßige Definitionen (so wie das im Basisinhalt Genannte), eine partymäßige Musik (Bezug zum im Basisinhalt Genannten).

Seit über 50 Jahren beschäftigt sich die germanistische Wortbildungsforschung mit dem Phänomen der Wortbildungsmittel, die zwischen der Derivation und der Komposition stehen. In den 70er und 80er Jahren wurde häufig zur Etablierung einer selbstständigen Gruppe Affixoide oder Halbaffixe geneigt. Später wurde diese scharfe Trennung kritisiert. Die Kritik kam, wie ich schon gesagt habe, vor allem von Günther Dietrich Schmidt und später auch von Wolfgang Fleischer.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sich die Linguisten bis heute immer noch nicht einig sind, wie die Gruppe dieser hochproduktiven Wortbildungsmittel betrachtet werden sollte. Wegen diesem ungeklärten Status herrscht eine große terminologische Uneinheitlichkeit.

LITERATUR

- Fandrych, Ch. (2011). *Wie geht es eigentlich den Halbsuffixen?*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Fleischer, W. (1982). *Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- Fleischer, W., & Barz, I. (2012). *Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache*. Berlin/Boston: Walter de Gruyter Verlag.
- Motsch, W. (1996). Affixoide. Sammelbezeichnung für Wortbildungsphänomene oder linguistische Kategorie?. *Deutsch als Fremdsprache*, 33, 160-168.
- Schmidt, G. (1987). *Das Affixoid. Zur Notwendigkeit und Brauchbarkeit eines beliebten Zwischenbegriffs der Wortbildung*. Tübingen: Gunter Narr Verlag.
- Vögeding, J. (1981). *Das Halbsuffix „-frei“*. *Zur Theorie der Wortbildung*. Tübingen: Gunter Narr Verlag.

LA POÉTIQUE DU “PARNASSE CONTEMPORAIN” ET SA REPRODUCTION DANS LES TRADUCTIONS DES NÉOCLASSIQUES UKRAINIENS

Dmytrouk S.

Université nationale linguistique de Kyiv

Notre travail traite le problème de la restitution de la poétique du mouvement “Parnasse contemporain” dans les traductions ukrainiennes par les représentants de l’école néoclassique de l’Ukraine. Ces poèmes sont caractérisés par l’impersonnalité et le rejet de l’engagement social ou politique. Les registres épiques et exotiques ne sont là que pour mettre en valeur le rêve, le mythe et la légende. Chez les parnassiens c’est le travail qui redonne ses lettres de noblesse à la poésie : l’emploi du sonnet, la perfection dans le choix du vocabulaire et de la métrique. L’influence de ce mouvement ne doit pas être négligé: la densité et l’expression seront sélectionnés par les poètes suivants et ceci est à dédier Gautier Baudelaire *Les Fleurs du Mal* et de Théodore de Banville que les jeunes Rimbaud a écrit en 1870. Collection de trophées tardive de José-Maria de Heredia en 1893 reflète également la continuité de l’approche parnassienne, symbolisée par la forme contraignante du sonnet. Le

manque des travaux sur l'analyse de la poésie parnassienne dans les traductions fait par l'école néoclassique en Ukraine conditionne l'actualité du travail.

Dans notre étude nous avons appliqué les méthodes : biographique, historique, descriptive, empirique, lexico-sémantique, comparative, de l'analyse et de la synthèse etc. Le matériel théorique sur la traduction de la poésie est représenté par des ouvrages de O. Tcherednitchenko, L. Kolomic, M. Strikha, M. Zerov, J. Levý, J. Lemaître, A. Bordeaux et d'autres. Les sources illustratives sont les poèmes de Charles Leconte de Lisle, José-Maria de Heredia, Armand Sully Prudhomme et ses traductions ukrainiennes par Mykola Zerov, Maksym Rylskyi, Mykhailo Draï-Khmara et Pavlo Fylypovych.

L'objectif de ce travail est d'analyser la poétique des poèmes et leur restitution dans les traductions françaises et ukrainiennes. Conformément au but de la recherche les tâches suivantes apparaissent :

- analyser la formation de l'école néoclassique dans le contexte du développement de la traduction en Ukraine ;
- établir les difficultés rencontrées lors de la restitution de la poésie, et trouver l'approche la plus complète à la recherche et à la critique de la traduction ;
- caractériser les particularités du style des Parnassiens ;
- considérer les transformations de traduction appliquées lors de la lecture néoclassiques des poèmes de "Parnasse contemporain".

La littérature traduite en ukrainien a toujours joué un rôle assez important dans la vie culturelle de notre pays, notamment pendant la domination des pays voisins. Ce sont les néoclassicistes qui ont conçu la traduction comme le moyen de raffiner la langue ukrainienne. Le "grappe de cinq" a réuni Mykola Zerov, Maksym Rylskyi, Mykhailo Draï-Khmara, Pavlo Fylypovych et Yourii Klen. Leur travail sur la traduction des poètes du "Parnasse contemporain" donnait la possibilité de mobiliser toutes les ressources lexiques et syntaxique de notre langue. Ils contrariaient le stéréotype, selon lequel l'ukrainien était considéré par les Russes comme un patois. L'activité des néoclassicistes kyiviens dans le domaine de la critique des traductions a beaucoup contribué à l'établissement de la traductologie comme une science.

Nous abordons l'œuvre des poètes du Parnasse contemporain comme un phénomène artistique de la littérature française. Le noyau principal du "Parnasse contemporain" se composait de Charles Leconte de Lisle, José-Maria de Heredia, René Sully Prudhomme. Les représentants de ce mouvement protestaient contre la reproduction de la vie sociale dans la littérature. Ils s'intéressaient aux sciences naturelles, à l'histoire, à la philosophie. Les parnassiens suivaient la discipline en ce qui concerne la forme poétique. Leurs maximes étaient la souveraineté de l'art, son élitisme et sa destination pour un cercle étroit de vrais appréciateurs. L'analyse des poésies de Charles Leconte de Lisle, José-Maria de Heredia, René Sully Prudhomme traduites en ukrainiens nous donne la possibilité de faire la conclusion que la conception néoclassique de traduction se produit dans le cadre de l'approche interprétative et culturologique et de l'approche linguistique. En recourant à l'analyse profonde des allusions dans le texte original, en mobilisant toutes les ressources de la langue ukrainienne et en opérant de différents procédés de traduction Mykola Zerov, Maksym Rylskyi, Mykhailo Draï-Khmara et Pavlo Fylypovych ont préservé la structure thématique et figurative des poésies françaises.

ЛІТЕРАТУРА

- Arréat, L. (1920). *Nos Poètes Et la Pensée de Leur Temps: Romantiques, Parnassiens, Symbolistes de Béranger à Samain*. Paris, France: Libraire Felix Alcan
- Behiels, L. (2012). De la traduction comme interprétation et construction. *La Flamme d'amour vive de Jacques Ancet et la Llama de amor viva de Jean de la Croix*. *Meta*. 57, 1

CONSUMER FRAUD ON THE INTERNET

Doroshenko A.S.

Kyiv National Linguistic University

Consumer fraud may happen with each of us. Today there are several main environments for fraud: the Internet, telephone or email or in person as well. The development of IT gave rise to the fraud numbers in the virtual market.

Even those consumers who have experience of purchasing and selling in some type of market lay under a certain percentage of risk to fall victim to a fraud.

Consumer fraud is a personal or financial loss that occurs because of dishonest or deceitful methods used by an individual or business. This type of fraud can happen to anyone at any age, but the elderly and young adults are targeted more often than other age groups. Let us meet Melissa, a young college student. She would like to know more about consumer fraud and learn how to protect herself. Let us provide Melissa with some helpful information (Brightman, 2018).

Federal trade commission states that annually consumers lose more than \$350 million in total because of fraud. This often happens with those who try to save money on their income taxes and purchase a new social security number or salary statement illegally. Actually, this is the consumer's guilt of fraud.

There are many types of online consumer fraud. We provide 5 widely spread ones for you to take into account while dealing with the online companies (Zeller, 2005).

Shopping online. The world is divided into two markets: physical and online. Millions of people find the online shopping easier and more convenient. Now the risk to get duped while shopping online has increased. Even if you see a website of "high quality" try to thoroughly check and find data about it before making your purchase. It is better to shop in the online markets which are known to the majority of people and gained trust among them (Hong, 2014, p. 127-135).

Loan fraud. All of us need money. Very often we take loans or mortgage from the banks to buy something or pay for something. While searching for online money support, do not provide your credit/debit card information, or any other personal data to an unknown source. Double check both the website and information about it. In fact, if the offer seems too good to be true, close it!

Employment fraud. Many people try to find jobs through the internet. Of course, the source provides great opportunities, but be aware, that you can come across to scams. According to FTC survey, the main job offers which you should consider thoroughly before applying refer to works in the government. In such case, the consumer may be

asked to pass a test to get the vacancy. The test may cost some money or even your whole banking account. So, think more than twice while applying for a job online.

Stolen identity. Not only in the USA but all over the world the identity theft is widely spread. An offender will take your personal data from your trash or online account and use against you. When you get a notification of a service, loan, or a welfare refund with your personal data which you did not authorize, it means that you face a consumer fraud. To avoid this, you should be maximum attentive to hide and not put the data on display

Credit Card Fraud. This scam requests that a consumer registers or inputs credit card information on a fraudulent website. The site may sell products or services. When a reputable, trustworthy vendor asks for credit card information, it will not save the data without user permission and will take steps to keep user's information safe. Fraudulent sites will ask for the same information as does a reputable site but will steal the information and make purchases using the data the credit card owner gave to the website (Montague, 2014).

All of people have to know several pieces of advice how to protect from these kinds of fraud: 1) try not to use your personal data on different sites; 2) when you want to buy some clothes you should choose a really reliable shop. So, everyone must think more than twice while he does serious things on the Internet.

LITERATURE

- Brightman, H. J. (2018). R Consumer fraud. Britain. Взято з: <https://www.britannica.com/topic/consumer-fraud>
- Hong, J. (2014). *Protecting People from Phishing: The Design and Evaluation of an Embedded Training Email System*. Pittsburgh: Carnegie Mellon University.
- Montague, D. (2018). Fraud Library History of Online Credit Card Fraud. Fraud Practice. Взято з: https://en.wikipedia.org/wiki/Internet_fraud_prevention
- Zeller, T. (2005). A Common Currency for Online Fraud: Forgers of U.S. Postal Money Orders Grow. *New York Times*, p. 5.

LES PHRASÉOLOGISMES FRANÇAIS AVEC UNE COMPOSANTE DE COULEUR

Dorochenko V.R.

Université nationale linguistique de Kyiv

L'émergence de la phraséologie en tant que discipline linguistique se réfère au début du XXe siècle et est associé au nom du chercheur-linguiste suisse Ch. Bally. Son plus grand mérite est que, pour la première fois dans l'histoire de la linguistique, il a scientifiquement justifié la nécessité d'une étude spéciale et systématique des phraséologismes dans la langue (Bally, 1950, p. 440).

Le phraséologisme est une locution particulière à une langue, qui porte un sens par son tout et non par chacun des mots qui la composent. La signification du phraséologisme diffère de la signification lexicale du mot par la particularité de la réflexion des objets, phénomènes, propriétés de la réalité environnante, particularités

de la motivation de sa signification, nature de la participation des composants dans la formation de la valeur holistique du phraséologisme. Les phraséologismes peuvent s'utiliser dans vocabulaire de différents domaines sémantiques : les animaux, la nourriture, etc. La création de phraséologisme, dans une langue, porte généralement sur des domaines significatifs de l'activité ou des préoccupations des locuteurs de cette langue. Les phraséologismes chromatiques utilisent les noms des couleurs.

Une variété d'unités phraséologiques avec une composante de couleur existe dans la langue française. La couleur est directement liée à la vie elle-même, avec la perception visuelle du monde. Les phraséologismes avec une composante de couleur représentent une grande couche dans le fonds de la langue française et nécessitent des études supplémentaires.

L'actualité est conditionnée par l'intérêt croissant de la linguistique moderne pour les caractéristiques linguistiques et culturelles d'un certain groupe ethnique, la découverte de caractéristiques typologiquement communes et nationales de fragments de l'image linguistique du monde, qui se fonde sur les adjectifs à composante colorée.

Le but de travail est d'étudier les unités phraséologiques françaises avec une composante de couleur et les particularités de leur traduction.

Des idiomes avec une composante de couleur dans la langue française sont d'une spécificité ethnoculturelle car ils accumulent l'information socio-historique, intellectuelle, émotionnelle liée au caractère national.

Les couleurs, exprimant des concepts vitaux, jouent un rôle important dans l'émergence des unités phraséologiques et, par conséquent, dans le développement de tout le système phraséologique de toute langue. Les couleurs sont activement utilisées dans le processus de nomination phraséologique car elles contiennent des possibilités esthétiques importantes, à savoir la richesse sémantique et la capacité à former de nouvelles significations expressives-figuratives (Gross, 1986). Ces unités lexicales constituent une composante importante de nombreuses unités phraséologiques, car la couleur est l'une des caractéristiques les plus prononcées d'un objet, et aucun objet n'existe en dehors de la couleur, et les caractéristiques de couleur sont un élément indispensable de la visualisation de l'espace environnant. La couleur est utilisée non seulement comme un symbole, mais aussi comme un signe derrière lequel certains contenus sont fixés, elle devient une forme pratique de transfert d'information, un outil de communication (Семашко, 2007, p. 46).

Il convient de noter que les langues ont différents nombres de mots pour les nuances de couleur et utilisent ces mots différemment. La langue française diffère de la langue ukrainienne par une division différente de l'échelle de couleurs. Dans cette langue, le groupe de couleurs de base comprend 11 mots, et en ukrainien il comprend 12 mots.

La langue française comprend de nombreux phraséologismes chromatiques où chaque couleur a son sens unique, sa symbolique et elle évoque certaines associations et produit certaines influences psychologiques. L'étude de la symbolique des couleurs permet d'identifier les spécificités de couleurs inhérente à la tradition culturelle et linguistique française. Les couleurs ont une histoire mouvementée, qui remonte loin, et qui raconte l'évolution des mentalités (Mollard-Desfour, 2000, p. 257).

Les phraséologismes jouent un rôle très important dans la reconstitution du vocabulaire de la langue, ainsi que dans l'expression de la pensée humaine dans différents contextes ou styles. La phraséologie française est étroitement liée à l'histoire, à la culture et à la vie du peuple français, elle incarne son esprit, sa psychologie, son attitude face à certains faits de la réalité. Il est également important de noter que tous les phraséologismes avec une composante de couleur ont leurs propres analogues dans la langue ukrainienne. Il existe un seul jeu de 11 couleurs de base pour toutes les langues (blanc, noir, rouge, vert, jaune, bleu, marron, violet, rose, orange, gris). Les plus fréquentes sont les unités phraséologiques avec la désignation de blanc, noir et bleu.

LITTÉRATURE

- Bally, Ch. (1950). *Linguistique générale et linguistique française*. (3^e-éd.). Bern: A. Francke.
- Gross, G. (1986). *Sur un emploi particulier de certains adjectifs de couleur*. Poznan: Studia Romanica Posnaniensia.
- Mollard-Desfour, A. (2000). *Le dictionnaire des mots et expressions de couleur du XX siècle: Le Bleu*. Paris: CNRS.
- Семашко, Т. (2007). *Місце колоративної лексики і фразеології в мовній картині світу*. Суми: СумДПУ ім. А. С. Макаренка.

LES PARTICULARITÉS LEXICO-SÉMANTIQUES DES SLOGANS PUBLICITAIRES

Dovga A.O.

Université nationale linguistique de Kyiv

L'objet de nos recherches constituent les particularités lexico-sémantiques des slogans publicitaires français et les moyens de leur influence sur les locuteurs. La problématique liée à ce sujet joue un des rôles primordiaux dans les sciences linguistiques et dans les recherches du marketing car les annonces publicitaires ont la capacité de gérer le subconscient de l'homme sans même y penser.

Les slogans des publicités nous entourent dans tous les domaines de notre vie : nous les voyons à la télévision et sur les panneaux publicitaires, lisons dans les journaux et les magasins, écoutons à la radio. Ainsi ils sont partout. Le dictionnaire étymologique et historique du français *Larousse* donne la signification rigide de ce terme-là :

1) *Brève formule frappante lancée pour propager une opinion, soutenir une action : Les slogans politiques.*

2) *Phrase publicitaire concise et originale, conçue en vue de bien inscrire dans l'esprit du public le nom d'un produit, d'une firme* (Larousse, 1998).

Reboul O. (Le slogan, 1975) a dit que le slogan est une formule concise et frappante, facilement repérable, polémique et le plus souvent anonyme, destinée à faire agir les masses tant par son style que par l'élément d'auto-justification,

passionnelle ou rationnelle, qu'elle comporte : comme le pouvoir d'incitation du slogan excède toujours son sens explicite, le terme est plus ou moins péjoratif.

Il convient de préciser que le slogan est considéré comme moyen de la représentation des caractéristiques particulières d'un produit ou d'une compagnie pour les rendre uniques et extrafins. Les annonces publicitaires soulignent des avantages du produit et essaient d'être mémorisées dans la pensée des consommateurs.

En prenant en considération la définition du terme "slogan publicitaire" nous passons à l'analyse des slogans français pour comprendre quels moyens sont utilisés par les agences de publicité pour que les produits dont on parle soient de mise. Nous nous arrêtons sur les moyens lexicaux qui sont d'une très grande importance parmi les autres :

- 1) **L'allitération** désigne la répétition d'une consonne ou d'un groupe de consonnes dans des mots qui se suivent, produisant un effet d'harmonie imitative ou suggestive (Larousse, 1998). Ainsi, l'allitération en [s] et [ʃ] donne, par exemple, tels slogans comme *Une saucisse sachant sécher, doit sécher sans s'assécher*. (La marque des saucisses "La Juste Sèche") ou l'allitération en [p] dans telle annonce comme *Une technologie plus propre pour plus de plaisir* (Peugeot 206).
- 2) **L'assonance** qui est la répétition d'un même son vocalique dans une phrase (par opposition à l'allitération). Ici, nous pouvons citer tel exemple comme l'assonance en [e] : *Je voulais de répondant, j'ai trouvé la réponse* (Alfa Romeo).
- 3) **la rime** comme reprise, à la fin d'un vers, d'une série de sons marquant la fin d'une séquence rythmique (L'encyclopédie Encarta, 2007). Ainsi la rime donne tels slogans comme *Je m'excuse, c'est l'heure de ma Suze* ("Suze" – est la marque de la liqueur) ou *Pas de trou que du goût* ("Gruyère" – fromage fabriqué dans les montagnes de la Savoie et de la Franche-Comté).

Nous constatons que la rime nous aide à mieux retenir le slogan. Nous pouvons également nous rappeler ce slogan, mais non pas le produit dont il fait la publicité.

- 4) **Les mots forts, accentués** qui attirent l'attention en premier lieu. Ce sont les mots, qui évoquent les sentiments et réactions agréables ou les images. À ces mots se rapportent tels champs lexicaux comme :
 - la famille (enfant, mère, père)
 - la santé (symptôme, nez, tête, joint)
 - les produits alimentaires (fruit, légumes, yaourt, céréales).

Par exemple : *Redonnons espoir aux légumes injustement condamnés. Mangeons-les !* ou *Oui on marche la tête* (pour l'aspirine).

- 5) L'utilisation des **néologismes** qui attirent l'attention du consommateur. Nous pouvons citer telles annonces publicitaires comme *Jex c'est jextraordinaire !* ("Jex" – un détergent) et *Yop de Yoplait* ("Yop" – la marque de lait).
- 6) **Les proverbes** qui convainquent les lecteurs dans leur certitude : *Les bonnes adresses ne sont pas toujours les plus chères* (la publicité des immeubles) ;
- 7) **Les emprunts** qui peuvent intéresser le public, car le mot peut être inconnu ou peut être utilisé rarement. À titre d'exemple, citons tels slogans : *Dites Cheese* (Siemens mobile) et *Volkswagen up! C'est grand d'être petit* (Volkswagen).

En tant que conclusions, disons qu'à notre avis, les agences publicitaires utilisent au moins sept moyens pour rendre les publicités plus attirantes et faciles à retenir. Ce qui est plus intéressant c'est que cela marche . De plus, les psychologues affirment que le cerveau humain a la capacité de se rappeler cinq mots dans le sens dénotatif, c'est-à-dire le contenu des signes linguistiques véhiculent des images, des choses, des relations dans la mémoire.

LITTERATURE

Larousse, P. (1975). *Grand Dictionnaire universel du XIX siècle*. Paris, France : Larousse.

L'encyclopédie Encarta (2009). Tiré de : fr.encarta.msn.com.

Reboul, O. (1975). *Le slogan*. Bruxelles, Belgique : Complexe.

Vincenza, C. (2000). *A pleins slogans: Jeux et enjeux du langage de la publicité*. Paris, France: Didier- Érudition.

LE RÔLE DES NÉOLOGISMES, LES CRITÈRES POUR LES RECONNAÎTRE ET LE PROCESSUS DE LEUR CRÉATION DANS LA LANGUE FRANÇAISE MODERNE

Dyka O.V.

Université nationale linguistique de Kiev

Toute langue est mouvante et au cours des siècles elle subit des changements syntaxiques, grammaticaux, phonétiques et lexicaux. Par conséquent, nous observons l'apparition de nouveaux mots: ce sont des emprunts et des néologismes. Ces phénomènes sont soumis à la loi de l'évolution linguistique, plus tard ces mots occupent leurs places dans les dictionnaires et perdent le statut de néologismes. Les créateurs qui sollicitent ces procédés et ces mécanismes sont des journalistes, des auteurs, de simples locuteurs, etc.

La néologie (du grec néo – “nouveau” et -logie “parole, discours”) étudie l'ensemble des dispositifs formels et sémantiques qui servent à la formation diachronique et à l'adhésion de nouveaux termes au lexique d'une langue donnée. Elle relève d'une observation, d'une pratique et englobe des entités observables. De ce point de vue, elle pose moins de problèmes que la notion de néologisme. Le néologisme est un nouveau lexème formé pour désigner un objet, un concept, un procédé ou un phénomène inédit ou récemment créé qui dépend des jugements collectifs. En outre, le néologisme n'est pas néologique en soi. Le caractère néologique fait l'objet d'une évaluation. Il peut paraître nouveau à un locuteur mais pour parler du néologisme il est indispensable qu'“un ensemble de locuteurs éprouve, face à un mot donné, un sentiment de nouveauté. Il faut également que le néologisme se diffuse dans la communauté” (Niklas-Salminen, 2013). Il y a des néologismes qui passent inaperçus pour la grande majorité de la population et disparaissent aussi vite qu'ils avaient été créés (García, 2015).

Le rôle des néologismes est d'enrichir et de moderniser le vocabulaire pour répondre aux besoins de l'efficacité de communication. Il consiste à remplir “un vide

terminologique” , dans le cas des vocabulaires techniques ou les néologismes utilisés dans les langues spécialisées, où le terminologue a besoin de dénommer les termes soit pour répondre à une nécessité immédiate, soit pour trouver les équivalents des termes des autres langues. Les néologismes servent également à nuancer le vocabulaire d’une langue, c’est le cas des néologismes stylistiques. Cette catégorie inclut des termes d’origine étrangère pour doubler les mots du fonds traditionnel. Un mot néologique peut avoir comme synonyme un autre, existant déjà dans la langue. Et comme, de façon générale, il n’existe pas de synonymie parfaite, leur fonction est de nuancer le vocabulaire (Hannachi, Akroum, 2016).

Mais pour reconnaître les néologismes il y a quelques critères. Premièrement, c’est un critère lexicographique. À l’écrit et à l’oral, il y a des termes qui peuvent être considérés comme des néologismes. Pour éviter de juger comme terme nouveau un mot qui n’est nouveau que pour soi, il faut consulter les grands dictionnaires contemporains: le *Petit Robert* ou le *Grand Larousse* de la langue française. Si vous consultez ces dictionnaires cela pourrait vous aider à éviter de prendre pour des néologismes des mots spécialisés dans un domaine de connaissance particulier, des archaïsmes ou des mots rares, qui sont d’habitude méconnus par les usagers standards de la langue. Le critère suivant est celui typographique. À l’écrit, les mots nouveaux sont généralement signalés typographiquement. Parmi les signes typographiques, les néologismes peuvent se retrouver mis entre guillemets. Les caractères gras ou, moins souvent, les italiques sont aussi des signes typographiques récurrents qui montrent déjà le statut différent de ces formes. Il y a également des indices contextuels: à l’écrit et à l’oral, l’existence de flottements autour du néologisme est un indice de nouveauté. Ces flottements peuvent être des synonymes ou des explications qui accompagnent le nouveau terme. Dans les médias, l’emplacement d’un nouveau terme est aussi clé. Ils savent que les consommateurs passent par le titre avant de plonger dans le corps. Si le titre, le sous-titre, le chapeau ou l’intitulé d’une émission comptent souvent sur de nouveaux termes, cela retiendra l’attention des consommateurs par le caractère de nouveauté (Hannachi, Akroum, 2016).

Par exemple, dans la phrase: *Il nous semblait important de rappeler cette histoire dans le contexte actuel où l’on peut observer un phénomène d’anthropologisation du tourisme, et parfois aussi de touristification de l’anthropologie*, les néologismes s’identifient par l’utilisation des italiques et aussi par l’absence de ces mots dans les dictionnaires (Cousin, Apchain, 2016).

Le processus de la création des néologismes peut se réaliser différemment. L’affixation, la composition, la siglaison, la troncation, le mot valise, la néologie sémantique, la néologie par conversion et beaucoup d’autres mécanismes de production sont puissants pour créer les néologismes. *Face à un consommateur ultra-informé et exigeant, il faut repenser le métier*, – cette phrase contient un néologisme *ultra-informé*. Il est créé à l’aide de l’affixation, plus précisément, la préfixation. Les mots *anthropologisation* et *touristification* sont créés grâce à la verbalisation. C’est-à-dire, le mot *anthropologie* a pris le suffixe verbal *-tion*. Aussi bien dans la phrase *...et tourisme depuis l’origine jusqu’à ce que nous appellerons “l’ethnologisation” du tourisme* on a formé le néologisme *l’ethnologisation* de cette façon-là (Lainé, 2018).

LITTERATURE

- Lainé, L. (2018). *Offices de tourisme: faut-il oser déconseiller certaines adresses ?* Відновлено з <https://www.lechotouristique.com/article/loffice-du-tourisme-doit-il-deconseiller>
- Cousin, S., Apchain T., (2016). *Tourisme et anthropologie: un tango de l'altérité.* Відновлено з <http://journals.openedition.org/tourisme/1320>
- García, C. J. R., (2015). *La Néologie et les néologismes.* Відновлено з https://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/127972/1/TG_RevillaGarciaC_Neologismos.pdf
- Hannachi, M., Akroum, K. (2016). *Les néologismes dans la presse écrite francophone.* Відновлено з <http://www.univ-tebessa.dz/fichiers/masters/francais/04160096.pdf>
- Niklas-Salmien, A. (2013) : *La lexicologie.* Paris, A.Colin.

LAS PECULIARIDADES SEMÁNTICAS DE LOS REFRANES ESPAÑOLES

Falii A. A.

Universidad nacional lingüística de Kyiv

Los proverbios, refranes y otros textos paremiológicos constituyen un tema de la riqueza singular puesto que han sabido fijarse a través del tiempo en el lenguaje cotidiano, poniendo de relieve el alto grado de implantación de la cultura oral de tradición popular. Este tipo de textos cortos forman parte integrante de la realidad lingüística y cultural que es el resultado de una determinada historia, cultura y religión.

La actualidad de la investigación es debida al hecho de que hoy en día aparece el creciente interés a las peculiaridades de la aparición de nuevos refranes y proverbios. Cada día nosotros nos enfrentamos con diferentes tipos de los proverbios que reflejan tal o cual idea con el único fin de su realización es enriquecer el discurso de la persona y hacerla más metafórica, poética.

Como se sabe la **semántica** es la rama de la lingüística que estudia el significado de los signos lingüísticos (símbolos, palabras o expresiones). Así como estudiamos y analizamos las expresiones fijas – los refranes, dichos y proverbios, la ciencia semántica aquí juega el papel muy importante. Hace falta saber todos los significados de estas expresiones para traducirlas de manera correcta en diferentes contextos. Por eso, se puede decir que el estudio de la estructura semántica de los refranes, proverbios y dichos es bastante interesante y actual, y claro que vale la atención tanto de los filólogos, como de la gente sencilla.

La paremiología es la disciplina que estudia los refranes, los proverbios y demás enunciados cuya intención es transmitir algún conocimiento tradicional basado en la experiencia. La paremiología comparada establece relaciones entre los refranes y demás enunciados sentenciosos de diferentes idiomas y culturas.

El carácter específico de las paremias se relaciona fuertemente con la tradición y el costumbrismo de una determinada comunidad lingüística. A pesar de que la lengua como instrumento incuestionable de comunicación es un organismo vivo, sometido a

una evolución constante e inevitable, el lenguaje de las paremias sigue siendo fijo y el mismo desde los tiempos más antiguos hasta el presente.

La procedencia popular de refranes o dichos hace que este tipo de frases se asocien generalmente con el registro coloquial de la comunicación. No cabe duda de que en el lenguaje cotidiano empleado actualmente en los medios de comunicación se registran cada vez con más frecuencia expresiones y frases paremiológicas parecidas a las que figuran en el refranero. Esta observación se refiere, sobre todo, a los artículos de prensa, revistas del corazón, lenguaje empleado por los locutores de radio y televisión y otros personajes públicos como artistas, políticos, etc.

Un **refrán** es un juego de palabras o dicho que se establece en el tiempo, y que es perteneciente a una cultura, nación o folclore en particular. Por lo mismo, existen refranes que solo son conocidos por una comunidad, mientras que otros son capaces de romper y barreras nacionales, siendo conocidos en todo el mundo. Un refrán, además, rompe barreras cronológicas ya que puede ser transmitido por muchos años, de generación en generación. Otra particularidad de los refranes es que intentan transmitir un consejo o una advertencia de forma novedosa o llamativa, a través de un original uso de palabras y elementos de la realidad popular.

En la discusión hacia los refranes, proverbios y dichos claro que tiene lugar la clasificación de los refranes. Ese trabajo está estrechamente vinculado con la clasificación de los refranes por temática. Y ahora vamos a nombrar las clases y algunos ejemplos, para que sea entendida toda la variedad de esas expresiones.

Los proverbios y refranes juegan el papel muy importante no solo el el texto literario, como ya he mencionado, sino también en la formación de la cultura y el discurso del pueblo. Por su brevedad y densidad de sentido, no sólo logró atravesar casi indemne los abismos del tiempo, sino que actuó como elemento generativo tanto de la poesía popular como de la culta, y se lo ve también citado, a menudo como factor estructurante, en los relatos en prosa. Por la sabiduría que expresa, fue adoptado por los libros sagrados. Está así presente en el Antiguo Testamento en el libro titulado precisamente Proverbios, una serie de exhortaciones atribuidas a Salomón. Pero no sólo allí se los encuentra: buena parte de La Biblia está escrita con un tono proverbial, propio de esos saberes que por haber sorteado casi todas las pruebas se presentan como eternos.

La paremiología aprovecha para extraer de los proverbios la información acumulada a través de cientos de años de historia. Esta información puede ser de muchos tipos: sociológica, gastronómica, meteorológica, histórica, literaria, zoológica, cinegética, toponímica, lingüística, lexicográfica, religiosa, agronómica... Con frecuencia un refrán nace como condensación de un chascarrillo o cuentecillo tradicional, y expresa las creencias y supersticiones populares con más fidelidad que otras formas literarias. En otras ocasiones, por el contrario, posee un origen culto que deriva de los sermones que durante la Edad Media se pronunciaban en lengua vernácula. Posee una particular retórica, en la que se cruzan el ritmo, el paralelismo, la antítesis, la elipsis y los juegos de palabras.

En efecto, uno de los problemas que más afectan, al campo paremiológico en particular y al lingüístico en general, es la falta de definiciones, por una parte, y una creencia ciega y extendida – pero poco cierta – en la validez de ciertas aseveraciones,

por otra parte. En lo que se refiere al refrán por ejemplo, es muy frecuente que considerarlo de naturaleza folclórica, reflejo de un saber popular (o sea una verdad irrefutable de origen ancestral y experimental), de creación (oral) espontánea, y en cuyo enunciado han sido depositados objetos y costumbres pasados. Tiene fama de ser un dicho generalmente breve, con frecuencia metafórico, un argumento inapelable, y su fiel transmisión de generación en generación.

El refranero es una parte esencial de la conversación diaria de los españoles. Nuestra literatura clásica, desde el siglo XIV viene acompañada de ellos. Los refranes son frases populares que expresan consejos, pensamientos, opiniones e ideas. Generalmente suelen estructurarse en verso o con cierta rima para que sean fáciles de recordar. Aunque, como ya os he comentado, hay casi cien mil refranes, os hago una recopilación de algunos de los mas utilizados para que sirva de recordatorio para los mayores, y para que los mas jóvenes no pierdan algo tan importante de nuestra cultura popular.

Los casi cien mil refranes registrados en la lengua castellana son un extraordinario material que representa uno de los grandes valores aportados por el pueblo a través de los siglos, y que los españoles siempre tenemos en cuenta en nuestra vida cotidiana, puesto que nunca faltan refranes para ilustrar nuestra conversación en cualquier momento del día. El refranero es una parte esencial de la conversación diaria de los españoles. Nuestra literatura clásica, desde el siglo XIV viene acompañada de ellos. Los refranes son frases populares que expresan consejos, pensamientos, opiniones e ideas. Generalmente suelen estructurarse en verso o con cierta rima para que sean fáciles de recordar.

OD STAROSLOVĚNŠTINY DO ČEŠTINY HUMANISTICKÉ

Fartučnyj V.I.

Kyjevská národní lingvistická univerzita

Určité zprávy o pronikání křesťanství k Slovanům na území Čech, Moravy a Slovenska jsou už z doby před příchodem Konstantina a Metoděje: většinou jsou zaznamenány v kronikách, legendách a dalších zprávách okolních národů.

Staroslověnština je nejstarší spisovný slovanský jazyk, vytvořený Konstantinem a Metodějem pro účely křesťanské misie na základě mluveného nářečí z okolí Soluně a dále revidovaný po příchodu na Velkou Moravu. Velkomoravská staroslověnština se stala základem dalšího vývoje slovanského spisovného jazyka. V prostředí různých jazyků a kultur a během historického vývoje se jeho podoba proměňovala, a proto už jej nenazýváme staroslověnštinou, ale církevní slovanštinou určité redakce. O přesném počtu těchto redakcí nepanuje všeobecná shoda: obvykle se vyčleňuje redakce česká, bulharsko-makedonská, srbská, chorvatská a ruská, špatně doloženy jsou redakce panonsko-slovinská a polská.

Lexikálním polem se značnou důležitostí pro pračeštinu a starou češtinu je česká náboženská terminologie. Ukazuje na přímou kontinuitu se staroslověnštinou na moravské a české půdě. Tvoří centrální oblast sakrálního stylu se základem v bibli, jež je v židovsko-křesťanském civilizačním okruhu stěžejním hermeneutickým

modelem středověku pro výklad světa. Má i trvající expanzivní potenciál (např. mladší staropolské památky reflektují substituci termínu Hospodin termínem Pán a termínu pop názvem kněz v mladších staročeských překladech) v dalších dějinách češtiny. V 16. století dochází s rozvinutím reformace a konfesním rozdělením západního křesťanství také ke konfesnímu vyhraňování české náboženské terminologie, srov. sbor – církev.

Již ve 2. polovině 13. století byly vytvořeny dobré podmínky pro rozvoj kulturní češtiny.⁶ Přispěly k nim koncentrace moci v rukou přemyslovských panovníků, dobrý stupeň vzdělanosti v církevních kruzích a rozvinutá síť škol. Spisovná čeština se na počátku 14. století vynořuje jako překvapivě vyspělý, ustálený a stylově diferencovaný jazyk (čeština pronikala do dalších funkčních oblastí), schopný zvládat úkoly náročné překladové literatury i původní domácí tvorby. Proto je do jisté míry oprávněný předpoklad některých badatelů o předchozí bohaté tradici ve 13. století, jež se nám však až na nepatrné zlomky nedochovala.

Zejména ve 2. polovině 14. století dochází k velké žánrové a stylové rozrůzněnosti staročeských skladeb. Stylová diferenciacie se odehrává na vyšších rovinách (lexikum, syntax), zatímco nižší roviny (hláskosloví, tvarosloví) vycházejí v podstatě jednotně z češtiny pražského centra, přičemž samozřejmě odrážejí systémové změny, jimiž čeština v té době prochází.

Reformátor Jan Hus přispěl ve své době nejvýraznějším způsobem k rozvoji češtiny i jejího grafického záznamu. Pocházel z jižních Čech, a proto byl hláskoslovně konzervativnější ve srovnání se stavem hláskosloví pražského centra, z něhož se obyčejně hláskové změny staré češtiny kruhovitě šířily. Hláskoslovné inovace právě probíhající v pražské mluvené češtině (splývání dvojího l v jedno, splývání fonémů /i/ a /y/ v jeden i-ový foném) ostře kritizuje a žádá dodržování jejich rozdílu v mluvené češtině i v grafice. Nepřijímá ani další hláskové změny jako počátky diftongizace $ó > uo$, $ú > ou$, $ý > ej$, monoftongizace $ie > í$.

Husův přínos pro grafický záznam češtiny spočívá v jeho návrhu diakritické reformy pravopisu. Není sice zcela jisté, že Hus je skutečně autorem anonymního latinsky psaného traktátu *De orthographia bohemia* (kolem 1411), vůbec prvního teoretického spisu na našem území věnovaného výhradně jazyku a jeho grafickému záznamu, ale je to značně pravděpodobné.

Tradiční mezník staročeského období, rok 1500, i počátek období novočeského současně s prvními signály národního obrození, tedy přibližně rok 1780, bývají obecně přijímány. Fáze ležící mezi nimi bývá označována jako střední čeština, nebo poněkud archaicky a toporně čeština doby střední (náležité adjektivum by tedy mělo znít středněčeský). Střední češtinu dělíme na dvě fáze, jež jsou konvenčně odděleny přibližně rokem 1620. Češtinu druhého období nazýváme barokní a analogicky k tomu volíme pro první období název pocházející z jiných oborů lidské činnosti, než je písemnictví, a to humanistická čeština. Adjektivum humanistická zde nevyjadřuje výhradní sepětí s humanismem jako kulturním hnutím, resp. nemá za úkol implikovat, že texty spjaté s tímto hnutím v dobové produkci převládaly. Rovněž z něj nevyplývá stylové, popř. jiné jazykové hodnocení památek dobového jazyka. Je zde užíváno pouze jako popisné označení.

Jedním z projevů humanistického myšlení byl zájem o jazyky, a tedy i o češtinu. V souvislosti s reformací vznikají různé biblické překlady, dochází k nárůstu znalostí Bible a vzdělanosti vůbec – vzdělanosti silně vázané na tištěné a psané slovo. Tiskem vycházejí překladové slovníky a vznikají první gramatografická díla. Za předchůdkyně slovníků a gramatik můžeme považovat první konverzační příručky, v nichž byly shromážděny užitečné obraty české a německé nebo latinské.

LITERATURA

Fidlerová, Alena A., Dittmann, R., Martínek, Fr., Voleková K. (2013) *Dějiny češtiny*.
Zdroj: <http://ucjtk.ff.cuni.cz/wp-content/uploads/sites/57/2015/11/D%C4%9Bjiny-%C4%8De%C5%A1tiny.pdf>
Havránek, B. (1966) Český jazyk Husův. *Slovo a slovesnost*, roč. 27, s. 1–16.

WAYS OF IMPROVEMENT THE FUNCTIONING OF THE MANAGERIAL STAFF

Fedorova K.O.

Kyiv National Linguistic University

The company success depends on a variety of factors, but the staff, especially managerial staff, play the most important role. Indeed, the company's future depends on the results of its activity. The research shows that these days the success of an organization rely largely on skillful and competent leadership. Managerial staff is an asset of the organization, human capital, which expects timely and worthy economic, psychological and career rewards as the end result. The question arises how to improve the efficiency of the work of managers.

The issue of raising the efficiency of the managerial staff was mentioned in many studies of Ukrainian and foreign scientists, in particular the scientific works of Y. I. Paleha, I. A. Batkaev, I. F. Belyaeva, V. A. Rozanova, M. B. Kurbatova V. A. Ivannikova, Karpenko, A. N. Leontiev, A. M. Kolot, V. O. Novak, T. L. Mostenskaya, G. S. Gurina, O. V. Ilyenko, N. D. Lukyanchenko, L. S. Vygotsky, J. Atkinson, V. Vruma, F. Herzberg, S. Carroll, D. McGregor, D. McClelland, J. Schonnesi, A. Maslow, who was best known for creating Maslow's hierarchy of needs, a theory of psychological health predicated on fulfilling innate human needs in priority, culminating in self-actualization. However, some aspects of the problem of improvement the managerial staff functioning remain controversial and require further research.

In general, effectiveness can be defined as the ratio between the achieved result and the used resources. In terms of determining the management effectiveness, this is an indicator of management activities, which is defined as the ratio of results obtained from the implementation of certain management decisions to the costs that ensure their implementation.

One of the company's main tasks is the search for effective methods of labor management that will activate the human factor. For this purpose, modern methods of staff management should be used. Karpenko asserts that staff management is a multi-

faceted and complex process characterized by its specific features and regularities (Karpenko, 2011), p.107-111).

In order to improve the effectiveness of the managing staff activity, the motivation and stimulation methods are used. Nowadays, the methods of motivation and stimulation, the opportunity to be realized as a specialist and as a person can help to retain creative and promising managerial staff of the enterprises and as the result improve organization indicators.

There are many approaches to the definition of motivation in the scientific literature. However, basically, all definitions agree that motivation is a set of external and internal factors that ensure the process of inducing an employee to work aimed at achieving personal and collective goals. The notion of motivation is similar to the concept of stimulation, which is defined as a system of means aimed at forcing an employee to specific actions, the formation of material and moral interest in labor and at the same time increasing its effectiveness.

The purpose of motivation is to make a person work better, to behave more responsibly to his duties, and make more efforts to work. There exist material and non-material motivation. Material motivation is expressed through: wages, bonuses, perks. Non-material motivation can take in the form of verbal encouragement; public acceptance of the employee's personal contribution; the title "best employee"; delegating authority to the workers; the opportunity to participate in the management of the enterprise; flexible work schedule; additional training at the expense of the enterprise, etc.

Nevertheless, Novak, Mostenskaya, Gurina and Ilyenko (2013) argues that other methods can be used to increase the effectiveness of managerial staff such as: improvement of the forms of division and cooperation of the work of managers; creation of favorable working conditions; improvement of the system of standardization; design of rational technology for the implementation of manager's work; improvement workplace conditions; comprehensive assessment of the results of management staff; improvement of motivation mechanism (p. 495).

Increasing efficiency of managerial staff is an integral part of the process of development. To improve the labor effectiveness, it is necessary to manage changes, that is, to generate, motivate, and stimulate employees (Dyatlov, 2009, p. 365; Bazarova, Yeremina, 2010, p. 560). At the same time it is also important to take into account the intensity of changes in all major organizational elements, including employment, staff structure, qualifications and education, technology and equipment, products and market. These changes should contribute to the development of the enterprise, the implementation of the innovation. Focusing on achieving the highest results is the most optimal style of creating an effective management system (Paleha, 2015, p. 346).

Despite the fact that such the stimulation and motivation ways of improvement the functioning the managerial staff involves certain costs (especially if it is a material remuneration), these costs, in case of the proper organization of incentive measures, are covered by lower costs for production and sales of products, also, in some cases, by reducing the unit cost of production.

Overall, effective and high-quality work of management system will increase the level of timely and qualitative management decisions reduce the percentage of

managerial mistakes, which will lead to higher profitability of production, increase of competitiveness and further sustainable development of the company on the market.

LITERATURE

- Bazarova, T. Yu., Yeremina, B. L. (2010). *Upravlinnyya personalom*. Moscow: Yunity.
- Dyatlov, V. A. (2009). *Upravlinnyya personalom*. Moscow: Prior.
- Novak, V. O., Mostenskaya, T. L., Gurina, G. S., Ilyenko, O. V. (2013). *Corporatyvne upravlinnyya*. Kyiv: Condor.
- Paleha, Yu. I. (2015). *Management personalu*. Kyiv: Lira.

VERBALISATION DES ÉTATS ÉMOTIONNELS DU PERSONNAGE PRINCIPAL DANS LE ROMAN DE GUY DE MAUPASSANT “BEL AMI”

Fedotova V.

Université nationale linguistique de Kyiv

À toutes les époques, les émotions représentent un facteur indispensable de la vie humaine, ainsi que de la vie artistique, notamment littéraire. D’après Pierre Simon (1830) l’émotion “est devenue l’objet de la découverte artistique: non plus seulement l’émotion représentée, mise en scène, mais l’émotion éprouvée, objet d’une mimésis glissant du monde au cœur du poète” (Barbezat, 1830, p. 267). L’actualité de cette recherche est liée au fait que pendant les dernières années la linguistique en tant que science a approuvé le fait que les émotions exprimées dans les oeuvres littéraires représentent de sources inépuisables de connaissances linguistiques associées aux aspects cognitifs et psychologiques permettant de mieux comprendre la nature humaine et l’essence du texte.

Selon les travaux du linguiste russe Victor Shahovsky “exprimer une émotion signifie montrer l’attitude envers un certain objet animé ou inanimé, c’est-à-dire présenter l’estimation de cet objet”. V. Shahovsky était l’un des premiers qui s’est intéressé aux unités lexicales liées à la notion d’émotivité psychologique et qui a élaboré le terme “lexique émotif” dans sa thèse “La catégorisation des émotions dans le système lexical et sémantique”. Le lexique émotif c’est le lexique avec une émotivité claire, bien connue et constante, qui est bien compris en dehors du contexte et dans le contexte (Shahovsky, 1988, p. 110). Le lien entre l’émotion psychologique et son reflet linguistique dans le texte pour Victor Shahovsky est représenté par la capacité sémantique de la langue d’exprimer l’émotionnalité comme un fait du psyché, les émotions sociales et individuelles par le système de moyens linguistiques.

Généralement, la verbalisation des émotions dans les oeuvres littéraires peut être effectuée de deux manières: par la voie explicite et / ou implicite. Le premier moyen repose sur l’expression des émotions à l’aide des unités lexicales désignant les émotions elles-mêmes, tandis que le deuxième se base sur les lexèmes émotionnellement marqués, sur la description des états émotionnels et du comportement des personnages, ainsi que sur la description détaillée des situations et du paysage naturel autour des héros (Sherer, 2005).

Le célèbre écrivain français du XIX^e siècle Henri René Albert Guy de Maupassant a fait une grande contribution à l'épanouissement de la littérature mondiale par ses oeuvres et a créé beaucoup de portraits psychologiques mémorables. Comme Guy de Maupassant menait une vie psychologiquement instable, qui l'a poussé à la tentative de suicide, suite à laquelle il a terminé ses jours à la clinique du docteur Blanche, il nous paraît tout à fait logique et intéressant d'observer la verbalisation de l'émotion d'inquiétude, d'incertitude et d'irritation dans son roman "Bel ami", ressenti par le personnage principal Georges Duroy.

Tout d'abord, il est nécessaire de remarquer que d'après le dictionnaire de la langue française ("Larousse", 2018), l'inquiétude représente un "état affectif pénible causé par la crainte". Les lexèmes *intimidé*, *niaise*, *envie de courir*, *le coeur battant*, *l'esprit anxieux*, *harcelé*, *la crainte d'être ridicule* marquent l'angoisse de Duroy dans les fragments suivants: "*Duroy, intimidé, ne trouvait rien à dire. Il retroussait sa moustache frisée en souriant d'une façon niaise*", "*Il avait envie de courir, de sauter en gravissant le dernier étage*", "*Il montait lentement les marches, le coeur battant, l'esprit anxieux, harcelé surtout par la crainte d'être ridicule [...]*" (Maupassant, 2006, p. 25).

De plus, Guy de Maupassant marque explicitement / implicitement l'inquiétude du personnage en utilisant de tels lexèmes comme *crainte*, *tremblant*, *haletant*, *un peu gêné*, *intimidé*, *mal à l'aise*, *inquiéta* dans les descriptions de son comportement: "*[...] tout à coup perdant son aplomb, se sentit perclus de crainte, haletant*", "*Il murmura, confus de son audace et tremblant de dire une sottise*", "*Il était un peu gêné, intimidé, mal à l'aise. Il portait un habit pour la première fois de sa vie, et l'ensemble de sa toilette l'inquiéta [...]*" (Maupassant, 2006, p. 22).

Dans le roman on observe l'envie très forte de Georges Duroy d'améliorer sa vie. Observons ses pensées quand il se précipite chez les gens aisés en sortant de sa "trou sombre": "*[...] une écoeurante sensation de dégoût et une hâte de sortir de là, de loger comme les hommes riches, en des demeures propres, [...] une odeur d'aisance et d'humanité l'emplissait du haut en bas*", ce qui provoque à son tour un sentiment très solide d'irritation et du mépris, présenté de manière explicite: "*Et une colère l'envaissait contre ses gens assis et tranquilles*", et implicite: "*Il murmurait: "Les couchons!" tout en se dandinant avec grâce*" (Maupassant, 2006, p. 44).

La description détaillée des idées venant à l'esprit de Georges Duroy, composée de verbes *oser*, *murmurer* et *hésiter*, ainsi que de lexèmes à *mi-voix*, *tout à fait déconcentré* montre, qu'il est complètement incertain de tout ce qu'il doit faire lors de sa présence aux événements de la haute société: "*Duroy n'osait point placer un mot*", "*[...] murmure à mi-voix, comme il faisait souvent*", "*Il s'arrêta net, tout à fait déconcentré*", "*Il hésita sur ce qu'il ferait*" (Maupassant, 2006, p. 35).

À travers cette recherche, on a mis clairement en évidence deux moyens essentiels de la verbalisation, à savoir explicite et implicite. La verbalisation des émotions d'inquiétude, d'incertitude et d'irritation ressenties régulièrement par le héros principal du roman de Guy de Maupassant "Bel ami" est bien marquée par les lexèmes émotionnellement marqués présentés majoritairement par les verbes de doute et par les adjectifs descriptifs des sentiments.

LITTERATURE

- Barbezat, J. (1830). *Ballache, P.S. (1830)*. Paris, France: Gallimard.
- Larousse, (2018). Tiré de: <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais>.
- Maupassant, G. De. (2006). *Bel ami*. Paris, France: Gallimard.
- Shahovsky, V. I. (1988). *Categorization of Emotions in the Lexico-Semantic System of the Language*. Moscou, Russia: Gnozis.
- Sherer, K. V. (2005). *What are emotions? And how can they be measured?* Cambridge, London: Cambridge University Press.

THE USE OF METAPHOR IN ROBERT FROST'S POETRY

Victoria Feshchuk

Kyiv National Linguistic University

Metaphor is one of the immanent features of language. It is the “seasoning” of poetry and language itself. According to Hawkes (2017), “metaphor is located at the heart of language and indeed defines and refines it, and thus man himself” (p. 67). A metaphor as part of a figurative language brings together and compares two different things or ideas which are viewed as sharing some common characteristics. Some types of metaphor can be distinguished, such as cognitive, conceptual, visual metaphors etc. Lakoff and Johnson (2008) made a big contribution to establishing the importance of conceptual metaphor as a framework for thinking in language (p. 4).

Basically, in poetry, a way of describing a situation without directly speaking of the event is by using metaphors. Poets intentionally use metaphors to enliven poems. We can consider metaphors as the ways of thinking, which offer the readers new ways of understanding feelings and viewing the world. It is very essential for a poet to provide metaphors by which the universe can be perceived better. Thus our understanding of reality is deepened.

As a poet, Robert Frost was well-known for his use of metaphor throughout his poetical works. Frost believed that metaphor is more than pictures that link the concrete and the abstract together. He supposed that poetic forms themselves were metaphorical. Even meter, rhythm, tone, and rhyme are all metaphorical by nature.

Robert Frost was a man who went through some challenging obstacles in his life. In his poems he uses many orientational metaphors that characterize such difficult times. According to Frost, it is necessary for things to break down. He believed that “All metaphor breaks down somewhere. That is the beauty of it. It is touch and go with the metaphor, and until you have lived with it long enough you don't know when it is going. You don't know how much you can get out of it and when it will cease to yield. It is a very living thing. It is as life itself” (cit. after Richardson, 2014, p. 358).

In many of Robert Frost's poems there are evocative metaphors, for example, in the poem “Stopping by Woods on a Snowy Evening” the mysterious “woods” represents eternity (Frost, 2012, p. 95). Furthermore, the majority of his metaphors include references to some aspects of nature found throughout New England. Metaphors can serve the poetic imagination. It is a specific feature of Frost's writing.

“Acquainted with the Night”, “The Road Not Taken” and “After Apple Picking” are popular examples of using Frost’s powerful metaphors.

“After Apple Picking” is richly metaphorical. There is an old man who, in the midst of an autumnal apple harvest, grows tired of work and wishes simply to sleep. In this poem Frost shows a journey of going “toward heaven”. It concerns passing on and it is an example of reflecting upon life. Using the metaphor “toward heaven”, he proved that something was left unfulfilled. Frost also looks back on his life wondering if he made the right choices. “Beside it, and there might be two or three/ apples I didn’t pick upon some bough...” (Frost, 2012, p. 25) is a representation of that thought. In addition, this metaphor illustrates that throughout his life he was not able to do everything as planned. Another example of orientational metaphor from “After Apple Picking” is going back down to earth: “I got from looking through a pane of glass/ And held against the world of hoary grass/ It melted, and I let it fall and break...” (ibid.).

“The Road Not Taken” is an ambiguous poem that allows the reader to think about choices in life, it concerns the decisions in life that should be made by everyone. But we usually do not know which way to go, because we are confused and we are not aware of how one decision can change a person’s life. And we are afraid because we cannot come back to a certain period of life. The metaphor of choice is represented in this poem. Frost is not sure of his moral choice and a possible mistake even leaves his mood uncertain. He is afraid that he may be neither wrong nor right. The fork in the road is symbolic of the choice the speaker has to make in his life. Actually, Frost in “The Road Not Taken” compares life to a journey, where each path has a different direction in the life. “The road not taken” is basically a metaphor and does not offer a concrete situation meant for a choice. The speaker shows hesitation when he says: “long I stood/ and looked down one as far as I could” (Frost, 2012, p. 85). The poem emphasizes the capacity of the individual to arrive at a decision. This responsibility of man is his real strength.

Frost creates a kind of second reality in some of his poems, such as “Birches”, “After-Apple Picking”, “All Revelation”, “Design”. These and many other successful pieces create a world that goes beyond the reality. With a help of these poems, you can reach a world of values and beliefs that belong to the poet alone. For Frost the earth is the right place for love. The perceptible world contains a hidden reality that he reaches deeper through his poems.

Robert Frost was sure that the richest asset of the ages is metaphors. Frost cannot imagine his life without metaphor. For him, it is the heart of poetry. He believed that “the height of poetry, the height of all thinking, the height of all poetic thinking”, was in “that attempt to say matter in terms of spirit, and spirit in terms of matter” (Hass, 2002, p. 41). According to Richardson (2014), “the metaphor is the whole of thinking” (p. 171). Except for the basic purpose of metaphor, it can also help the reader visualize images and deepen our understanding of literature, art, and life.

REFERENCES

Hawkes, T. (2017). *Metaphor*. New York: Routledge.

- Richardson, M. (Ed.). (2014). *Robert Frost in Context*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hass, R.B. (2002). *Going by Contraries: Robert Frost's Conflict with Science*. Charlottesville, VA: University of Virginia Press.
- Lakoff, G., Johnson, M. (2008). *Metaphors We Live By*. Chicago and London: University of Chicago Press.

LIST OF ILLUSTRATION MATERIALS

Frost, R. (2012). *The Early Works of Robert Frost*. New York: CreateSpace Independent Publishing Platform.

DIRECTIVE SPEECH ACTS IN FICTIONAL CHARACTERS' DIALOGUES: A STUDY OF W.S. MAUGHAM'S SHORT STORIES

E.I. Fomenko

Kyiv National Linguistic University

In what follows, basic kinds of speech acts, namely the directive ones, will be discussed. The study is aimed to identify the role of directive speech acts in fictional characters' dialogues, as well as to single out the most frequent types of directives used in Maugham's short stories. For this purpose, the qualitative method of analysis was used.

According to the Theory of Speech Acts, first elaborated by J.L. Austin, a speech act is an utterance that performs a particular pragmatic function in communication. In his paper "How to do things with words" the author claims that "*to say something is to do something*" (Austin, 1962, p. 108). In other words, people use language to perform actions. In Austin's framework (1962), each utterance can be examined on three levels: the locution, the perlocution and the illocution. The locution is "*the act of saying something*", the perlocution is the act "*by saying something*" and the illocution is an act "*in saying something*" (p. 120). Here the latter is seen as the central concept, as by pronouncing words we have a certain intention and it is important for the hearer to recognize it. John Austin (1962) discerns these three levels by opposing them to one another. Thus, illocutionary acts have a force, while locutionary acts do not have it, and unlike perlocutionary acts, illocutionary acts are complete without being reduced to their effect (p. 120).

In this study we will focus on illocutionary acts, in particular on one of its kinds – directive speech acts. Austin's taxonomy of illocutionary acts is often regarded as incomplete and vague – the one that lacks clear criteria for distinguishing one kind from another. Therefore, we will refer to Searle's (1975) classification. Unlike Austin's taxonomy Searle's one is based on several criteria, the most important of which are as follows: the direction of fit, illocutionary point and psychological state (p. 345).

According to J. Searle (1975) speech acts fall into five basic categories: representatives, commissives, expressives, declarations, and directives (p. 354). All five categories can be grouped into two broad classes: direct and indirect speech acts. An utterance that has a direct relationship between its structure and communicative

function is regarded as a direct speech act. Accordingly, an utterance with an indirect relationship is regarded as an indirect speech act (Yule, 1996, p. 54).

J. Searle (1975) defined the directive speech act as an attempt of the speaker to make the hearer do something. Directive speech acts are usually divided into four subtypes: suggestion, order, command, and request. However, there are also such subtypes as challenging, asking, demanding, requesting, inviting, ordering, advising, forbidding, recommending, suggesting, warning, begging, urging, admonishing (Jucker, Taavitsainen, 2008).

Let us consider some of the examples of directive speech acts in the short story "The Unconquered" (Maugham, 1982). It should be noted that such categories of the directives as commands and orders outnumber the other categories, e.g., "*Stop still, both of you*" (p. 284); "*Drink up your wine and go*" (p. 286); "*You must give me a kiss first*" (p. 287); "*Take them away and take yourself off with them*" (p. 288). Most of the commands and orders are used directly, while requests and suggestions are used indirectly. Thus, the question "*Why can't you leave us alone?*" (p. 291) is perceived as a request to leave them alone. The same thing can be found in the example "*Haven't you one kind word for me?*" (p. 305), where the request is expressed in the form of a question.

The suggestion is the least frequent type of directive speech acts in this story. Moreover, suggestions are also used indirectly, e.g., "*Why don't you be reasonable like your father and mother?*" (p. 293). It is important to note that the number of orders and commands significantly decreases towards the end of the story. It can be explained by the fact that the speaker's intention to make the hearer do something becomes weaker towards the end of the story as well. Thereby, the stronger an intention is the more intense a directive speech act is used.

Taking everything aforementioned into account, we can make three preliminary conclusions. First, orders and commands are the most frequent types of directive speech acts in the given short story. The reason for this is that the story is based on the conflict and, consequently, orders and commands appear mostly in the dialogues of the characters having hostile relations to each other. Thus, being quite frequent, these types of directives help to reveal the characters' relationships. Second, the types of directive speech acts differ in their strength. Finally, directive speech acts play an essential role in keeping the smooth flow of storylines.

LITERATURE

Austin, J. L. (1962). *How to Do Things with Words*. Oxford: Clarendon Press.

Jucker, A.H., Taavitsainen, I. (2008). *Speech Acts in the History of English*.

Amsterdam: John Benjamins.

Searle, J. R. (1975). *A Taxonomy of Illocutionary Acts*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

Yule, H. G. (1996). *Pragmatics*. Oxford: Oxford University Press.

LIST OF ILLUSTRATION MATERIALS

Maugham, W.S. (1982). *Collected Short Stories* (Vol. 1). New York: Penguin Books.

STRUKTURELL-SEMANTISCHE BESONDERHEITEN DER KOMPARATIVEN PHRASEOLOGISMEN DER DEUTSCHEN SPRACHE

A. Gagan

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

In der Grundlage der semantischen Struktur der komparativen Phraseologismen liegt der Vergleich. Unter dem Begriff „*Vergleich*“ versteht M.F. Alefirenko (2008) den Prozess der Widerspiegelung im Bewusstsein der objektiven Beziehungen der Ähnlichkeit, Unterschiedlichkeit oder der Identität zwischen den jeweiligen Objekten oder Ereignissen.

Komparative Phraseologismen kann man in unterschiedliche Typen nach verschiedenen Kriterien gliedern. Wir versuchen die komparativen Phraseologismen nach dem Gebrauch zu gliedern. In mehreren Wörterbüchern gibt es viele Komponenten zur Bezeichnung von Tieren. In diesem Typ der Phraseologismen werden meistens die Adjektive, die die bestimmten Eigenschaften, oder die Verben, die die bestimmten Tätigkeiten und Zustände beschreiben, benutzt: *matt sein wie eine Fliege-* sehr schwach sein, *schlank wie ein Reh sein-* sehr schlank, dünn sein, *sich fühlen wie ein Fisch auf dem Trockenen-* sich sehr unsicher fühlen, *stinken wie ein Bock-* sehr schlecht riechen, *wissen, wie der Hase läuft (ugs.)-* wissen, wie es weitergeht, *leiden wie ein Hund-* sehr viel leiden, *schufteln wie ein Ochse-* intensiv arbeiten.

Was die Strukturtypen (deren Einteilung nach Palm (1997) erfolgt) der untersuchten komparativen Phraseologismen betrifft, kann man folgendes feststellen: **1. Verb oder Adjektiv/ Adverb + wie + Substantiv:** *sich wohl fühlen wie ein Fisch im Wasser, munter sein wie ein Fisch im Wasser.* **2. Verb oder Adjektiv/ Adverb + andere Strukturen als/wie:** *aussehen, als hätten einem die Hühner das Brot weggefressen.*

Die semantische Funktion der phraseologischen Vergleiche liegt in der Erhöhung der Anschaulichkeit und Bedeutungsverdichtung sowie in der Erweiterung. Manchmal dienen sie zur negativen oder positiven Bewertung eines Sachverhaltes. Nach Röhrich (1974) sind zahlreiche stehende Vergleiche von vornherein auf Witz und Grotteske aufgebaut. Komparative Phraseologismen können auch in der Funktion einer indirekten Verneinung gebraucht werden: *Er schwimmt wie eine bleierne Ente*, als Ausdruck für „er kann nicht schwimmen“. (Fleischer, 1982, S. 135). Sie sind zum überwiegenden Teil umgangssprachlich.

Man kann voraussetzen, dass es bei benachbarten Völkern viele Entsprechungen in festen Vergleichen mit Tierbezeichnungen gibt: erstens durch das kulturelle Erbgut, zweitens auf Grund der gleichen objektiven außersprachlichen Erfahrungen (Beschaffenheit der Tierwelt). Andererseits muss beachtet werden, dass feste Vergleiche sprachlich gebunden sind, sodass demselben Denkmodell durchaus in verschiedenen Sprachen ein anderes Bild entsprechen kann.

Es wurde festgestellt, dass die Mehrheit aller komparativen Phraseologismen die Vergleiche mit Tieren bilden. Es handelt sich um Haustiere (*dastehen wie die Kuh am neuen Tor-* todmüde, erschöpft sein, *stur wie ein Bock sein-* sehr dickköpfig sein) sowie Wildtiere (*stark wie ein Bär sein-* sehr festvoll, kräftig sein, *trampeln wie ein Elefant-* sehr laut gehen). Diese Gruppe ist stark vertreten. Die am häufigsten

benutzten Tierbezeichnungen sind: **der Hund** (*müde wie ein Hund sein*- todmüde, erschöpft sein), **die Katze** (*leben wie ein Hund und eine Katze*-- viele Probleme miteinander haben), **der Fisch** (*stumm wie ein Fisch*- nicht sprechen, ganz ruhig sein, *gesund sein wie ein Fisch im Wasser* - ganz gesund sein), **die Kuh** (*die Kuh vom Sonntag*- ganz ratlos sein) u. a. Die Tiere bekommen hier menschliche Eigenschaften: hungrig (*hungrig wie ein Wolf sein*), stolz (*stolz wie ein Pfau*), leise (*leise wie ein Mäuslein sein*), listig (*listig wie ein Fuchs*), nass (*nass wie eine Katze*). Also, zum Beispiel der Hund wird mit der Treu (*treu wie ein Hund*), das Pferd mit der Kraft (*arbeiten wie ein Pferd*), die Ameise mit der Tüchtigkeit (*fleißig wie eine Ameise sein*), das Schaf mit der Geduld (*geduldig wie ein Schaf sein*) verbunden.

Phraseologische Vergleiche (komparative Phraseologismen) bilden eine Subklasse der Phraseologie, die sich durch einige spezifische Merkmale relativ leicht identifizieren und beschreiben lässt. Die Phraseologismen mit den Tierbezeichnungen als Komponenten bilden die zweitgrößte Gruppe in der Phraseologie der zahlreichen Sprachen. Bestimmte phraseologische Vergleiche mit Tiernamen beruhen auf der objektiven Erfahrung, manche beruhen auf einer vermeintlichen Ähnlichkeitsrelation zwischen menschlichen Eigenschaften und Tieren, die als Sinnbild der Eigenschaft bekannt sind. Die Vergleiche, in denen Tiere als Referenz dienen, wirken besonders anschaulich und überzeugend. Je nachdem, welche Eigenschaften einem bestimmten Tier zugeordnet werden können, gestaltet sich der semantische Gehalt des jeweiligen Idioms, eine besondere Intensität, eine negative Eigenschaft, oder etwas Positives wird zum Ausdruck gebracht.

LITERATUR

- Алефиренко, Н.Ф. (2008). Фразеология в свете современных лингвистических парадигм. Москва: ООО Изд-во «Элпис».
- Малишев, В.Ф. (2005). Новий німецько-український і українсько-німецький словник. Харків.: «ДІВ».
- Duden (2002). Das große Buch der Zitate und Redewendungen. Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich: Dudenredaktion.
- Fleischer, W. (1982). Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache. Leipzig, MA:VEB Bibliographisches Institut.
- Palm, Ch. (1997). Phraseologie: eine Einführung. 2. Auflage. Tübingen, MA: Gunter Narr Verlag.
- Röhrich, L. (1974). Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten, Band 1. Freiburg im Breisgau, MA: Herder Verlag.

WAYS OF CREATING HUMOR AND IRONY IN MODERN ENGLISH SENRYU

A.V. Galina

Kyiv National Linguistic University

Senryu is a genre of Japanese poetry that arose in the Edo period (1603 – 1868). The term “senryu” is derived from the name of the Japanese poet Karai Senryu whose

collection *Haijūyanagidaru* launched the genre of senryu into the public consciousness. Japanese senryu, like the famous poetic genre haiku, is limited to 17 morae, generally translated as syllables (Digregorio, 2014). However, traditional Japanese poets counted sounds rather than syllables; therefore, “syllable” is only a rough equivalent of the Japanese “morae.”

As for English senryu, it structurally reminds of classical English haiku, a three-line verse with the first and third lines consisting of 5 syllables and the middle line of 7. However, unlike haiku, senryu is a satirical-humorous genre far from admiring the beauty of nature. It is more of a joke genre, an anecdote, or a sketch (Oriental poetry, n.d.).

There are several ways in which contemporary English senryu poets create humor and irony in their poetry. They use wordplay, hyperbole, paradox, and other stylistic tools to attract the reader’s attention to various social problems in general and to people’s nature in particular in a bid to mock them gently. However, senryu can also contain gloomy imagery describing acute social problems or people’s dark feelings, e.g.:

*Gruesome
Is the age of forty
Of a beautiful woman*

Anonymous author (Reichhold, 2013)

In the senryu verse above, the author implies that at the age of forty, a woman might think that her beauty is over, by using the negatively charged adjective “gruesome.” The word means something extremely unpleasant and shocking, usually associated with death or severe injury. The epithet suggests that there is nothing worse than the age of forty for a beautiful woman. In this verse, the bitter irony is achieved by using the antithesis “gruesome” – “beautiful.” Beauty is not something physical that can be seen outside; it is rather something within. Nevertheless, the poet’s bitter irony evokes sadness, as the woman’s beauty fades.

Another example of how a limited number of words can help a senryu author achieve the effect of bitter irony is as follows:

*'ne pas fumer' sign
in front of sloan kettering –
two doctors puff on...*

Anonymous author (Reichhold, 2013)

In this verse, a couple of striking features are used to create the effect of irony. The initial line of the poem contains a phrase written in French. The phrase is the French equivalent of the famous sign “No smoking.” In the second line, the reader comes across the word combination “sloan kettering,” which might be unfamiliar to them. In fact, it is the name of a treatment and research institution in New York City, founded in 1884 as the New York Cancer Hospital. Cancer is believed to be a smoking related disease. Hence, in the senryu, the author uses situational irony which is based on the paradox – doctors who are supposed to know the detrimental effects of smoking are addicted to the habit themselves.

It goes without saying that understanding humor and irony in poetry might be challenging. As the analysis has shown, interpreting irony in English senryu poems requires background knowledge, analytical thinking, and creative skills.

LITERATURE

- Digregorio, C. (2014). Senryu: Write delightful, short poems about human nature. *Charlotte Digregorio*. Retrieved from <https://charlottedigregorio.wordpress.com/2014/05/03/senryu-write-delightful-short-poems-about-human-nature/>.
- Oriental poetry. (N.d.). *The Poets Garret*. Retrieved from <http://www.thepoetsgarret.com/orient.html>.
- Reichhold, J. (2013). Should senryu be part of English-language haiku? *Modern Haiku*. Retrieved from <http://www.modernhaiku.org/issue44-1/MH44-1-Reichhold-Senryu-2013.pdf>.

POLITICAL DISCOURSE AND FACTORS OF INFLUENCE

V.V. Ganyk

Kyiv National Linguistic University

Discourse is a fundamental factor in all communication worldwide and is necessary for our understanding of language and language use. The nature of a given discourse is determined by the sender and receiver, and thus the communicative situation in which it occurs. The knowledge of how to affect other people with one's discourse is an extremely powerful tool as social relations are deeply embedded in discursive patterns, while at the same time, these discursive patterns are also affected by social relations – hence, a well-constructed discourse can be used to dominate people at the receiving end. Therefore, discourse is an important tool in a political world where one's words are the primary means of communicating visions and ideologies, and ultimately making people act on these. The study of political discourse has attracted much attention due to its specificity. It can be characterized by a huge number of aspects, which predetermine its high complexity. Political discourse is a set of narratives, which are presented by participants with the help of corresponding means aimed at the representation and construction of the public figures' face.

Political participation – public involvement in efforts to address collective problems – has long been an essential characteristic of American democracy. Yet many democratic citizens fail to engage in the most basic mode of participation – voting, let alone more demanding forms of political engagement and collective action (Anderson, Paskeviciute, & Tverdova, 2002).

However, due to the increasingly rapid development of communication technologies, trying to assess the impact of media and communication on the American politics is somewhat akin to shooting a moving target. And very often role analysis gives an opportunity to predict the variants of human behavior in interaction and identify the main characteristics of communicants. The role in modern linguistics is considered to be the system of communicative identities' manifestations, characterized

by "stereotyped" mutual rights and obligations, reflecting the communicative behavior, social characteristics, social status, age, gender and other factors.

All these factors create a formal model. This formal model treats the presidential election as a game between the two candidates competing for electoral votes in fifty-one locations. The model incorporates the assumption that the two candidates can have different prior probabilities of winning each state and can have different degrees of effectiveness at getting votes. The solution to this model is straightforward, but interesting. Candidate strategies are determined by the effectiveness of the candidates, the competitiveness of the state, and the state's electoral value. Candidates will allocate more resources:

- 1) to states with higher electoral value,
- 2) to more competitive states,
- 3) when they are more effective at getting votes.

The structure of the model also provides an answer of when candidates can have an effect on the election outcome. When one candidate is more effective at getting votes, then that candidate will allocate more resources and receive a greater marginal return on each unit of resource than their opponent, resulting in an effect on the election outcome in their favor.

This model is useful in answering other questions regarding campaigns in general, such as how candidates should allocate resources in governor and senate elections; how third party candidates should allocate resources.

The essential issue in political discourse is the balance between linguistic analysis and political analysis, and we have perhaps emphasized the former as opposed to the latter, since, in general, this is what distinguishes political discourse analysis from political research as found, say, in political science (Wodak, 1995).

It is also now a growing trend in political discourse to combine social theory with linguistic theory. The trick, however, is not to lose linguistic rigor for the sake of sociopolitical claims, but equally not to simply continue producing language-based analyses which do not fully consider why, in social and political terms, specific linguistic choices have been made. There is also an emerging argument for a more integrated semiotic view of public and political communications which combines analyses of a range of sign-based systems. But certain core features will, and must, remain constant in the field of political discourse, and central to this is the role of language and language structure, and its manipulation for political message construction and political effect.

REFERENCES

- Anderson, C.J., Paskeviciute, A., & Tverdova, Y. V. (2002). *Mainstream Politics and Political Discussion Behavior in Contemporary Democracies*. American Political Science Association Annual meeting, Boston, MA.
- Wodak, R. (1995). *Disorders of Discourse*. London: Longman.

LOVE IMAGERY IN ED SHEERAN'S SONG "THINKING OUT LOUD": A MULTIMODAL ASPECT

L.I. Hapon

Kyiv National Linguistic University

In its most basic sense, multimodality describes communication practices in terms of textual, aural, linguistic, spatial, and visual resources – or modes – used to compose messages. Various combinations of these modes, or elements, contribute to how multimodality affects different rhetorical situations, or opportunities for increasing an audience's reception of an idea or concept (Multimodality). Everything from the placement of images to the organization of the content creates meaning. The shift from isolated text relied on the primary source of communication to the pictures, audios, videos is utilized in the digital age in increasing frequency.

Music retrieval is predominantly seen as a problem to be tackled in acoustic domain. Subsequently, music is selected by similarity matching, or classified into genre, instrumentation, artist or other categories (Mayer, 2010, p.333). However, this form of art is an inherently multimodal type of data.

A piece of music itself is not monomodal, i.e. it is not tied solely to an auditory modality. It can incorporate visual, auditory, and textual modalities, thus being multimodal (Mayer, 2010, p.334). Apart from purely instrumental pieces, lyrics associated with music is as essential to the reception and message of a song as the audio. Besides, album covers participate in visual meaning-making. Album covers are, usually, carefully designed by artists and meant to convey a message that is consistent with the message sent by music in the album as well as by an image of a band in general. Musical videos, fan sites, and other sources of information also add to multimodal meaning-making.

To underpin the above stated by empirical data, this paper resorts to the analysis of one of the most popular songs in the 21st century "Thinking Out Loud" composed and performed by a famous English singer and songwriter Ed Sheeran. Being a romantic ballad, the song focuses on ever-disturbing problems of getting older, partners' fidelity, and true love. Imagery constructed in the song is quite unusual and authentic, which makes it "ear-catching".

"Thinking Out Loud" creates the imagery of love. The words of endearment such as *darling*, *baby*, *honey* convey the atmosphere of love relationships. Furthermore, phraseological units *sweep you off of your feet*, *my heart could still fall as hard at 23*, and *fall in love* show that these relationships are built on passion, desire, and lust, which are equally important. In the song parts of the body and inner world of the lovers are personified (e.g., *mouth...remember the taste of my love*, *eyes...smile*, *soul...grow old*), which demonstrates the influence of the emotional state of being in love on the lovers' bodies and their minds. The metaphors *taste of my love* and *loving arms* create most romantic settings and the warmest atmosphere which can exist between two young people.

Ed Sheeran's voice and his manner of performing the song cannot be considered separately from the lyrics. The song was composed in the key of D major with a tempo

of 78 beats per minute. Sheeran's vocals range from A2 to B4 (Thinking Out Loud). In a mix, his voice is unusually loud over the instruments, which is surprisingly rare in contemporary records. In spite of several notes sung off the pitch, the overall framework of the vocal remains fundamentally in tune, which makes the song sound smooth and moving. Special attention should be paid to the musical video based on a contemporary dance performed by a professional female dancer and Ed himself. This choreography perfectly renders the range of emotions described in the song.

Taking everything into account, the provided piece of music is a good example of combining several art forms for achieving the same goal, in this case depiction of love relationships developing over time. Proving the multimodal character of music, the focus put on the audio and acoustic content as the main property of the song is partially taken off and spread upon a wider range of forms able to convey the same message, making its perception more proportional and coherent.

LITERATURE

Ed Sheeran – Thinking Out Loud [Official Video]. (2014, Жовтень 7). Взято з <https://www.youtube.com/watch?v=lp-EO5I60KA>

Mayer, R. (2010). Advances in music information retrieval. W. R. Zbigniew (Ed.), *Multimodal Aspects of Music Retrieval*. (с. 333-363). Vienna: Vienna University of Technology.

Multimodality. Взято з <https://en.wikipedia.org/wiki/Multimodality>

Thinking Out Loud. Взято з https://en.wikipedia.org/wiki/Thinking_Out_Loud

Перевод текста песни Thinking Out Loud исполнителя (группы) Ed Sheeran.

Взято з https://www.amalgama-lab.com/songs/e/ed_sheeran/thinking_out_loud.html

ENGLISH, GERMAN, AND CHINESE SLANG VOCABULARY IN “TWITTER” SOCIAL NETWORK

A. Holinko

Kyiv National Linguistic University

The usage of slang vocabulary in “Twitter” is becoming more and more popular. It is connected with the growing popularity of this Internet-platform in different countries of the world (O’Reilly, Milstein, 2009, p. 57). In the grand scheme of things, up to date this problem is not studied enough, it requires further investigation. The main objective of the research is to analyse the tweets of English, German, and Chinese-speaking users; to take into account and identify slang vocabulary units of Internet-communication, common for this network.

Nowadays social networks are becoming more and more popular. According to the Internet-portal “Statista”, year by year people spend in the Internet 10 minutes more. By and large, in 2017 the average person spent in the Internet at least 135 minutes per day (Top Social Network Demographics 2017). What concerns the most popular social platforms in 2017, according to “Social Media Today”, Facebook is the top social network on the web, Youtube is the second one, Instagram takes the

third place, Twitter – the fourth and Pinterest – the fifth (Tweeting Made Easier). Twitter made the biggest contribution to the formation of new lexical units out of all mentioned websites. The language of Twitter users goes beyond the scope of everyday communication. On balance, it is used even in the mass media world (O'Reilly, Milstein, 2009, p. 104).

The tendency to use contractions and abbreviations is caused by the fact that earlier one tweet could contain not more than 140 characters, in 2017 – not more than 280 characters (but it does not concern Chinese, Korean, and Japanese) (Tweeting Made Easier). Short messages allow users to convey the information quicker. In March, 2011 such abbreviations as OMG (“oh my God”), LOL (“laughing out loud”) and FYI (“for your information”) were added to Oxford English Dictionary. These language units went beyond the tweets long ago (Top Social Network Demographics 2017). Broadly speaking, there is a great deal of words which reflect the peculiarities of English-speaking users’ posts in Twitter, such as: ROFL (“rolling on the floor laughing”), THX (“thanks”), TGIF (“thank God it’s Friday”), IMHO (“In my humble opinion”), IDC (“I don’t care”), JK (“just kidding”), ILY (“I love you”), j4f (“just for fun”), l8r (“later”), AFAIK (“as far as I know”).

In spite of the fact that German-speaking people also tend to use English abbreviations, after some period of time new lexical units were created. These abbreviations also became part of everyday language. “Bild” emphasizes that slang is primarily used by youngsters. It also gives the list of the most popular words used by Germans in Twitter: PG (“Pech gehabt” – “tough luck”), o (“oder“ – “or”), ild (“Ich liebe dich” – “I love you”), MMN (“Meiner Meinung nach” – “from my perception”), gdna (“Geht dich nichts an” – “It is none of your business”), GN8 (“Gute Nacht” – “good night”), LG (“Liebe Grüße” – “best regards”), HDGDL (“Hab dich ganz doll lieb” – “I love you so much”) (Twitter-Abkürzungen).

What concerns the Chinese audience – such social networks as Facebook, Twitter, Youtube and Instagram were banned by the government of People’s Republic of China in 2011. That is why these Internet platforms are not so popular in China, as in the US or the United Kingdom. Nevertheless, some users get around the rules via using VPN (“Virtual Private Network”) (China blocks Twitter). Changes in the social network did not concern the Chinese language, due to the peculiarities of ideographic writing system. Slang vocabulary among Chinese-speaking users in Twitter differs from that of German and English-speaking people. For instance, abbreviations are used less often – instead of them the Chinese give priority to writing numbers, which sound similar to certain combinations of characters. For example, numbers 520 sound as wǔèrlíng, they are written as 五二零, but if somebody reads the message with these numbers, he will understand that it means “我爱你” (“I love you”). The twist is that these words sound almost similar – wǒàinǐ. 1314 (一三一四 yī sān yī sì) means 一生一世 (yīshēngyīshì – “all one’s life”), 460 (四六零 sìliùlíng) – 想念你 (xiǎngniànnǐ – “miss you”), 88 (八八 bābā) – 拜拜 (báibái – “bye-bye”), 2333 (二三三三 èrsānsānsān) – 哈哈哈哈哈 (hāhāhāhā – “laughing out loud”), 53880 (五三八八零 wǔsānbābālíng) – 我想抱抱你 (wǒxiǎngbàobào nǐ – “I want to hug you”) (Twitter).

All things considered, the growing popularity of various Internet-platforms and social networks, such as Twitter, serves as an impetus for creating new linguistic units. With the course of time, they might become an integral part of our life. Needless to say, they are used by almost all social classes.

REFERENCES

- China blocks Twitter, Flickr and Hotmail ahead of Tiananmen anniversary. Взято з <https://www.theguardian.com/technology/2009/jun/02/twitter-china>
- Daily time spent on social networking by internet users worldwide from 2012 to 2017 (in minutes). Взято з <https://www.statista.com/statistics/433871/daily-social-media-usage-worldwide/>
- O'Reilly T., Milstein S. (2009). *The Twitter Book*. New York: O'Reilly Media.
- The latest update of the Oxford English Dictionary. Взято з <http://public.oed.com/the-oed-today/recent-updates-to-the-oed/previous-updates/march-2011-update/>
- Top Social Network Demographics 2017. Взято з <https://www.socialmediatoday.com/social-networks/top-social-network-demographics-2017-infographic>
- Tweeting Made Easier. Взято з https://blog.twitter.com/official/en_us/topics/product/2017/tweetingmadeeasier.html
- Twitter-Abkürzungen, die man kennen muss. Взято з <http://www.bild.de/digital/internet/twitter/verstehen-sie-twitter-deutsch-36797668.bild.html>
- Twitter 常用缩写词 Взято з <https://wenku.baidu.com/view/2399571290c69ec3d5bb7539.html?re=view>

MAIN FUNCTIONS OF COMMUNICATION GAP-FILLERS

Hrinevych O. I.

Київський національний лінгвістичний університет

In any conversation between two and more people speakers usually take turns and cooperate with each other. However, there are a lot of situations when the hearer does not wait when the speaker finishes his idea to take the turn, or the participants in the dialogue disagree with each other and want to make objections to what is being said, or simply a change of the topic occurs. As a speech is delivered spontaneously, hesitation pauses, repetitions or incomplete utterances are common in a dialogue. Nevertheless, emotions are always engaged in any communication. It is also important to mention that all these features normally do not happen in writing.

Communication gap-fillers are sounds or words that are used to fill the gaps in utterances which very often serve as discourse markers. On the one side, J. R. Trillo states that in some sociolinguistic domains, discourse markers were marginalized because they were traditionally attributed to incompetent and incoherent speakers of a language (Trillo, 2006, p. 639). On the other side, they make speech more fluent and smooth giving the speaker time to shape his thoughts.

The same communication gap-filler can perform more than one function. It depends on the context and the place where it occurs in the discourse. Therefore gap-fillers perform a wide range of functions in dialogical discourse.

According to Stenström, there are two types of pauses, silent and filled (Stenström, 1994, p. 13). Communication gap-fillers like *er*, *um*, *ah*, *uh* which occur the most often in speech functioning as filled pauses. Let us look at the example:

"How was your nap?"

"Uh, nice, very nice. I'll see you at dinner" (Grisham, 2005, p. 88).

In the given example the speaker uses gap-filler *uh* to have a little time to think about the answer as the question was unexpected. Gap-fillers as filled pauses do not give any new information.

Communication gap-fillers can function in discourse as explicit editing terms and serve as the evidence of speech disfluency. Such words and phrases like *sorry*, *excuse me*, *like*, *I mean*, *rather* are often treated as filler words. Consider the following example:

"Immediately" said Mr. Sizemore, who has seized control of the meeting and relegated the warden, the FBI and the Justice Department to being spectators.

"You mean, like, right now?" (Grisham, 2005, p. 20).

In this fragment the speaker uses two gap-fillers *you mean* and *like* in a row because he is scared and confused. *You mean* is also used to take turn in a conversation performing the function of a discourse marker and the filler *like* comes naturally as filler word contributing the speech disfluency.

Communication gap-fillers can perform the function of parentheticals – phrases that give a short and quick comment on the topic discussed. For example:

*"And simultaneously, the guy I met on DatingSingleDoctors is meeting me – **the actual me** – two blocks away at the Soho Hotel"* (Fielding, 2013, p. 34).

Communication gap-fillers can also function as discourse markers possessing various pragmatic functions and influencing the development of the conversation and the succession of turns-taking. J.R. Trillo defines discourse markers as those elements, such as *you know*, *I mean*, *well*, *oh*, *m*, *you see*, *look*, *listen*, that have a distinct prosodic entity, tend not to have a specific semantic meaning, and contribute to scaffold the pragmatic coherence of interaction. Broadly speaking, discourse markers have often been described by their absence of traditional linguistic properties" (Trillo, 2006, p. 639).

Let us look at the example:

"Okay, Luigi, what's up?" Marco asked.

"A change of scenery."

"Got that. Why?"

"Some very good reasons."

"Oh, well, that explains everything" (Grisham, 2005, p. 116).

In this fragment *okay* is used by Marco to start the discussion, gap-filler *got that* is used by the speaker as a backchannel to support communication and to show that he is cool and calm. *Oh* and *well* are discourse markers used to close the topic and are the signs communicative failure.

One more function of communication gap-fillers is backchannel signals. Backchannel signals are words or phrases that serve as a feedback from the hearer to the speaker, showing that the hearer is still being engaged in a conversation although he is not active. Such words *like okay, yeah, right, sure, yes, uh-hah* serve to support communication. Stenström states that the minimal response items *m* and *yeah* are all backchannels which let the speaker go on speaking. They are consequently not turns (Stenström, 1994, p. 10). Consider the following example:

“**Well**, what about *Una’s grandchildren?*” – *I counterpointed.*

“*It’s the in-laws’ turn.*”

“**Right, right**” (Fielding, 2013, p. 100).

In this fragment *well* is a discourse marker. It is used by the speaker to change the topic. *Right* serves as a backchannel to show the hearer is listening and the speaker may go on.

As we have seen, the communication gap-fillers have five main functions: filled pauses, explicit editing terms, parentheticals, discourse markers and backchannels.

LITERATURE

Fielding, H. (2013). *Bridget Jones: Mad About the Boy*. L.: Jonathan Cape.

Grisham, J. (2005). *The Broker*. N. Y.: Bantam Dell.

Stenström, A. B. (1994). *An Introduction to Spoken Interaction*. Harlow: Longman.

Trillo, J. R. (2006). *Discourse markers*. In *Encyclopedia of Language and Linguistics* (Vol. 14): Elsevier Science.

BIBLICAL ALLUSIONS AND THEIR ROLE IN MODERN LITERATURE

Tetiana Hrybok

Kyiv National Linguistic University

Allusion is one of the kinds of intertextuality that occurs throughout literature. It is usually defined as a reference to a person, event, place, or another literary work, which adds some extra meaning and appeals to the complex human experience. According to the “Dictionary of Classical and Biblical Allusions” (Manser, 2003), “An allusion evokes a certain set of aspects or features of a person or thing” (p. 9). A lot of literary critics have already studied allusions and their role in literature, among them: S. Hinds, A. Schell, R. Jacoff, P. Lennon, K.L. Davis and others. The most popular allusions are biblical, since many authors use them to draw a parallel between their literary works and the Bible. What is more, the Bible is a holy book, which is so embedded in our lives that we sometimes do not realize that we use biblical allusions in everyday communication.

Today a lot of modern authors tend to the use biblical allusions in their works, among them: J.K. Rowling’s “Harry Potter”, “The Lion, the Witch and the Wardrobe” by C.S. Lewis, “The Lord of the Flies” by William Golding, “The Lord of the Rings” by J.R.R. Tolkien and many others.

The reasons for using biblical allusions are as follows:

- allusions help the reader to understand the literary text better and remember it for long;
- allusions provide the helpful context that explains the main domain of a particular literary work;
- allusions provide the deeper meaning to a certain literature text by referring to the Bible that can have a similar theme;
- allusions encourage readers to think, analyze and draw parallels with the Bible;
- allusions help to convey a great deal of information in very few words.

According to the “Dictionary of Cultural Literacy” (Hirsch, Kett, Trefil, 2002), “The Bible, the holy book of Judaism and Christianity, is the most widely-known book in the English speaking world. [...] No one in the English speaking world can be considered literate without a basic knowledge of the Bible” (p. 1). That is why biblical allusions are popular in modern literature. In this way, a great number of potential readers can notice and recognize biblical references that help to evoke strong emotional and intellectual associations. Biblical references can easily involve the reader whose role is extremely important in creation of a network of meaning. No doubt people have shared knowledge and religious knowledge system might pass on shared knowledge, a person who has never read the Bible can simply understand and interpret biblical allusions, if he or she is surrounded by Christian culture.

For many people the Bible is “the book of books”. It comprises information about everything in life, and what is more important it guides many people. The Bible has complex and developed doctrines attached to references. It is a collection of varied literary genres written by multiple authors, in this way the Bible may be treated as a literary book. Biblical allusions help the reader to connect to something that has no time and never changes.

For those who are not religious, the Bible is still an extremely influential book which may be just a good story with an intricate plot and extended metaphor.

Apart from this, allusions are conducive to the accumulation of senses. Allusions move the readers outside the text and evoke new personal histories, experiences and an infinite network of meanings that are not represented in the text. This makes the text connected with the world around them. Reading a book, one may perceive it as a separate world which has nothing to do with reality, allusions make connections and associations with the world around us.

Allusions are used to communicate with the reader, they are placed in the text to effect the overall meaning and to produce a certain emotion that would influence the reader. In this way the Bible is a great source of making influence on people, since it has shaped the views and the outlooks of many generations.

What is more, according to “The World Book Encyclopedia” (2010) the Bible is the most widely distributed book in human history, which has been translated more times, and into more languages, than any other book (p. 279). Therefore, biblical allusions have a chance of being recognized not only in original text, but also in its translations. Biblical allusions play an important role in modern literature and their role will not change in the nearest future.

REFERENCES

- Bacher, L. (2015). *Biblical Allusions* [Essential Literary Themes]. Minneapolis, MA: Abdo Publishing, Essential Library.
- Hirsch, E.D., Kett, J.F., Trefil, J. (2002). *The New Dictionary of Cultural Literacy: What Every American Needs to Know*. Boston-New York: Houghton Mifflin Company.
- Manser, M.H. (2003). *The Facts on File Dictionary of Classical and Biblical Allusions* [Facts on File Writer's Library]. Toronto: Checkmark Books.
- The World Book Encyclopedia*. Vol. 2. (2010). Toledo, OH: World Book. Abebooks.com Retrieved from: <https://www.abebooks.com/book-search/title/the-world-book-encyclopedia-b-volume-2/>

LOS RECURSOS LITERARIOS EN LA FORMACIÓN DEL RETRATO DE LA MUJER EN LAS OBRAS LITERARIAS ESPAÑOLAS DEL SIGLO XXI

Jrusch A. O.

La Universidad Nacional Lingüística de Kyiv

El carácter antropocéntrico de las modernas investigaciones lingüísticas de los textos literarios y también la necesidad de la definición del retrato de la mujer moderna de la España del siglo XXI en las obras literarias han condicionado la necesidad de la actual investigación. Este problema fue descrito en los trabajos de tales científicos como Carullo Sylvia (“El retrato literario en Sor Juana Inés de la Cruz”), Sanmiguel D. (“Retrato. Rostros y expresiones”) y otros. A pesar de la pluralidad de investigaciones lingüísticas nacionales y extranjeras sobre la descripción de la mujer en las obras literarias se quedan por examinar los medios lingüísticos de la creación del retrato de la mujer en la literatura española del siglo XXI.

La literatura de España del siglo XXI tiene sus propias características específicas: una novela, en la que tiene lugar una nueva imagen de la persona. Durante este período en el arte verbal de España el retrato y la descripción comienzan a jugar un papel importante en la estructura de la obra, desempeñando la función de representar no solo la apariencia del héroe, sino también las características principales de su personaje.

La caracterización de cualquier personaje literario está compuesta de tres elementos. La descripción (alto, flaco, hermoso), las acciones, y el diálogo.

Las acciones y el diálogo son muy importantes para crear el retrato, pero hoy queremos concentrarnos en la descripción, ya sea ésta prosopografía (referida a rasgos físicos) o etopeya (referida al carácter). Queremos apostillar que la descripción de un personaje no es una lista interminable de rasgos físicos o de cualidades mentales, esto pueden ser dos o tres atributos que brillen y que lo doten de identidad. Descripción física no es lo mismo que caracterización (Palacios, 2002, p. 123).

Para realizar una descripción, los autores cuentan con diversos recursos de carácter lingüístico. Estos son los principales: 1. la adjetivación (los adjetivos expresan las cualidades o estados de los objetos a que se refieren), 2. las imágenes, 3. las comparaciones o las metáforas (para presentar gráficamente el objeto, se emplean comparaciones o metáforas, que sugieren nuevos aspectos de la realidad descrita), 4.

los rasgos diferenciales de cada objeto (son las características que distinguen a unos objetos de otros), 5. los rasgos comunes.

En nuestra investigación analizamos diferentes tipos de la descripción de la mujer en las obras literarias del siglo XXI. Según los rasgos de la realidad que el emisor seleccione, la descripción puede ser: la descripción exhaustiva (refleja de forma detallada y meticulosa todos los rasgos de la realidad que se quiere representar) o la descripción selectiva (presenta solo los rasgos más significativos o expresivos de la realidad descrita). Según el tratamiento que el emisor dé a la realidad que describe, la descripción puede ser la descripción estática o la descripción dinámica. Según la intención comunicativa del emisor, su punto de vista, la descripción puede ser: la descripción objetiva (pretende mostrar la realidad tal como es, por eso no se utiliza frecuentemente en los textos literarios) y la descripción subjetiva es propia de los textos literarios (tiene una finalidad estética en que el emisor no se preocupa tanto de reflejar la realidad como de dar cuenta de los efectos que esa realidad produce en su ánimo; por eso, la descripción pierde en minuciosidad y exactitud y se llena de valoraciones personales que transmiten al receptor las emociones y sentimientos de quien hace la descripción) (Ищербакובה, 2013, p. 376).

Antes de escribir un retrato de un personaje, el escritor decide qué tono adoptará en él; por ejemplo, un tono serio o un tono burlón. Así se pueden exagerar mucho los rasgos de una persona, con intención satírica o humorística, para que el retrato pase a ser una caricatura. Si el autor intenta describir la realidad tal como se presenta, nos encontramos ante una descripción realista. Si el autor selecciona los aspectos positivos de la realidad con el ánimo de ennoblecer lo descrito, hablamos de descripción idealizadora. Esta forma de descripción es frecuente en los panegíricos o discursos en alabanza de una persona. Si el autor intenta rebajar lo descrito destacando sus aspectos negativos, la descripción es degradante. Las caricaturas y las sátiras se basan en este tipo de descripción.

Los retratos consisten en la descripción del exterior o del carácter de una o muchas personas. De todos los adornos que entran en la composición de las obras narrativas, es éste el que mas interesa, y también el que mas atrae la atención del lector. Ese conjunto de observaciones destinadas a dar a conocer una persona, y que sirve también para coordinar nuestras ideas sobre lo que ya hemos leído, o para prepararnos para lo que vamos a leer, tiene un interés particular. Pero es preciso que los retratos no sean simples ejercicios literarios en que el escritor despliegue los recursos de su ingenio y de su estilo, sino que estén basados en una observación atenta, y que sean el fruto del estudio. Existen retratos de varias clases, que conviene dar a conocer: los retratos generales (comprenden un grupo mas o menos considerable de hombres); los retratos morales o caracteres (el autor reúne todas sus observaciones sobre un vicio, sobre una extravagancia, sobre una ridiculez); los retratos literarios (en que no se busca tanto el dar a conocer el carácter del escritor, sino las tendencias de su genio, el espíritu de sus obras); el retrato histórico (es el de personajes determinados que ocupan un lugar en la historia).

En general, en las obras de los autores españoles del siglo XXI la característica del retrato refleja la evaluación del autor, y esto permite al lector tener una idea de un

cierto campo temático, es decir, un grupo de epítetos, comparaciones en el texto que describe los personajes.

LITERATURA

- Щербакова, М. С. (2013). Відтворення іспанських лексико-стилістичних засобів художніх портретних описів українською мовою. Мовні і концептуальні картини світу. 46, 4.
- Palacios, F. E. (2002). La mujer y las letras en la España del siglo XVIII. Madrid, España: Ediciones del Laberinto.

LOS MEDIOS EXPRESIVOS DE LA FORMACIÓN DE LA IMAGEN FEMENINA EN LA LITERATURA ESPAÑOLA

Kagarlytska A. I.

Universidad nacional lingüística de Kyiv

En el mundo de la literatura, el Romanticismo fue un movimiento cultural que se produce al final del siglo XVIII, pero que no termina de establecerse del todo en la cultura, hasta el siglo XIX y partiendo de varios países europeos.

El romanticismo en España es tardío y breve ya que el realismo tuvo mayor fuerza y predominó desde mediados del siglo XIX. Así que podríamos considerar que el romanticismo literario se desarrolla desde en la primera mitad del siglo XIX y el posromanticismo hasta la década de los 70 del siglo XIX. El romanticismo literario español es confuso y complejo. Se pueden considerar dos tipologías en la literatura: el romanticismo tradicional y el liberal. El romanticismo tradicional defiende valores tradicionales normalmente asociados a la Iglesia y a la Patria. Y el romanticismo liberal o revolucionario se apoya en el historicismo y la dialéctica hegeliana.

Los románticos descubren la naturaleza, pero no se trata del paisaje tranquilo, estático, armonioso, bucólico, sino de la naturaleza rara, áspera, extraordinaria, más bien violenta; el mar es tempestuoso de ondas altas que se rompen golpeando las rocas, el cielo es gris, desgarrado por relámpagos. Entonces este paisaje corresponde perfectamente a sus sentimientos tumultuosos, a su estado de ánimo triste y turbulento. Se considera que el alma femenina se encuentra más cercana a la naturaleza; por eso el autor romántico expresa sus sentimientos amorosos describiendo a la naturaleza personificada que corresponda a su estado de ánimo.

Lo femenino aparece en el Romanticismo como estandarte de la liberación, como acción reivindicatoria a la situación social imperante y desafortunada de que la sociedad era objeto.

Por otro lado, dentro del principio sagrado de libertad, se rechaza la distinción entre palabras nobles y plebeyas, de palabras que se pueden y que no se pueden usar. Toda palabra tiene lugar en el texto si es necesaria.

Pero si algo define el nuevo estilo es el énfasis. Abundan los signos de interrogación y exclamación, los puntos suspensivos, la hinchazón retórica. Nada se puede decir con sencillez, todo ha de ir envuelto en el exceso verbal (Ramsak, 2010, p. 201).

El escritor romántico se vale, como recursos más inmediatos para retratar, de la descripción minuciosa del personaje a través de adjetivos, enumeraciones reiteradas, interjecciones, interrogaciones retóricas, desequilibrios sintácticos, alternancia entre una retórica profusa y otra simplificada, vocabulario grandilocuente unas veces y esencial otras; y de sensaciones visuales y auditivas. El tipo de encuadre varía entre el físico, psicológico, caricaturesco o satírico. Le interesa tanto la descripción exterior del personaje como la actitud que lo caracteriza pero destaca por encima de su prosopografía el carácter. Detalles impresionistas como la palidez del rostro, la profundidad y el color de los ojos, o el cabello fijo o en movimiento, lo convierten en un retrato dinámico. No van a ir por otro camino estético los pintores. Miradas de misterio, expresiones de sobresalto (ojos saltones y llamativos) y sonrisas intimistas y tranquilizadoras cautivarán por su inmediatez la sensibilidad del espectador. Preferencia por el movimiento y la disposición de la figura así como el volumen. La línea, heredada de la estética neoclásica, no se abandona. La gama cromática es bastante tenue y matizada: fondos neutros en los interiores y ciertos contrastes lumínicos para realzar el rostro y algunas zonas del cuerpo del modelo. Minuciosidad descriptiva en los detalles del retratado (brillos del traje, pliegues, joyas, peinado...); tipo de encuadre (oval, cuadrado o rectangular); y figura en varios planos (busto de frente, de perfil, sentada, en tres cuartos o de pie) determinarán los elementos que completan el retrato final.

El paralelismo y las construcciones antitéticas o adversativas son procedimientos muy usados. El paralelismo introduce un orden, necesario muchas veces. La repetición de una estructura sintáctica acentúa en el lector una sensación de entusiasmo o abatimiento, hace mayor el peso de la emoción (Cano, 2011, pp. 15-16).

En el final de muchas Rimas de Gustavo Adolfo Bécquer hay una expresión muy breve, o una exclamación, que significan el saber callar a tiempo, en el momento más alto de la emoción. A veces el final es una explicación, de imágenes previas, por ejemplo, o una frase sentenciosa, sobre las cuales prevalece el clima emocional creado anteriormente.

Abundan las figuras de repetición sintáctica (anáforas, bitembraciones, paralelismos), hipérbatos, adjetivos antepuestos (dan un gran valor emocional), variedad entonativa (interrogaciones, exclamaciones, suspensiones).

Son esenciales las imágenes, la representación de experiencias sensoriales: sonido, tacto, movimiento; permiten expresar algo confuso, interior, inefable y en ocasiones se acumulan en la misma Rima (II, III, V...) Las más frecuentes son las referidas a la luz y al movimiento para expresar la animación del mundo – el mundo tiene alma – la propia poesía: lo que se mueve, lo que corre, lo que se expande y asciende. El poeta participa de ese dinamismo, quiere fundirse con él, aspira hacia la luz, expresión de aquella plenitud que conoció y recuerda, idea pura, lo absoluto representado por la mujer (la Rima XI) (Campo, 1991, pp. 480-485).

En el léxico, Bécquer selecciona palabras que expresen imágenes del mundo sensorial frente a las conceptuales. Además del mundo de la luz, que acabamos de citar, las formas y los sonidos serán su referente más próximo, aunque sea la realidad sentida o percibida por el poeta (subjetividad). Este tipo de descripciones y definiciones, vagas, difusas, vacilantes y ambiguas son características de las Rimas.

LITERATURA

- Cano, R. (2011). Reflexiones sobre la teoría poética de Bécquer. Universidad de Madrid.
- Campo, Á. (1991). La Rima, la versificación y la variedad estrófica en Bécquer y Martí. Fenómenos en modernización en lo formal. Madrid, España: El Mundo.
- Ramsak, B. (2010). Ejemplos del amor romántico en la literatura española del siglo XIX. Página web: http://cvc.cervantes.es/literatura/aispi/pdf/15/15_199.pdf.

WAYS OF ONOMATOPOEIA EXPRESSION IN BRITISH LITERATURE DISCOURSE INTO UKRAINIAN

Kamianietska A.O.

Kyiv National Linguistic University

The English language is rich in different lexical and stylistic features that great influence literature and onomatopoeia is one of them. Common occurrences of onomatopoeia include animal sound imitations.

Onomatopoeia can differ among languages: it conforms to some extent to the broader linguistic system. For instance, the sound of the clock may be expressed as tick-tock in English, di-da in Mandarin, katchin-katchin in Japanese and so on.

According to Gordon (2013) onomatopoeia is

1. Conditional reproduction of nature sounds that accompany some processes (tremor, whistling, laughter, etc.), as well as animal screams (bark, cock-a-doodle-do and so on).
2. Creation of words, sound shell of which in one way or another are reminiscent of the names (those that designate) objects and phenomena (cuckoo, to hiccup, to yawn, etc.).

Having analyzed the example of onomatopoeia in “Mother Goose” tales we divide them into human sounds (voice, nose and mouth, hands), animal sounds (dogs, cats, birds, insects); vehicle sounds (engines, horns, exhaust pipes, brakes) and other sounds (explosions, collisions, high speed, actions, injects, groups of objects, sirens, alarms, music, liquids, air, electricity).

At the same time, onomatopoeia seems to be one of the most difficult for understanding and reproduction in the translation practice.

The theory of translation possesses a variety of appropriate tools of analysis and synthesis, making the translator be aware of what he looks for in the original text, what type of information he must convey and how he should act to achieve his goal.

Contemporary translation activities are characterized by a wide variety of types, forms and levels of responsibility. The translator has to cope with the elegance of expression, preserve and fit a different linguistic and social context, the gamut meaning shades and stylistic nuances expressed in the original text by a number of language devices: neutral and emotional words, archaic words and new coinages, metaphor and its varieties (Smiths, 2010).

The original text may deal with any subject from general philosophical principals or postulates to minute technicalities in some obscure field of human

endeavor. The translator has to tackle with complicated specialized discipline and reports on new discoveries in science or technology under conditions when appropriate terms have not been invented yet.

Nevertheless, there can be such sounds that do not exist in the target language. One of the best solutions is to select an onomatopoeic form which is used in similar situation or for similar sounds and which evokes a sound that we could associate with a similar situation.

However, the translator can deal with an onomatopoeic form, which verbalizes a sound with a highly specific meaning the other language does not have. Therefore, the translator has to find out the proper variant or even use the transcription of transliteration in the process of translation.

Under such conditions, the specificity of the word makes it impossible to find an onomatopoeic equivalent in Ukrainian, and adapting its spelling would produce a word that makes no sense whatsoever to Ukrainian people.

Twelve samples in the British Fairy Tales “Mother Goose” were under consideration as well as the appropriate ways of onomatopoeia translation were suggested.

Among the most appropriate ways of onomatopoeia translation such as equivalent method (60%), adequate method (15%), adaptive method (10%), transcriptional method (10%), transliteration method (5%).

Having analyzed the mentioned above data, one can arrive at the conclusion that onomatopoeia is mostly translated with the help of equivalent translation. Less frequent method is adequate translation. Adaptive and transcriptional method as well as transliteration rarely happen to be efficient.

From the point of view the frequency of lexical transformations to be used, lexical substitution occupies 40%, differentiation – 30%, transformation – 25%, other lexical transformations – 10%.

Thus, it is obvious that in the process of onomatopoeia translation lexical substitution or differentiation are mostly applied. They help to make clear the meaning of the sound made by a person or an object.

It is important to pay attention to the statistic analysis of the use of grammatical transformations in the process of onomatopoeia translation. Replacement covers 30%, transposition – 30%, addition – 20 %, omission – 20%.

In order to provide the appropriate onomatopoeia translation the translator has to tend to be flexible to choose the appropriate grammar transformation.

All in all, we can admit that in order to get the proper onomatopoeia translation, the translator can use different methods and lexico-grammatical transformations. Still, in the process of the research we have observed that one of the frequently used methods is the equivalent method (60%) that helps to get the clear and proper translation of different sounds. At the same time, the lexical substitution and transposition seem to be the most efficient ways to translate onomatopoeia.

BIBLIOGRAPHY

- Gordon, I. (2013). Translation of onomatopoeia translation in English language. New York: Word Press.
- Smiths, R. (2010). Modern English stylistics. New York: Press.

LES ANGLICISMES DANS LA PRESSE ÉCRITE FRANÇAISE CONTEMPORAINE

Khainatska A.

Université nationale linguistique de Kiev

La langue n'est un système stable au sein d'elle-même, ni isolé des autres langues à l'extérieur. Pour demeurer vivante, elle doit être capable d'exprimer le monde moderne dans toute sa diversité et sa complexité. Chaque année des milliers de notions et de réalités nouvelles apparaissent, qu'il faut nommer et expliquer. Ainsi, grâce au progrès technique on observe les mots, n'existant pas autrefois à cause de l'absence des objets qu'ils désignent comme "Internet", "gadget", "fax", "e-mail", "blog" etc.

Aujourd'hui on est obligé de constater la suprématie énorme de la langue anglaise dans le monde entier. Il n'y a presque aucun aspect de notre vie que cette langue n'influence. Avec la révolution industrielle du XIX siècle qui a pris sa source en Grande Bretagne, l'anglais a commencé à pénétrer dans les sphères des technologies, de la politique, de l'économie, du commerce, de la justice, du sport et, comme conséquent, dans les médias de différents pays du monde.

La presse écrite française contemporaine subit également un grand impact de la langue anglaise. A vrai dire, on ne pourrait trouver aucune édition périodique française qui ne contienne les emprunts de l'anglais. Donc, dans cet ouvrage on va analyser quelques mots anglais les plus fréquents dans les articles des journaux connus en France pour affirmer notre hypothèse.

1. Design, designer

"Minimalisme et design" (Le Figaro 09/02/2008) — "Cet ordinateur portable d'à peine 1,36 kg reprend les concepts chers à la marque californienne: un **design** époustouflant et une facilité de prise en main sans commune mesure avec la concurrence. On retrouve ainsi un véritable clavier et un écran respectable de 13,3 pouces."

"La Fiat 500 avance avec succès sur la route néorétro" (Le Figaro 11/02/2008) — "Esthétiquement, **les designers** ont tenté et réussi le coup du néorétro, dont la référence la Mini du groupe BMW".

2. People — l'un des termes les plus en vogue dans les médias français, car il désigne lui-même une rubrique dans la presse écrite "la presse people".

"Cinéma: ensemble, c'est tout" (Le Figaro 08/02/2008) — "A l'heure où **la presse people** fait recette, les réalisateurs profiteraient-ils du voyeurisme ambiant pour vendre leur film? Les premiers exemples ne datent pas d'hier..."

On trouve aussi la rubrique "People" dans tels grands titres nationaux comme "Le Figaro", "Le Nouvel Observateur", "Paris Match" etc.

3. Fashion — le mot, largement utilisé soit dans le nom de la rubrique, soit dans les articles concernant la mode. Très souvent on voit aussi le "fashion-week". Citons quelques exemples de la presse écrite:

"A Milan, Gucci casse les codes... et coupe des têtes" (Paris Match 22/02/2018) — "A l'occasion de la **Fashion week**, le directeur de la création de

Gucci, Alessandro Michele, présentait sa nouvelle collection automne-hiver 2018-2019, qui n'est pas passée inaperçue pour plusieurs raisons”.

“**Fashion Week** : Paris fera-t-il aussi bien que Londres?” (Le Nouvel Observateur 17/01/2018) — “Et pourtant, la **Fashion Week** masculine a connu un changement sans précédent cette année. Il y a cinq ans, on venait à Londres en cette saison frisquette pour découvrir les nouveautés de Burberry, Martine Rose, Vivienne Westwood, J. W. Anderson ou Alexander McQueen. Ces gens ne défilent plus...”

4. Briefing

“Donald Trump sèche les **briefings** de sécurité” (Paris Match 24/11/2016) —

“Selon le “Washington Post”, Donald Trump ne serait pas très assidu au niveau des **briefings** de sécurité qu’il est sensé recevoir quotidiennement...”

“Petite leçon de journalisme” (Le Nouvel Observateur 28/10/2017) — “...fin février, l'administration Trump avait privé plusieurs médias américains d'accès au **briefing** quotidien du porte-parole de la Maison Blanche. Accusés de “fake-news”, ces médias avaient le tort d'être critiques envers la politique du nouveau président”.

Alors, dans les exemples ci-dessus on a cité quelques mots anglais très souvent utilisés dans la presse écrite. Bien sûr qu’il y en a beaucoup plus et leur nombre dans les éditions françaises augmente constamment. En fait, l’utilisation des anglicismes dans la plupart des cas n’est pas nécessaire car les équivalents français sont capables de rendre le même sens.

Comme conséquent, on peut constater que le français, surtout ses médias ont tendance à garder et à utiliser largement les termes anglais. La raison consiste à la suprématie de la langue anglaise sur un plan professionnel et dans le monde des affaires, surtout dans la sphère informatique. Donc, il est évident qu’on se sert de la langue dominante pour assurer la communication internationale.

LITTERATURE

Le Figaro (N° 39/2008, N° 40/2008, N° 42/2008).

Le Nouvel Observateur (N° 40/2017, N° 3/2018).

Paris Match (N° 43/2016, N° 7/2018).

Scribécom. *Pourquoi le français est souvent remplacé par l’anglais*. Tiré de: <https://scribecho.wordpress.com/2014/02/27/quand-le-francais-est-remplace-par-langlais/>

LES ARABISMES DANS LE DISCOURS MÉDIATIQUE FRANCOPHONE: ASPECT FONCTIONNEL, STRUCTURAL ET SEMANTIQUE

Khoma C.

Université nationale linguistique de Kyiv

L’emprunt d’une langue à l’autre étant comme un processus permanent est provoqué par le contact étroit des nations. Le développement des contacts militaires et économiques de la France avec les pays de Maghreb en XIX siècle et la migration du peuple maghrébin sur les territoires français ont entraîné le procédé d’emprunt du

lexique arabe à la langue française. La langue arabe est l'une des sources principales de l'emprunts en français. Une célèbre linguiste française Henriette Walter (Walter, 2014, p.26) dans son livre "L'aventure des mots français venus d'ailleurs" indique que sur 35000 mots usuels de la langue française, 4192 sont d'origine étrangère: 25% viennent de l'anglais, 16% de l'italien, 13% du germanique et, juste après, 6,5% de l'arabe (entre 250 et 270 mots).

Salah Guemriche (Guemriche, 2007, p.34) écrivain et journaliste algérien habitant en France lui aussi faisait des recherches sur les emprunts arabes dans la langue française. En 2007 il a rédigé le "Dictionnaire des mots français d'origine arabe". Dans son oeuvre il montre qu'il y a deux fois plus de mots français d'origine arabe que de mots français d'origine gauloise.

Dans l'aspect linguistique général le français connaît une visible évolution lexicale, il y a le domaine de la presse écrite qui se présente comme un lieu d'indépendance langagière. En étant un moyen de communication entre le journaliste et les différents individus de la composante sociolinguistique, la presse écrite est le milieu qui favorise les divers phénomènes linguistiques et notamment le procédé d'emprunt. À travers la lecture des articles de la presse écrite, nous pouvons constater à quel degré le lexique de la langue française en usage en Algérie est influencé par les langues présentes, en l'occurrence l'arabe algérien et l'arabe classique.

Les arabismes se font remarquer facilement dans l'écriture journalistique, la presse écrite est le terrain par excellence de l'innovation. Ce phénomène d'innovation dans la langue journalistique se trouve principalement au niveau du lexique, grâce aux divers procédés d'emprunt et de dérivation etc.

L'emprunt dans la presse peut se révéler parfois nécessaire, car les énonciateurs y font recours pour exprimer des réalités avec des mots qui n'existent pas dans leurs langues, comme l'affirme Mortureux M.-F (Mortureux, 2001, p.97): "En règle générale, l'énonciateur qui emprunte un mot étranger le fait parce que, à tort ou à raison, il a le sentiment qu'aucun mot de sa propre langue ne peut désigner le référent dont il veut parler".

Benazzouz Nadjiba (Benazzouz, 2014, p.41) affirme que "les journalistes créent et recréent de nouvelles propositions lexicales faisant du discours journalistique une langue d'avant-garde qui rompt avec les conventions et devient novatrice". Donc l'usage des emprunts peut renfermer de multiples raisons qui sont souvent d'ordre social, politique, culturel, et tout développement et tout progrès dans les divers secteurs au sein de la société exigent de faire appel à des mots nouveaux pour enrichir le lexique d'une langue et s'adapter à une nouvelle réalité linguistique.

La culture et les traditions des immigrants maghrébins qui se différencient de celles de français, possèdent la spécificité ethnoculturelle spéciale complétée par la composante islamique confessionnelle. C'est pourquoi beaucoup de réalités domestiques sont liées avec la religion (surtout les fêtes et le vêtement).

On peut trouver dans la presse francophone les noms de vêtement féminin et masculin, aussi bien que les noms de chaussure etc. Ces noms sont transmis par des emprunts arabes. Par exemple le mot qui est mentionné très souvent dans la presse écrite c'est le mot "hidjab" (m.) – vêtement, en particulier foulard, que porte la femme musulmane pour respecter l'obligation de pudeur (Larousse). Quant au mot

“jilbeb” lui aussi est mentionné dans la presse mais il n’est pas fixé dans les sources lexicographique. Dans le journal *Le Monde* (Baumard, 2014, p.12) nous avons trouvé quatre articles avec cette unité lexicale où ce mot est employé avec explication par exemple: “Ce vendredi, Nassima porte le jilbeb, une tenue ample qui ne laisse apparaître que son visage” ou “Sans qu’on lui demande quoi que ce soit, Samia ôte la partie supérieure de sa tenue couvrante, son jilbeb”.

Une traduction descriptive accompagnant le contexte avec un emprunt, excepte le malentendu et comme on le sait, est le moyen très répandu à transmettre les mots nouveaux de réalité.

LITTÉRATURE

- Baumard, M. (2014, Avril 18). La réponse laïque de lycées marseillais face à l’essor des tenues islamiques, *Le Monde, Société*.
- Benazzouz, N. (2014). *Le français en Algérie: Créativité lexicale et identité culturelle*. Ouargla: El Athar.
- Guemriche, S. (2007). *Dictionnaire des mots français d’origine arabe*. Paris, France: Seuil.
- Mortureux, M.-F. (2001). *La lexicologie entre langue et discours*. Paris, France: Armand Colin.
- Walter, H. (2014). *L’aventure des mots français venus d’ailleurs*. Paris, France: Laffont.

GENRE STATUS AND THE ROLE OF DIARIES IN LITERATURE

A.O. Klimenchenko

Kyiv National Linguistic University

Diary writing as a genre of memoirs emerged and elaborated during the 19th-20th centuries. A great interest in artistic diaries, a rich and diverse practice of artists in this genre, its artistic designs require a more detailed definition of the writer's diary as a cultural phenomenon of the 20th century. Diary as a special kind of fiction, a document of time, in which the reader is definitely interested, reveals the inner world of its writer.

The first criteria of evaluating a diary as a work of art is that “it is written for oneself and is not intended for public perception” (Гром’яка, Коваліва, Теремок, 2006, с. 731). However, in diaries, along with the recording of various household items and details of personal life, we find things that have a historical value.

A diary is written mostly as a monologue, although it may also be intradialogical, highlighting a controversy with oneself, with an imaginary opponent, etc.

О. Налыч (Галыч, 2008) distinguishes the following features of the diary: the absence of a unified plot, a common ideological content, fragmentedness, discrepancy records. The basic norm of this genre is the fragmentation of the narrative, leading to some kind of undeclaredness (с. 20).

Another distinguishing feature of the diary is its addressee-orientation: it is addressed to oneself only, not to the writer’s contemporaries and posterity, unlike autobiographies and memoirs.

Historians and writers, for whom a diary is a source of professional study, often complain about the lack of memoirs and diaries, in particular. At the beginning of the last century, I. Krevetsky (Кревецький, 1919), being upset by the fact that the history abounded in lacunas, claimed that "We would know more, even much more, if there were more autobiographies, diaries, notes, and memories of popular figures" (с. 13).

It is common knowledge that "the diary (as opposed to memoirs) requires not so much, just determination to write it systematically, realizing one's intention" (с. 174). "Resolute," "systematic," "regularity," the features pertaining to the technique of diary writing, are usually marked by the researchers as genre-creative factors.

Though the psychology of creativity with its traditional stages does not exactly coincide with the stages of writing a diary, we cannot ignore this scheme while researching the diary as a form of the writer's self-expression against the background of his/her predecessors and contemporaries.

Many writers' diaries focus upon the process of the author's purport being crystallized, which is a unique phenomenon. Here is a list of reasons for the emergence of the writers' purport suggested by P. Zagrebelny (Загребельний, 1976): "What might be the impetus for writing a literary work? History is experienced or heard, a particular event or just a mood, an emotional state: pain, joy, shock, memory or wonder, a small detail, but a remembrance, and even a color sense, association; one cannot enumerate everything" (с. 145).

If the idea behind a small poem can be directly fixed by a word, then a novel requires notes, essays, various references, and even a follow-up design for a future work. Here notebooks, letters, diaries are also useful as an evidence of how a book was born (Чудакова, 1975, с. 29).

REFERENCES

- Галич, О.А. (2008). У вимірах non fiction: щоденники українських письменників ХХ століття. Луганськ: Знання.
- Загребельний, П. (1976). Спроба автокоментаря. Література і сучасність, 9, 145-168.
- Кревецький, І. (1919). Українська мемуаристика. Її сучасний стан і значення. Кам'янець: Стрілець.
- Гром'яка, Р.Т., Коваліва, Ю. І., Теремок, В. І. (Ред.). (2006). Літературознавчий словник-довідник. Київ: ВЦ "Академія".
- Чудакова, М. (1975). Беседы об архивах. Москва: Молодая гвардия.

MANAGEMENT ETHICS IN BUSINESS IN THE US

Kolehanov Y.I.

Kyiv National Linguistic University

Management Ethics is related to social responsiveness of a firm and considered to be the discipline dealing with what is good and bad, or right and wrong, or with moral duty and obligation. It is the standards of conduct that guide individual

managers in their works and, what is more, keeps being the set of moral principles that governs the actions of an individual or a group.

Business ethics is application of ethical principles to business relationships and activities. When managers assume social responsibility, it is believed they will do it ethically, that is, they know what is right and wrong.

The subjects of business and management ethics have been quite relevant since the rise of business within the United States, under the period of rapid industrialization, better known as the Gilded Age in the late 19th century. For the United, the rise of large companies, such as Standard Oil and Carnegie Steel, created an economic powerhouse unlike anything ever seen before. Unfortunately, the rise in factory jobs without proper regulation also created an environment of exploitation, and therefore, poverty for many. These burgeoning social issues effectively led to the rise of government regulation and the beginnings of business ethics within the country.

Achieving an acceptable ethical framework for businesses to operate has been a journey for the United States, starting over 100 years ago, primarily for protecting factory workers during the spread of the industrial revolution to the shores of New England. Since then, ethical practices have evolved into a complex set of codes that attempt to oversee the billions of transactions executed on the daily.

Amongst a host of ethical activities that managers can perform, a study conducted by Barry Posner and Warren Schmidt highlights the most vital ethical activities observed by managers.

The foremost goal of managers is to make their organizations effective. That is, basically, what they job requires them to do in any possible way. The effectiveness of an organization involves a huge list of aspects, even though it is widely accepted to claim that the key factor of an effective company is maximized profits and stakeholders' interests. What is more, these points were not even mentioned as goals of the managers' studies. At the same time, such aspects as attending to customers, integrity level, pressure to conform to organizational standards was seen as highly important. Nevertheless, each one of these points includes a certain level of dealing with ethical dilemmas. That is why numerous managers tend to believe that spouses, for instance, are crucial in helping their mates grapple with ethical issues and sometimes even seek the advice of others in handling them.

Three types of management ethics or standards of conduct are identified by Archie B. Carroll: immoral management, moral management, and amoral management.

Immoral management implies lack of ethical practices followed by managers. Managers want to maximize profits even if it is at the cost of legal standards or concern for employees.

According to moral management ethics, managers aim to maximize profits within the confines of ethical values and principles. They conform to professional and legal standards of conduct. The guiding principle in moral management ethics is "Is this action, decision, or behavior fair to us and all parties involved?"

Amoral management lies between moral and immoral management ethics. Managers respond to personal and legal ethics only if they are required to do so; otherwise there is lack of ethical perception and awareness.

There are many ways in which the basic human values – truth, righteousness, peace, love and non-violence can be practiced in the day-to-day conduct of business. There are different aspects of management such as marketing, finance, industrial relations, etc., but the most important aspect is “man-management.” Each country has its own historical and cultural background for it. Management is a systematic way of doing work in any field. Its task is to make people capable of joint performance, to make their weaknesses irrelevant and convert them into strengths. It strikes harmony in working equilibrium, in thoughts and actions, goals and achievements, plans and performance, products and markets. Lack of management will cause disorder, confusion, wastage, delay, destruction and even depression. Successful management means managing men, money and material in the best possible way according to circumstances and environment. Managers should also renounce egoism and promote team work, dignity, sharing, cooperation, harmony, trust, sacrificing lower needs for higher goals, seeing others in you and yourself in others etc. The work must be done with detachment. De-personified intelligence is best suited for those who sincerely believe in the supremacy of organizational goals as compared to narrow personal success and achievement.

To conclude, it is worth noticing that management ethics is one of the most important factors in the effectiveness of every single organization. Being sure that one is able to handle all the ethical issues in boundaries of a subordinate company means being confident about the results all the junior workers can possibly show. That is why it has already been over 100 years, since the US, as the long-term leader of worldwide economy and business, started to highlight the questions of ethical dilemmas and the ways of treating them. Consequently, nowadays, as the management ethics sphere has evolved, we can consider it to be the equitable area of business and economy of the US along with many other developed and developing countries.

LITERATURE

Ginsberg, D. (2017). *Evolution of Business Ethics in the US: From Exploitation to Ethics?* Retrieved from <https://cmr.berkeley.edu/blog/2017/4/evolution-of-business-ethics/>

Management Ethics: Meaning, Need and Importance. Retrieved from <http://www.businessmanagementideas.com/notes/management-notes/corporate-social-responsibility/management-ethics-meaning-need-and-importance/5319>

STRUKTURELL-SEMANTISCHE BESONDERHEITEN DER MODERNEN DEUTSCHEN PHRASEOLOGISMEN ZUR BEZEICHNUNG DES AUSSEHENS VON MENSCHEN

Kondratenko Viktoria

Nationale linguistische Universität Kiew

Das Teilbereich der Sprachwissenschaft, das sich mit Sinn und Bedeutung von sprachlichen Zeichen befasst, heißt lexikalische Semantik oder

Bedeutungslehre. Zeichen sind Wörter, phraseologische Einheiten, Phrasen oder Symbole. Die Semantik beschäftigt sich auch mit den Bedeutungsbeziehungen und Beziehungen zwischen den sprachlichen Zeichen. Die Bedeutung des sprachlichen Zeichens ist das Verhältnis zwischen dem Bezeichnenden und dem Bezeichneten (Ferdinand de Saussure, 1916).

Der Phraseologismus kennzeichnet sich dadurch, dass er eine phraseologische Bedeutung hat. Die Gesamtbedeutung des Phraseologismus ergibt sich aus den Bedeutungen der Komponenten nicht, z.B.: *nichts auf den Rippen haben*. Phraseologische Bedeutung ist „sehr dünn sein“. Wörtliche Bedeutung ist „keinen Speck auf den Rippen haben“; *ein langes Elend sein* bedeutet „ein hochgewachsener, dünner Mensch“. Die wörtliche Bedeutung ist „ein großes Unglück sein“.

Der Phraseologismus kann auch eine wörtliche Bedeutung haben. Die wörtliche Bedeutung ergibt sich kompositional, das heißt aus der Summe der Bedeutungen der einzelnen Komponenten, aus denen der Phraseologismus besteht (Burger, 1982:3). Die Differenz zwischen wörtlicher und phraseologischer Bedeutung kann durch die Begriffe Idiomatizität und Motiviertheit beschrieben werden. Je stärker der Phraseologismus motiviert ist, umso schwächer ist seine Idiomatizität. Die phraseologische Bedeutung ist unmotiviert, wenn die wörtlichen Bedeutungen der Elemente des Phraseologismus zur übertragenen Bedeutung keinen Beitrag leisten. Mit Motiviertheit ist damit gemeint, dass die Bedeutung eines Phraseologismus aus den Bedeutungen der Komponenten verstehbar ist, z.B.: *Speck auf den Rippen haben* (wohlgenährt sein), *wie Sau aussehen* (unordentlich und dreckig sein).

Die Phraseologismen sind sekundäre sprachliche Zeichen von stabilem, reproduzierbarem Charakter. Sie werden aus primären Zeichen gebildet. Phraseologismen haben gewöhnlich die Struktur von Wortgruppen oder Sätzen und verfügen über eine besondere Semantik und Konnotation. Von W. Fleischer (1982) wurden die Kriterien formuliert, die ein Phraseologismus charakterisieren. Das sind Polylexikalität, Idiomatizität, Festigkeit, Unmotiviertheit und Reproduzierbarkeit.

Das offensichtlichste Merkmal der Phraseologismen ist Polylexikalität. Was die Polylexikalität angeht, muss sich phraseologische Verbindung zumindest aus zwei Wörtern zusammensetzen (Burger, 1982). Während meiner Forschung habe ich etwa 60 Phraseologismen gefunden und Statistik gemacht: 7 Phraseologismen bestehen aus 2 Wörtern, 28 Phraseologismen aus 3 Wörtern, 21 Phraseologismen aus 4 Wörtern, 5 Phraseologismen aus 5 Wörtern und 2 Phraseologismen aus 6 Wörtern.

Das nächste wichtige phraseologische Merkmal ist Idiomatizität. Die Gesamtbedeutung des Phraseologismus ist keine unmittelbare Verbindung zwischen den Gesamtbedeutungen und der wörtlichen Bedeutung der Komponenten des Phraseologismus. Man unterscheidet verschiedene Idiomatizitätsgrade: voll-idiomatische, teil-idiomatische und nicht-idiomatische Phraseologismen (Fleischer, 1982). Es ist bemerkenswert, dass fast alle komparativen Phraseologismen zur Bezeichnung des Aussehens des Menschen teil-idiomatisch sind. Einige Komponenten der komparativen Phraseologismen behalten ihre eigene wörtliche Bedeutung bei: *häßlich wie die Nacht*; *schlank wie eine Schnurpinne*; *einen Schmerbauch haben*; *schlank wie eine Gerte*; *Speck auf den Rippen haben*. Komparative Phraseologismen ermöglichen ein besseres bildliches Verständnis der verglichenen Objekte, Handlungen, Abläufe oder Eigenschaften (Detges, 2011). Sie

enthalten einen festen Vergleich, der häufig der Verstärkung eines Verbs oder Adjektivs dient (Burger, 1982), z.B.: *wie eine Leiche auf Urlaub rumlaufen*; *wie ein Posaunenengel aussehen*.

Mit Festigkeit ist gemeint, dass die Komponenten eines Phraseologismus nicht einfach ausgetauscht, umgeformt oder weggelassen werden können, ohne möglicherweise die phraseologische Bedeutung zu verändern oder aufzuheben. Unter Festigkeit versteht man vor allem lexikalisch-semantische Stabilität. Man darf im Phraseologismus kein Wort durch ein Synonym ersetzen, z.B.: *eine lange Bohnenstange* ist ein Phraseologismus; *eine lange Fisolenstange* gilt als solcher nicht. Unmotiviertheit bedeutet, dass die Phraseologismen nicht leicht durchschaubar sind. Das Benennungsmotiv lässt sich meistens nur auf der Basis historischer Kenntnisse erschließen, z.B.: *wie der Tod von Ypern aussehen* bedeutet sehr elend aussehen. Der Tod von Ypern ist eine Redensart, die die Zeit des Ersten Weltkriegs in die Erinnerung zurückruft. *Wie Milch und Blut aussehen* bedeutet jung und frisch aussehen. Ein weißes Gesicht und rote Wangen und Lippen galten im Mittelalter als Zeichen der weiblichen Schönheit und Gesundheit.

Das phraseologische Merkmal der Reproduzierbarkeit ist dann erfüllt, wenn ein potenzieller Phraseologismus innerhalb des Sprachgebrauchs so zu sagen als vorgefertigtes und daher immer wieder einsetzbares Sprachkonstrukt geläufig ist. Somit ist der Phraseologismus im Bewusstsein jener, die sich der Sprache bedienen, als „fertige Einheit“ verankert, kann daher auch erlernt, reproduziert und letztendlich auch in den Bestand von phraseologischen Wörterbüchern aufgenommen werden.

Also, strukturell-semantische Besonderheit der Phraseologismen zur Bezeichnung des Aussehens von Menschen ist durch fünf Merkmale gekennzeichnet. Die wichtigsten sind: Die analysierten Phraseologismen sind mindestens aus zwei Komponenten zusammengesetzt, verfügen über verschiedene Idiomatizität und man darf kein Wort verändern.

ЛІТЕРАТУРА

Burger, H. *Handbuch der Phraseologie*. Berlin, 1982.

Detges, U. *Kontrastive Analyse phraseologischer Variation im kolumbianischen und europäischen Spanisch*. München, 2011.

De Saussure, F.: *Cours de linguistique Générale*. Paris, 1916.

Fleischer, W.: *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. Bibliographisches Institut, Leipzig, 1982.

THE CONCEPT OF THE COMPANY'S EXTERNAL ENVIRONMENT

Konopelko Y.V.

Kyiv National Linguistic University

Each entity operates in a particular environment which has a significant impact on the efficiency of activity. In the modern world, the external environment of enterprises is characterized by a very high level of complexity, variability and uncertainty. That is why the successful functioning of any organization directly depends on the company's ability to adapt to changes in the external environment.

The environment of organizations' research were conducted by many prominent scientist, such as: M. Albert, I. Ansoff, V. Afanasyev, M. Meskon, R. Waterman, F. Khedory, D. Thomson, N. Parakhina, R. Hall, L. Usvitsky, E. Utkina, O. Osovsky and others.

The external environment is one of the key characteristics of the organization and represents all factors that operate outside the organization. On the basis of the analysis of the scientific literature, I propose the following definition of this term. The external environment is the whole set of factors (forces, conditions) that influence the organization from the outside and create a certain area of activity to which company should be adapted for effective existence and functioning.

Most scholars structure the external environment by the nature of the impact on the organizations. There are a direct and indirect environment. (Meskon, 1992, p. 60; Zhukovska, 2011, p. 35; Shcheblykina, 2015, p. 55). The direct environment. can also be called the micro environment of the company. This environment, the elements of which directly and continuously affect the activities of the enterprise. The elements of the micro environment include: suppliers, intermediaries, consumers, competitors, labor, state bodies. The environment of indirect influence can be called macro environment. It consists of elements that are not in contact with the company on a permanent basis, but they affect the formation of a general business atmosphere. Its elements include: economic and political environment, social environment, natural environment, technological environment, ecological environment, etc.

The environment of indirect influence on the enterprise is usually more difficult to detect than the direct environment one. Predicting its impact on the company, the management doesn't have full information about future influence of factors, for example, the exchange rate, the legal minimum wage, political instability, scientific progress, etc. That's why, most often when making decisions in an organization, management has to rely only on its own intuition and experience.

The external environment is a complex socio-economic system, which functions in accordance with certain regularities, has certain features and characteristics. The most important characteristics of the environment are (Kovbatyuk, 2016, p. 102; Orlov, 2013, p. 103-104):

1. interconnection and interdependence of factors;
2. the complexity of the environment;
3. dynamic environment;
4. uncertainty of the environment.

In the modern world, a certain set of factors can influence the organization at the same time. It means that the environment has a diversified impact on the company. Since a certain group of factors can be influenced simultaneously there is an interconnection between the factors of influence. Interconnection of factors of the environment is the level of force in which the change of one factor influences other factors, that is, the change of one factor of the environment can cause the change of others.

The complexity of the environment is the number of different factors that the organization is required to respond to, and also the level of variability of each factor. Different enterprises operate on the market in different external conditions, since one

enterprise can be influenced by a whole set of factors of the environment, other enterprise can be affected by the limited quantity of them.

Also, the external environment is characterized by its changeability. Under the term of “changeability of the environment” we understand the speed of change in the environment of the organization. The changeability of the environment for each individual company may also be different. It depends on its goals and objectives, the activity of its external environment, as well as on the size of the enterprise itself and its branch affiliation.

Uncertainty of the external environment is expressed in the amount of information that the organization has for each individual factor, as well as the level of reliability of this information. When information is not enough or there is no information about its reliability and accuracy, the environment is characterized by a greater degree of uncertainty. Uncertainty increases the likelihood of failure of the enterprise strategy and complicates the calculation of costs associated with alternative strategic directions.

Consequently, the external environment plays an important role in the organization’s activities. The analysis of the environmental impact helps the manager to see, predict and evaluate the impact of various factors of direct and indirect impact on the organization. This enables the company to work effectively in market. In this case, the external environment also has a number of features that should be taken into account by the head of the organization when making managerial decisions.

LITERATURE

- Kovbatyuk, M. V. (2016). Vplyv faktoriv zovnishnoho i vnutrishnoho seredovyscha na protses funktsionuvannya ta adaptatsiyi pidpryyemstv. *Vodnyy transport*, 2, p. 102.
- Meskon, M., Albert, M., Khedoury, F. (1992). *Osnovy menedzhmenta*. Moskva: Delo.
- Orlov D. I. (2013). Problema analizu vplyvu zovnishnoho seredovyscha na funktsionuvannya orhanizatsiyi. *Ekonomika i menedzhment kultury*, 1, p. 103-104.
- Shcheblykina, I. O. (2015). *Osnovy menedzhmentu*. Melitopol: VB “MMD”.
- Zhukovska, L. E. (2011). *Teoriya orhanizatsiy: navch.posib*. Odesa: ONAZ im. O.S. Popova.

L’IMAGE DU MONDE DANS LES PROVERBES ET LES DICTONS DES LANGUES FRANCAISE ET UKRAINIENNE

Korotych D. V.

Université nationale linguistique de Kyiv

L’image du monde est le produit du passé, d’une expérience humaine, de l’histoire et de la culture d’une nation, ou, au sens plus large – d’une communauté. Dans sa version plus forte, on admet le rôle déterminant de la langue dans la façon dont l’homme voit le monde où la langue est la clé qui ouvre le monde de l’esprit et de la culture ; elle est “un guide” à travers le monde où l’on rencontre des

interprétations déjà codifiées de la réalité, auxquelles on ne peut pas échapper. Dans sa version moins forte, on dit que la langue “inspire, facilite et suggère” seulement (Кубрякова, 2012, с. 45) certaines distinctions, mais qu’elle ne les impose pas ; on dit que le monde objectif comprend déjà un ordre qui est repris par la catégorisation linguistique de façon à pouvoir être assimilée par les caractéristiques physiologiques et psychologiques de l’appareil cognitif de l’être humain. Encouragée par l’argument du rôle non négligeable des recherches de ce type pour la linguistique anthropologique, culturelle et cognitive, dans nos propres réflexions, nous nous alignons sur les études comparatives et interdisciplinaires, en essayant de voir comment, à travers l’analyse des données linguistiques recueillies dans une tâche expérimentale, nous pouvons arriver à comprendre la façon dont les apprenants des langues secondes perçoivent et conceptualisent le monde, quels sont les moyens langagiers qu’ils mettent en place pour nous faire part de leur vision du monde et que se passe-t-il si deux langues, donc deux images du monde, se rencontrent à l’intérieur de “l’espace inter langue” d’un apprenant.

Chaque langue possède une série de pensées ordinaires, comme une sorte de mémoire de tradition intériorisée. Le proverbe ouvre une fenêtre sur la conscience collective d’une communauté, sa mentalité, ses habitudes et ses traditions sans oublier son contexte géographique. Les proverbes sont là depuis toujours, et dans toutes les civilisations.

Les proverbes font leur entrée partout, dans l’espace professionnel et domestique, ou lors d’une conversation entre amis. En d’autres termes, la fréquence de leur utilisation au quotidien est élevée. Ainsi représentent-ils une approche approfondie d’une culture étrangère en nous permettant de découvrir de nombreux aspects culturels de tel ou tel pays et également de faire une comparaison avec nos propres proverbes.

Dans notre travail nous proposons d’examiner la nature et le mode de fonctionnement des proverbes et des formes proverbiales en liaison avec leurs propriétés linguistiques : morphologiques, syntaxiques, sémantiques, et nous montrerons que les proverbes, du fait qu’ils sont identifiables en tant que tels, peuvent être considérés comme des énoncés marqueurs d’évidence (Morawski, 1925, p. 63). Nous aborderons le problème de la reconnaissance des proverbes et formes proverbiales, de ce qui les distingue d’autres formes des énoncés. Nous étudierons les caractéristiques linguistiques des proverbes. Cela nous amène à définir en quoi les proverbes sont marqués dans le discours de gens.

Ayant fait ce constat, nous montrerons que les proverbes se sont des marqueurs de leur propre origine, ils ne sont en fait pas destinés à fournir de l’information par eux-mêmes, mais à servir de source de faire des conclusions, développé dans d’autres énoncés.

Les proverbes sont des phrases complètes, se suffisant à elles-mêmes. D’autre part, ils montrent un recours systématique à des assonances (A bon rat bon chat), des symétries rythmiques (Tel père, tel fils ; Qui voit Ouessant voit son sang), des figures de rhétorique : asyndète (Morte la bête, mort le venin), anacoluthie (Rira bien qui rira le dernier), etc. Par ailleurs, les proverbes, dictons et autres maximes correspondent à un nombre très limité de formes. Sur une liste de plusieurs centaines de proverbes français contemporains, il ressort que les trois formes les plus fréquentes sont les structures en

Le... (L'habit ne fait pas le moine), en Qui... (Qui a bu boira), et à article zéro frontal (Labour d'été vaut fumier). Qui plus est, il y a – à l'écrit du moins – une tendance certaine à utiliser des formes proverbiales pour énoncer des “vérités générales”.

La mise en place des enseignements de culture-civilisation suppose de dégager les caractéristiques des situations d'enseignement qui permettent de guider les choix. Beacco remarque l'existence de quatre paramètres fondamentaux : le niveau de compétence en langue de l'apprenant, l'expérience sociale des apprenants, la nature des publics des apprenants et l'institution éducative (Beacco, 2000, p. 22). La didactique des langues est un champ où se polarisent les enjeux des acteurs et des agents, sans oublier par contre que chaque institution secrète sa culture, et que les systèmes éducatifs et les idéologies pédagogiques présentent de normales inerties. L'acculturation conduit à une forme de connaissance culturelle particulière jamais confrontée à une réalité sociale. Certaines convictions linguistico-pédagogiques affectent les représentations culturelles et la méthodologie d'enseignement des dimensions culturelles, dont l'idéologie du mot. L'une des finalités didactiques de l'enseignement culturel demeure l'accès aux produits de la culture artistique et savante, c'est-à-dire la connaissance de la culture cultivée. Les proverbes et les dictons sont dans cette catégorie. Les informations et les connaissances culturelles peuvent donner lieu à des activités de la personne, suscitant des comparaisons, révélatrices des préjugés ou des malentendus culturels.

L'héritage de la société est une composante essentielle de la culture nationale. Les représentations stéréotypées des cultures étrangères commandent l'apport d'information culturelle. Pour effacer les bords entre les deux cultures différentes on doit étudier la spécificité de la vie de peuple et comparer les aspects communs. L'analyse des dictons et des proverbes nous aide de trouver la perception du Monde par les habitants de différents territoires.

LITTERATURE

Beacco, J. C. (2000). Les dimensions culturelles des enseignements de langue: des mots aux discours. Paris, France: Hachette.

Morawski, J. (1925). Proverbes français antérieurs au XVe siècle. Paris, France: Honoré Champion.

Кубрякова, Е. С. (2012). В поисках сущности языка: когнитивные исследования. Москва, Россия: Знак.

THE THEORY OF IDENTITY IN MODERN LINGUISTICS

S.P. Korzheva

Kyiv National Linguistic University

The concept of face has invariably been the focus of research in sociology, sociolinguistics, politeness theory, political science, etc. in view of its significance for identity representation, negotiation, and construction.

Modern linguistics pays much attention to the study of the influence people are making on language and how language and the way of communication influences

people's identity. The study of interconnection and interdependence of consciousness, language, and culture has a great importance and prospects in conditions of current intercultural and interpersonal communication. The main problem of such communication is achieving mutual understanding, which is inevitably connected with preserving identity of the communicants (Матузкова, 2011, с.81)

In the era of globalization, the society is changing and the language is changing with it. The process of globalization demands inclusive transformations of societies, its impact is evident in the interaction of language and culture (Language policy and globalisation, 2011). In view of this, the study of identity ceased to be a prerequisite only for philosophy, sociology, psychology, cultural anthropology, and other socio-humanitarian sciences. The range of problems connected with various aspects of language identity is also brought up in linguistics.

In the 20th century such linguists as Louis Hjelmslev, Viggo Brondal, H.J. Uldall tended to reduce linguistics to hard sciences not taking into account socio-cultural aspect. However, language cannot be reduced to a specific formula. Its formation is influenced by many different external factors. Modern linguists pay much attention to these factors in the framework of such disciplines as cognitive linguistics, sociolinguistics, which explore language as a social, cultural, and psychological phenomenon. All this in combination makes it possible to study the identity of people through language.

The concept of identity originally appeared in psychiatrics in the context of studying the phenomenon of "identity crisis". Nowadays it is connected not only with psychology, because individuals' perception of their identity influences their choice of linguistic means necessary for their cognitive and communicative activities (Матузкова, 2011, с. 82). There are many definitions of identity. For instance, British sociologist and cultural theorist Stuart Hall (1996) claimed that "Identification is a process of articulation, a suturing, an over- determination or a lack, but never a proper fit, a totality. Like all signifying practices, it is subject to the "play" or difference. It obeys the logic of more-than-one. And since as a process it operates across difference, it entails discursive work, the binding and marking of symbolic boundaries, the production of "frontier effects". It requires what is left outside, its constitutive outside, to consolidate the process" (p. 3).

From a general scientific perspective, the term "identity" expresses the idea of the constancy, equality, and continuity of the individual and his/her knowledge of him/herself. In cultural studies and intercultural communication, identity is defined as the basis for national and cultural equality. The concept of identity falls into two dimensions: internal and external identity.

Internal conditions are based on everything that relates to people. It includes personal aspects: how people behave, how they perceive themselves, what they want to be. External conditions are based on everything that happens around: society, country, living conditions, etc. It includes sociological and cultural aspects: traditions, language, religion, etc. (Andersen, 2009, p. 40-41).

Language that people use also represents their identity. Language is a tool of representing identity. There are many tools that play an important role in expressing identity, for example, intonation, voice, pauses, the choice of words and how they are

employed. Through language, people can explain to others who they are and what they represent. Not only language as a phenomenon of culture, as an exponent of a particular ethnic mentality is important in the study of identity, but also the fixation in language, folklore, and discourse of culturally significant information in the form of cultural semen, cultural background, cultural concepts, and cultural connotations – for example, words and expressions with background information, studies by culture-oriented linguistics, including non-equivalent vocabulary; mythologized language units; symbols, stereotypes; metaphors and other images; speech behaviour; speech etiquette (Матузкова, 2011, с. 85).

Such factors as age, region, origin, social class, profession, sex also influence linguistic identity. For example, teenage speech differs from the speech of adult people because teenagers tend to use slang. People use language speaking with different accents. Moreover, people from the same city can speak with different accents. In London, for instance, there are three accents: Estuary, Cockney and Received Pronunciation.

Within one language, it is possible to have several identities. For instance, a certain language is used with parents, while another language is used with friends. People do not usually speak the same language in different surroundings. At home, they use one language and can identify themselves as a mother, a father or a daughter, a son. At work, they speak differently, use a professional language and can identify themselves as a teacher, a professor, a police officer, a manager, a director, etc.

Language and identity as two terms constantly interact in everyday life. In the era of globalization, linguists suggest further prospects of identity research decades to come.

LITERATURE

- Andersen, D. (2009). *Sociolinguistic Identity*. p. 40-41. Взято з: <https://core.ac.uk/download/pdf/12517953.pdf>
- Hall, S., du Gay, P. (2003). *Questions of Cultural Identity*. London: SAGE.
- Language policy and globalization*. (2011). Взято з : http://philology.knu.ua/php/4/7/Studia_Linguistica_5_1/369_372.pdf
- Матузкова, Е.П. (2011). Основные направления изучения идентичности в современной лингвистике. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія"*. Серія "Філологічна", 19, 81-85.

LA COMMUNICATION SUR INTERNET COMME UN PHÉNOMÈNE LINGUISTIQUE

Kotyk A.S.

Université nationale linguistique de Kyiv

La création d'Internet en 1969 dans le but d'échanger des informations entre l'Université de Californie à Los Angeles, l'Université de Santa Barbara, Utah et l'Institut des recherches des Stanford aux États-Unis a conduit au XXI^e siècle à l'apparition de l'environnement global de l'information et l'émergence d'une nouvelle

forme de communication interpersonnelle – la communication sur Internet. Cette communication sur Internet a mené à la modification de plusieurs genres linguistiques, ce qui indique un changement dans les paramètres pragmatiques et les objectifs des participants, l'actualisation du phénomène d'une personne linguistique qui se présente dans le discours virtuel.

Le terme “la communication électronique” est interprété comme une interaction communicative, véhiculée par un canal électronique, tandis que la communication sur Internet est une interaction verbale et non verbale des communicateurs sur Internet.

O. O. Selutin (2001) divise la communication virtuelle en canonique et non canonique. Sous le terme canonique, il comprend les genres qui ont déjà trouvé leur application dans la littérature, la linguistique ou la culture. Sur la base de cette définition, le genre de publicité sur Internet virtuel est canonique, c'est-à-dire, qui n'apparaissait pas dans le cadre de l'environnement d'Internet, et qui existait déjà avant, par exemple, dans les textes des médias. Les genres non-canoniques sont des genres qui proviennent de l'espace d'Internet et ne peuvent pas exister en dehors de celui-ci. Ce sont e-mail, blog, ICQ, chat, forum, réseaux sociaux et portails de jeux. Ces genres sont fournis avec certains périphériques, caractéristiques et conditions de fonctionnement dans l'environnement d'Internet.

Au niveau actuel du développement linguistique, il existe des conflits en matière de statut de la langue de la communication électronique, caractérisée par l'adaptation de la langue parlée (intonation, tonalité) aux moyens de la langue écrite (police, couleur, symboles graphiques). Selon Naomi Baron (2008) le texte écrit “peut avoir des caractéristiques qualificatives supplémentaires de nature visuelle et audiovisuelle” (p. 115). Un tel texte en linguistique moderne est appelé créolisé. Les textes électroniques révèlent le dynamisme, la variabilité constante de l'image de la langue du monde, et ont un caractère présentative (Crystal, 2006).

Cependant, il existe un certain nombre de caractéristiques qui distinguent la langue écrite d'Internet. La langue écrite est toujours réfléchie, vérifiée et corrigée. Mais dans le réseau électronique, les règles de la langue écrite sont souvent violées.

Le linguiste américain D. Crystal (2006), décrivant le langage de la communication sur Internet, suggère la formule suivante: “Forme orale du discours + forme écrite du discours + signes médiés par un ordinateur”.

La caractéristique la plus importante de la communication sur Internet est une hypertextualité, c'est-à-dire la possibilité d'utiliser des hyperliens pour établir une connexion instantanée entre les textes dépendants à différents sites associatifs de la Toile. De cette façon, un hypertexte qui unit des millions de documents de communication contemporaine, est formé. D'une part, l'hypertexte facilite le recherche et la perception d'information pour le lecteur, d'autre part, il rend le texte difficile et en raison du grand nombre de liens hypertextuels peut mener le destinataire à d'autres domaines cognitifs qui n'ont aucun rapport avec le sujet des messages d'information.

Le comportement langagier des communicateurs sur Internet est défini par certaines règles de l'étiquette de la Toile (netiquette), qui implique l'utilisation d'un vocabulaire d'argot, un grand nombre d'acronymes et d'abréviations, l'indulgence pour les erreurs, l'utilisation des “Smiles” (icônes exprimant les émotions) qui

contribuent à préciser la signification du message, lui donner une couleur émotionnelle et expressive.

Le jargon d'Internet indique l'appartenance des utilisateurs d'Internet à une sous-culture distincte, fermée à d'autres qui ont certaines caractéristiques linguistiques dans leur création. Il est intéressant de noter que les processus actifs de formation de mots sont caractéristiques du niveau lexical des textes sur Internet en général.

La particularité de la communication verbale des internautes est l'utilisation non seulement du jargon d'Internet, mais aussi de la combinaison d'unités lexicales appartenant à différents styles et registres, conformément aux directives pragmatiques et aux objectifs de la communication.

La subordination aux lois du gain de temps explique le manque de linéarité dans la communication Internet. En raison d'une énorme quantité d'informations adressées, ainsi que de la synchronisation avec la transmission ou la réception simultanée d'informations, l'ordre dialogique (polylogique) des messages alternatifs est perdu, c'est-à-dire que leur séquence linéaire est perdue.

Donc, maintenant, le réseau mondial d'Internet est le milieu où la langue parlée écrite de la communication électronique basée sur l'écriture littéraire écrite et caractérisée par des éléments actifs de la parole conversationnelle informelle et des symboles graphiques est en train d'être bien définie. Les caractéristiques du discours en ligne en tant qu'une sorte fonctionnelle de la parole de dialogue et de monologue se caractérise par la non-linéarité et l'ouverture, l'absence de limites temporelles et spatiales, le vocabulaire spécifique: le jargon d'Internet, les abréviations. En plus, la communication sur Internet est présentée par le système complexe de genres. Ce fait met en évidence encore une fois la nécessité des recherches plus profonds du phénomène de la communication électronique.

LITTERATURE

- Baron, Naomi S. (2008). *Always on: Language in an online and mobile world* (Vol. 314). New York: Oxford University Press.
- Chrystal, D. (2006). *Language and the Internet* (2nd ed., Vol. 316). Cambridge: Cambridge University Press.
- Селютин, А. (2009). *Жанры как форма коммуникативного выражения онлайн-личности*. Челябинск: Вестник Челябинского государственного университета.

ARCHAISMY V ČESKÉM JAZYCE

Kovadlo K.P.

Kyjivská národní lingvistická univerzita

Archaismus je označení pro zastaralý jazykový prvek. Archaismy jsou v podstatě zastarávající pojmenování, která ustupují novým výrazům, které se stávají v běžné řeči používanějšími, obvyklejšími. Některé staré výrazy neobstojí v konkurenci nových slov a ustupují do pozadí. Archaismy byly zkrátka novými slovy vytlačeny z centra slovní zásoby a přestaly být téměř používány. Krčmová (s. 45) archaismus

definuje nejprve široce jako zastaralý jazykový prvek, nepatřící do synchronního jazykového systému, poté výklad specifikuje pro teorii spisovného jazyka a stylistiku, kde se archaismem rozumí jazykový prostředek, který zcela vyšel z užívání, je příznakový svou vázaností na starší stav jazyka a vědomě se oživuje ve speciálních slohových funkcích, např. mluno – elektrina, hotovost – vojsko.

Některé archaismy jsou přirozenou součástí jazyka a jejich zastaralost se projevuje jen při srovnání s celkovým stavem jazyka. Jinak se archaismus může v textu vyskytnout jako bezděčná součást vyjadřování pisatele, mluvčího nebo může být použit záměrně pro navození nálady minulé doby. Archaismy je možné užívat pouze ve specifických jazykových projevech, například pokud chceme navodit atmosféru určitého historického období apod. V současném jazyce zpravidla existuje k archaismu neutrální protějšek.

S archaismy se můžeme setkat v psaném jazyce, objevují se často v beletrii staršího data či v knihách, jejichž děj se odehrává v minulosti. Můžeme je najít také mimo beletrii, někteří lidé je používají pro ozvláštnění svého projevu. S archaismy se můžeme také setkat v mluvě starších lidí (především infinitiv s koncovkou -ti).

Archaismy mohou být buď lexikální, zastaralo-li celé slovo, nebo sémantické, zastaral-li jeden nebo více z významů slova, které je v jiném svém významu vnímáno z časového aspektu jako nepříznakové. Pro vymezení konstitutivních rysů archaismů však není rozlišování mezi jejich typy podstatné. Na okraji našeho zájmu zůstávají i archaismy hláskové (*mučedlník – mučedník*) a morfologické (*peku – peču*).

Archaismy se užívají v běžné mluvě (zejména starší generace), dále je nacházíme ve stylově vyšších projevech i v (především dřívější) beletrii. Mezi archaismy neřadíme pouze spisovné lexémy (srov. *ajznboňák, apatyka, arest*). Rozlišování slov příznakových v časovém aspektu na zastaralé výrazy, které se užívají v běžné mluvě zejména starší generací, a archaismy, záměrně užití stylové prostředky v uměleckém stylu, jak je prosazoval B. Havránek, nebylo dalšími autory přejato jako celek. Jedna část tohoto přístupu však bývá někdy nelogicky izolovaně přebírána, a sice při deklaraci uplatnění archaismů výhradně v uměleckém stylu.

Mezi archaismy také patří a taková slova jako *žernov* (kámen mlýnský), *hřivna* (váhová a mincovní jednotka). Důvody odumírání slov jsou historické, proto se také některé archaismy nazývají historismy (*sudlice, lazebník*), jiné politické (*masna, svazarm*), ale i společenské: slovo *ledovka* dříve znamenalo “*lepavý bonbon s kakaovou náplní*”, nyní se používá jako synonymum slova *náledí*.

Mnohá archaická slova byla ve své době neologismy, například dříve se děti na obecné (později základní) škole učily *vyňatá slova*, dnes se učí slova *vyjmenovaná*.

Z Malého staročeského slovníku, který je časově omezen na památky od prvních počátků českého písemnictví do konce 15. století jsem vybrala několik slov, která vedle sebe mají zkrátku *arch.* (archaicky, zastarale) a to jsou:

- ✓ **lexikální archaismy:** *an (který), cirka (asi), fortelný (silný), hvězdopravec (astrolog), rohatina (věšák), šuba (kožich), vypulírovaný (vyčištěný)* aj.;
- ✓ **hláskové archaismy** jsou starými hláskovými variantami slov, jejichž význam se nijak nezměnil - došlo tedy pouze ke změně v rovině označujícího (signifiant). Např.: *birýt (baret), mučedlník (mučedník), ohořalý (ohořelý)* aj.;

- ✓ **slovotvorné archaismy** jsou tvořeny příponami u příslušného typu lexému zastaralými: *houfec, kabátec, lahvice, mlýnec, studnice, sýrec* aj.;
- ✓ **sémantické archaismy** jsou představovány případy zastaralého významu mnohoznačných slov. Např. slovo *kus* je běžné v označení části, zastaralé ve významu. Podobně jsou archaické významy slov *hotovost, kupec, zištný, znamenitý* aj.

DIE BESONDERHEITEN DES FUNKTIONIERENS DER PHRASEOLOGISMEN DER MODERNEN DEUTSCHEN SPRACHE IN DEN SCHLAGZEILEN

Kovalska E.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Wenn man über die Phraseologismen und ihren Gebrauch in den Schlagzeilen spricht, muss man zuerst festlegen, was unter dem Begriff Phraseologismus gemeint wird. Die bedeutsamsten Untersuchungen in diesem Feld wurden von Harold Burger und Hans Schemann durchgeführt. Nach Harold Burger gilt als eine phraseologische Verbindung eine Verbindung von zwei oder mehr Wörtern dann, wenn die Wörter eine durch die syntaktischen und semantischen Regularitäten der Verknüpfung nicht voll erklärbare Einheit bilden und wenn die Wortverbindungen in der Sprachgemeinschaft, ähnlich wie ein Lexem, gebräuchlich sind (Burger, 1982, S.1). Nach Hans Schemann gelten als idiomatische die Einheiten, die kontextgebunden sind. Dieser Kontext kann als sprachlicher, situativer, sozialer und historischer Kontext gekennzeichnet werden (Schemann, 2011, S.11).

Betrachten wir als Beispiele die Phraseologismen mit den Komponenten „Öl“ und „Feuer“ aus den Zeitungen „*Tagesspiegel*“, „*der Spiegel*“, „*die Zeit*“ „*Berliner Zeitung*“ und Hörfunkprogrammen „*Deutschlandfunk*“ und „*Deutsche Welle*“. Die Schlagzeile „*Völlig falsch, jetzt Öl ins Feuer zu gießen*“ (Tagespiegel 2017) wurde der Zeitung *Tagesspiegel* vom 09.10.2017 entnommen. Dabei geht es aber um kein richtiges Feuer, sondern um die Kritik an SPD-Fraktionschef Raed Saleh wegen dessen Abrechnung mit der Bundes-SPD. In diesem Kontext ist es klar, dass der Phraseologismus „*Öl ins Feuer gießen*“ im Sinne „einen Streit entfachen oder einen schwelenden Konflikt zum Ausbruch bringen“ gebraucht wird (Röhrich, 1974). Anderes Beispiel finden wir in der *Berliner Zeitung* vom 30.03.2016: „*Satire-Streit mit Erdogan, Bundesregierung will kein Öl ins Feuer gießen*“ (Berliner Zeitung, 2016). Hier wird aber nicht die Unlust der Bundesregierung eigenes Öl zu benutzen bespricht, sondern die Abgeneigtheit der Regierung neuer Konflikt mit den türkischen Präsidenten Erdogan zu provozieren. Ein solcher Phraseologismus wird auch oft in den Schlagzeilen, die ausländische Politik darstellen, benutzt.

„*Zurückrudern und Öl ins Feuer gießen*“ – so lautet der Titel der Radiosendung im Programm „*Deutschlandfunk*“ von Thilo Köbler am 13.11.2017 (Deutschlandfunk, 2017). Dabei wird vom Autor kritisiert, dass Russland in den Präsidentenwahlkampf von Donald Trump eingemischt wird.

Die Komponente „*Feuer*“ tritt oft in komparativen Phraseologismen auf. In der Zeitung „*Tagesspiegel*“ vom 18.06.2012 treffen wir die Schlagzeile „*Mandzukic und Silva Zwei wie Feuer und Wasser*“ (Tegspiegel, 2012). Hier ist die Rede vom dem Spanier David Silva und dem Kroaten Mario *Mandzukic*, die Stars bei der Europameisterschaft 2012 waren. „*Ihr Stil könnte kaum gegensätzlicher sein*“ – schreibt der Autor. Deshalb ist der Phraseologismus „*wie Feuer und Wasser*“ verwendet, was meistens zwei unvereinbare und nicht zusammenpassende Menschen bezeichnet (Röhrich, 1974). Dieser Phraseologismus ist von dem Journalisten wirklich beliebt und tritt oft auf. Unter der Schlagzeile „*Wie Feuer und Wasser*“ wird in der Zeitung „*Der Spiegel*“ vom 12.09.1994 über die Moslems diskutiert, die sich von europäischen Menschen so unterscheiden (Der Spiegel, 1994).

Der Artikel mit der Schlagzeile „*Wir spielen mit dem Feuer*“ erzählt über langjährigen Chefredakteur der Jerusalem Post Ari Rath, dessen Leben voll von Gefahren war. Dabei bezeichnet der Phraseologismus „*mit Feuer spielen*“ ein gefährliches und riskantes Unterfangen (Röhrich, 1974). Der Tagesspiegel vom 19.04.2000 betrachtet die riskanten kreditfinanzierten Wertpapiergeschäfte in den USA im Artikel unter dem Titel „*Ein Spiel mit dem Feuer*“, worauf sofort klar ist, dass diese Affäre mit Milliarden Dollar die Angst auslöst (Tagesspiegel, 2000). Der Tagesspiegel vom 20.01.2017 erzählt unter der Schlagzeile „*Spiel mit Feuer*“ über verdächtige Cybervorfälle und Versuche der Spionage oder Sabotage (Tagesspiegel, 2017). Ein anderes Beispiel tritt in der Zeitung „*Die Zeit*“ vom 16.11.1950 auf. „*Sein Name ist Öl auf die Wogen der Remilitarisierungs-Debatten: Theodor Blank*“ Hier beschreibt der Autor einen der deutschen Politiker des XX. Jahrhunderts (Die Zeit, 1950). Der Phraseologismus „*Öl auf die Wogen gießen*“ bedeutet „besänftigen, beruhigen, beschwichtigen“ und zeigt in diesem Artikel positive Einstellung zu Theodor Blank (Röhrich, 1974).

Eine andere Frage betrifft die Ursache des Gebrauchs der Phraseologismen in den Schlagzeilen. Wie es schon gesagt wurde, sind mehrere Phraseologismen in den Bereichen über Politik zu finden, besonders die, die unangenehmen politischen Ereignisse verschleiern, verschönen oder im Gegenteil betonen können. In beiden Fällen erfüllen die Phraseologismen normativ-informierende, expressive und Werbefunktion.

Also, die wichtigste Rolle der Phraseologismen in den Schlagzeilen der Zeitungen liegt darin, die Aufmerksamkeit der Leser zum Artikel und dessen Inhalt anzuziehen und Expressivität des dargelegten Stoffs auszudrücken.

LITERATURVERZEICHNIS

- Burger H. (1982). *Handbuch der Phraseologie*, Berlin: Walter de Gruyter.
 Das Wortauskunftssystem zur deutschen Sprache in Geschichte und Gegenwart.
 Abgerufen am 10. März 2018 von (<https://www.dwds.de/>) .
 Der Spiegel (2018). Abgerufen am 10. März 2018 von <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-13685909.html> .
 Der Tagesspiegel (2018) Abgerufen am 10. März 2018 von <https://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/ein-spiel-mit-dem-feuer/136730.html> .
 Deutsche Welle (2018) Abgerufen am 10. März 2018 von <http://www.dw.com/de/wir-spielen-mit-dem-feuer/a-16536833> .

- Deutschlandfunk (2018) Abgerufen am 10. März 2018 von <http://www.deutschlandfunk.de/> .
- Die Berliner Zeitung (2018) Abgerufen am 10. März 2018 von <https://www.berliner-zeitung.de/> .
- Die Zeit (2018) Abgerufen am 10. März 2018 von <http://www.zeit.de/index> . Röhrich, L. (1974): Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten, Band 1. Freiburg im Breisgau, MA: Herder Verlag.
- Schemann H. (2011) Deutsche Idiomatik: Wörterbuch der deutschen Redewendungen im Kontext Ausgabe 2, Berlin: Walter de Gruyter.

BESONDERHEITEN DER KOMMUNIKATION ALS INFORMATIONSAUSTAUSCHES ZWISCHEN DEN MENSCHEN

Kozlova D. H.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Der Mensch ist ein soziales Wesen und er steht immer im Kontakt mit den anderen Mitgliedern der Gesellschaft, in der er lebt. Dieser Kontakt entsteht durch den vielseitigen Prozess der Kommunikation. Die Menschen vermitteln verschiedene Informationen durch unterschiedliche Wahrnehmungskanäle. Da der Anfang und das Ende der Kommunikation ständig außerhalb verbaler Sprache liegen, verfolgt der Sprecher eine bestimmte Kommunikationsabsicht, die sich in einem konkreten Kommunikationsziel abbildet. Das Ziel der Kommunikation wird aber erst dann erreicht, wenn der Rezipient die Absichten seines Partners versteht und entsprechend darauf reagiert (Donat, 2010, S. 120).

Der Begriff „Kommunikation“ wird in den Fachsprachen verschiedener Disziplinen wie Soziologie, Philosophie, Psychologie und Linguistik gebraucht. Im Rahmen der Untersuchungen jeder bestimmten Wissenschaft ist dieser Begriff durch eine Vielzahl der Definitionen geprägt. Aufgrund des alltäglichen Gebrauchs des Wortes erscheinen ca. 1.370.000.000 Suchergebnisse bei der Eingabe des Begriffes „communication“ in der Web-Suchmaschine Google, was fast zweimal größer ist, als die Anzahl der Ergebnisse im Jahre 2015 (ca. 535.000.000) (LeMar, 2001, S. 2).

Im Rahmen der Informationstheorie ist die Kommunikation im Sinne bedeutsam, welche Menge der Information über einen ungestörten oder gestörten Kanal übertragen werden kann. Biologisch betrachtet man diesen Begriff von dem Standpunkt aus, wie die Informationen über die Nervenbahnen bei Menschen, Tieren und Pflanzen in der Form von Signalen vermittelt werden. Die Soziologen bezeichnen mit dem Terminus „Kommunikation“ einen Vorgang des Informationsaustausches zwischen einem Sender und einem Empfänger mit Hilfe bestimmter Zeichen und Codes (Schäfers, 1995, S. 154). In der Linguistik verbindet man Kommunikation mit den Sprachhandlungstypen – um den Rezipienten dazu zu bringen, etwas zu tun oder zu unterlassen, müssen bestimmte sprachliche Handlungen realisiert werden, die sich in entsprechendem Sprachmaterial konkretisieren (Donat, 2010, S. 122).

Als Gründe der Unklarheit und Mehrdeutigkeit vom Wort "Kommunikation" gelten nach J. Röhner und A. Schütz Kommunikationsmetaphern und bildhafte Vergleiche, Bedeutungswandel dieses Begriffes und Einbezug nicht direkt beobachtbarer Bestandteile der Kommunikation wie Bewertung und Reaktionen (Röhner & Schütz, 2015, S. 2-4).

In der wissenschaftlichen Literatur werden folgende Merkmale der Kommunikation bestimmt (Röhner & Schütz, 2015, S. 6):

- es gibt mindestens zwei Teilnehmende;
- es gibt eine Nachricht, die von einer Person gesendet und von der Anderen durch die Dekodierung empfangen wird;
- es gibt Mittel oder Modalitäten der Kommunikation (mimischer Ausdruck, die Funkverbindung usw.);
- sie ist kontextgebunden;
- die Teilnehmer führen sichtbare und unsichtbare Aktivitäten aus;
- sie ist interaktiv (wechselseitige Beeinflussung);
- sie ist zielgerichtet, aber verfolgt nicht immer vollständig bewusst.

Man bestimmt trotz möglichen Abweichungen ein allgemeingültiges, für jeden Kommunikationsprozess typisches Schema. Erstens braucht Kommunikation immer einen Sender, den Expedienten („expedire“ aus dem Latein heißt *versenden*) und einen Empfänger, den Perzipienten („percipere“ – *empfangen*). Der Erste verschlüsselt (codiert) irgendwelche Informationen, der Zweite entschlüsselt (dekodiert) sie entsprechend. Im Falle, wenn es dem Empfänger misslingt, eine Nachricht in ihren ursprünglichen Zustand zurückzusetzen, entstehen Missverständnisse und Konflikte. Noch ein wichtiger Bestandteil der Kommunikation ist die Verbindung zwischen Expedient und Perzipient, nämlich der Kommunikationskanal oder das Medium (Hunscha, 2003). Es regelt den Transport der Mitteilung und kann unterschiedliche Form annehmen (Worte, geschriebene/gesprochene Form).

Kommunikation gilt heutzutage als ein fester Bestandteil unseres Alltags. Aus diesem Grund wird die moderne Gesellschaft als Informations- oder Kommunikationsgesellschaft bezeichnet. Das Phänomen der Kommunikation als Informationsaustausches zwischen den Menschen liegt im Mittelpunkt der modernen wissenschaftlichen Untersuchungen und spielt auch eine große Rolle für die Linguisten, für die funktionale Seite der Kommunikation bedeutsam ist. Die Besonderheiten solcher Kommunikation zeigen, dass dieser Vorgang noch nicht ausreichend untersucht ist und eine präzisere und ständige Analyse braucht, um die Anzahl der Missverständnisse zu minimalisieren und die Effektivität des Informationsaustausches zwischen den Menschen zu erhöhen.

LITERATUR

Donat, A. (2010). Fachsprachenpropädeutik im Germanistikstudium. Zur Leistung und sprachlichen Realisierung der Sprachhandlungstypen (Kommunikationsverfahren) unter Bezugnahme auf die deutschsprachige Fach- und Berufskommunikation (S. 119-127). Czenstochowa: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Lingwistycznej.

- Hunscha, S. (2003). Kommunikations- und Interaktionsmodelle. Abgerufen von <https://www.techfak.uni-bielefeld.de/ags/wbski/lehre/digiSA/S03/MMMK/kommunikation.pdf>
- LeMar, B. (2001). Menschliche Kommunikation im Medienzeitalter: im Spannungsfeld technischer Möglichkeiten und sozialer Kompetenz. Berlin ; Heidelberg ; New York ; Barcelona ; Hongkong ; London ; Mailand ; Paris ; Singapur ; Tokio: Springer-Verlag.
- Röhner, J., & Schütz, A. (2015). Psychologie der Kommunikation. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Schäfers, B. (1995). Grundbegriffe der Soziologie. Opladen: Leske und Budrich.

THE STUDY OF HUMOR: A COGNITIVE PERSPECTIVE

N.K. Kravchenko, Ya.B. Kizima
Kyiv National Linguistic University

A joke is a short humorous piece of oral literature in which the funniness culminates in the final sentence, called the punchline... In fact, the main condition is that the tension should reach its highest level at the very end.

ˆR. Hetzron

Humor has always been in the center of scholarly research due to its unique way of presenting reality (Attardo, 1997; Latta, 1999; Raskin, 1985). Humor-generating functions of pragmatic means were identified in the framework of violating Grice's Cooperative Maxims as well as in terms of Sperber & Wilson's relevance-seeking inferential procedures (Attardo, 1997; Raskin, 1985). Other approaches focus on discovering such inherent properties of jokes as incongruity, conflict, inappropriateness, absurdity, compatibility, intertextuality, foregrounding etc. (Brône, Feyaerts and Veale, 2006; Latta, 1999).

Modern linguistic humor researchers focused on the functionality of such an operation in semantics of jokes and other humorous texts as comparison (Attardo, Salvatore and Raskin, 1991; Brône, Feyaerts and Veale, 2006). This basic cognitive faculty finds its reflection in the human need for categorization or framing, i.e. viewing a linguistic expression against the background of a frame of reference or prior experience. Such frames or scripts are structured categories grounded in experience (Fillmore, 1982, p. 117), which play an essential role in producing and comprehending humor (Raskin 1985, p. 93). Thus, jokes revolve around the opposition, overlap and switch between two (or more) scripts or frames. This means that jokes are partly or fully compatible with two different, contextually opposed scripts, only one of which being saliently activated in the first part of the text (Brône, Feyaerts and Veale, 2006, p. 207). The punch line of the joke turns out to be incompatible with the first script interpretation (incongruity), but there is a

lexical cue (common trigger) in the text that enables the transition or shift from the first interpretation or script to the second (Raskin, 1985, p. 107).

To see how such a transition happens let us consider the overlapping of two opposed scripts in the following joke:

The old professor says to his colleagues 'I have recently dreamed as I am giving a lecture to the students. I wake up and, you know, what? I am really giving a lecture!'

The humor-generating inference includes the following steps:

a) identifying the overlapping presuppositions: sleep excludes any verbal activity in the transmission of information while a lecture presupposes such type of activity. Therefore, different presuppositions are associated with the incongruous scripts of SLEEP and TEACH;

b) bringing together overlapping inferences: inference 1 (the speaker / narrator is giving a lecture in his dream) and inference 2 (the speaker / narrator is really sleeping while lecturing). The scripts are linked via the component "have a dream about teaching" compatible with both. The statement that the professor is dreaming about giving a lecture but in fact is *actually* giving a lecture acts as a trigger for shifting from the possible script of "Teaching while sleeping (teaching in one's dream)" to the impossible script of "Sleeping while teaching";

c) singling out an additional trigger of the scripts' partial overlapping, which is the phrase "the old professor" associated with the presupposition "Falling asleep in unexpected places". This phrase triggers a comic effect.

To conclude, it should be emphasized that modern linguistic humor studies have a cognitive orientation. Understanding humor not only as a human facility but also as a complex cognitive experience opens more vistas for further research in this field. Adopting the tools developed in cognitive linguistics can shed a new light on the specific semantic construal of humorous texts. Such studies of humor can yield further interesting insights into the specifics of cognitive processing.

REFERENCES

- Attardo, S. (1997). The semantic foundations of cognitive theories of humor. *HUMOR: International Journal of Humor Research*, 10 (4), 395-420.
- Attardo, S. & Raskin, V. (1991). Script theory revis(it)ed: joke similarity and joke representation model. *HUMOR: International Journal of Humor Research*, 4(3/4), 293-347.
- Brône, Feyaerts and Veale (2006). Introduction: Cognitive linguistic approaches to humor. *HUMOR: International Journal of Humor Research*, 19(3), 203-228.
- Fillmore, Ch.J. (1982). Frame semantics. The Linguistic Society of Korea (Ed.), *Linguistics in the Morning Calm*. (p. 111-137). Seoul: Hanshin.
- Latta, R.L. (1999). *The Basic Humor Process: A Cognitive-Shift Theory and the Case against Incongruity*. Berlin & New York: Mouton de Gruyter.
- Raskin, V. (1985). *Semantic Mechanism of Humor*. Dordrecht; Boston; Lancaster: D. Reidel.

IMPORTANCE OF MANAGEMENT PRINCIPLES IN JOB PRODUCTIVITY

Kruhova Y.O., Shumyk L.V.
Kyiv National Linguistic University

The increasing of the job productivity is one of the most pressing problems in business today. According to various studies, Ukrainian enterprises are catastrophically lagging behind the European, Japanese and American companies.

Ways of increasing of productivity can be divided into economic and managerial.

The economic way is aimed at modernizing equipment, optimizing production processes, reducing working time costs for manufacturing and so on.

Management tools are aimed, first of all, at increasing staff involvement, focusing employees on effective and productive work. One of the significant factors that are affecting the employee's level of involvement is an efficient remuneration system.

Is management an important thing in business and in increasing of the job productivity?

Managers, business owners and executives at all levels work in the modern environment with fuzzy goal measurements, where it is impossible to measure the direct outcomes of their management actions. After our recent research, we have found, that the increasing of the job productivity is directly related to the appropriate management actions (Adizes, 2016).

In this connection, we propose that consideration be given to the one of the most powerful, in our opinion, management theory, that leads to the increasing of the job productivity.

We propose therefore to turn to the consideration of the McKinsey 7-S model. This model is a tool that analyzes firm organizational design by looking at 7 key internal elements: strategy, structure, systems, shared values, style, staff and skills, in order to ensuring that all parts of the organization work are in harmony, to reach the highest level of the job effectiveness (Collins, Lazier, 1995).

Shared Values: the interconnecting center of McKinsey's model is shared values. What does the organization stand for and what are its central beliefs, attitudes and core values.

Strategy: this represents the plans for the allocation of firm scarce resources, over time, to reach identified goals.

Structure: this means the way in which the organizational units relate to each other.

Systems: it is pertain to procedures, processes and routines that characterize how the work should be done: financial systems; recruiting, promotion and performance appraisal systems and information systems.

Staff: this means the number and types of personnel within the organization.

Style: cultural style of the organization and how key managers act to achieve the organizational goals.

Skills: this represents the distinctive capabilities of the personnel or of the organization as a whole.

The “7S theory” is closely connected with the management. In case of using these elements together it will defiantly lead to the job satisfaction

In the context of our relevant information that has come out of our latest research, we would like to conclude with the statement of management importance in the modern business world. Job productivity depends heavily on the effectiveness of its management actions. In the relation to our concept “7S”, we would like to state, that a business cannot be effective and cannot survive without a proper management support.

Achieving common goals could be made through consolidating group efforts subordinated to professional management steps. Management and its practical theories create and maintain an environment conducive to higher efficiency and performance. Therefore, we consider a successful business and job effectiveness as a good management style in combination with a higher-practiced manager, who should push business forward to success.

We contend that the effectiveness in the organization of the work inside every company, that goes toward with the contemporary management theories are able to get far more than just the ability of the company. Productiveness means different things to different organizations, but we can agree that it means survival, personal motivation of each employee, high management skills of superiors, and a competitive edge in the 21st Century.

LITERATURE

Adizes, I. (2016) *The Ideal Executive*. Santa Barbara: The Adizes Institute PUBLISHING.

Collins, J., Lazier W. (1995) *Beyond Entrepreneurship: Turning Your Business into an Enduring Great Company*. New Jersey: Prentice Hall Press.

Peters, T. (2011, January). Brief History of the 7-S (“McKinsey 7-S”) Model. Взято з // Access mode: <http://tompeters.com/docs/7SHistory.pdf>

Vancouver, J., Williams, A. (2001) The Changing Signs in the Relationships Among Self-Efficacy, Personal Goals, and Performance. *Journal of Applied Psychology*, 86(4), 605-620.

DIE SYMBOLISCHE BEDEUTUNG DER ELEMENTE „DIE HAND“ IN DEN PHRASEOLOGISCHEN EINHEITEN DER DEUTSCHEN SPRACHE

Kryhina Yuliia

Nationale linguistische Universität Kiew

Phraseologismen sind ein fester Bestandteil jeder Sprache und begegnen uns auch heutzutage auf jedem Schritt und Tritt. Durch die Erforschung der phraseologischen Einheiten der Sprache kann man sich ein Bild von den Besonderheiten der nationalen Kultur machen, von den Wertpräferenzen der

Muttersprachler. Im Bereich der Phraseologie spiegelt sich die nationale Identität der Kultur des Volkes wider.

Phraseologisch ist eine Wortverbindung von zwei oder mehr Wörtern dann, wenn die Wörter eine durch die syntaktischen und semantischen Regularitäten der Verknüpfung nicht voll erklärbare Einheit bilden und wenn die Wortverbindung in der Sprachgemeinschaft ähnlich wie ein Lexem, gebräuchlich ist (Burger 1982:1)

Somatismen spielen eine wichtige Rolle bei der Gestaltung des lexikalischen Systems jeder Sprache. Diese Lexik wird oft in der Sprache verwendet, dient als Grundlage für metaphorische Bedeutung, sowie für die Bildung von den Phraseologismen. Das Wort „*die Hand*“ gehört zur ältesten Schicht der indoeuropäischen Lexik und ist auch einer der am häufigsten genannten Körperteile in der Bibel (Fryszkiewicz 2013:1), und somit ist dieser Begriff in der deutschen Sprache polysemisch und tritt als Bestandteil vieler phraseologischen Einheiten auf.

In der deutschen Phraseologie wird das Lexem "*Hand*" hauptsächlich im übertragenen Sinne verwendet. Diese Komponente zeigt vor allem die Werkzeuge des Menschen. In der modernen deutschen Sprache gibt es eine große Menge von phraseologischen Einheiten, in denen die Komponente „*Hand*“ als Symbol der **Arbeit, Aktionen, Handlung** verwendet wird. Die Hand steht auch symbolisch für den ganzen Menschen und bezeichnet oft **nomina agentis** (Arbeiter, Handelnder): *viele Hände machen der Arbeit schnell ein Ende, selbst Hand anlegen, die Hände in den Schoß legen, alle/beide Hände voll zu tun haben*. Eine solche Verwendung ist mit der Tatsache verbunden, dass alle menschlichen Handlungen seit alters her in verschiedenen Bereichen des Lebens direkt mit den Händen verbunden sind. Dies spiegelt sich in der Tatsache wider, dass die Komponente "*Hand*" wesentliche Merkmale des Charakters ausdrückt, in erster Linie – **Ehrlichkeit**: *sich die Hand abhacken/abnehmen lassen, die Hand geben, Hand drauf!, die Hand ins Feuer legen, reine/saubere Hände haben, in der Hand sprechen*.

Die deutsche Sprache ist an den phraseologischen Einheiten reich, in denen das Lexem "*Hand*" ein Symbol für **Macht, Reichtum** ist: *die Hand ändern/wechseln, freie Hand haben, in die Hände fallen/kommen, in jds. Händen liegen/steht/sein, etw. an die Hand geben, die Hand/die Hände ausstrecken, die Hand auf etw. haben/halten*.

Das Lexem „*Hand*“ tritt auch als Symbol der **Hilfe, Unterstützung und des Schutzes** in folgenden phraseologischen Einheiten auf: *eine Hand wäscht die andere, [selbst] mit Hand anlegen, Hand bieten, die [schützende/helfende] Hand halten, die [schützende/helfende] Hand abziehen, auf Händen tragen*.

Beachtenswert sind die phraseologischen Einheiten, deren Bedeutung auf dem Kontrast der rechten und linken Hand basieren. Traditionell wird die rechte Hand als aktive, geschickte betrachtet (*jds. rechte Hand*), während die Linke ist häufiger als passive und schwache angesehen wird (*zwei linke Hände haben; mit der linken Hand*).

Besonders wertvoll und interessant sind die phraseologischen Einheiten, die seit alters her existieren, und die Rituale und Bräuche widerspiegeln.

- *Sich die Hand abhacken/abschlagen lassen* hat als Grund eine der Arten der Bestrafung im Mittelalter, und heute wird dieses Phraseologismus im Sinne „sich für jemandem oder etwas uneingeschränkt verbürgen“ verwendet. (Duden 2013:312)

- *die Hand ins Feuer legen.* Diese phraseologische Einheit bezieht sich auch auf Mittelalter. Um seine Unschuld zu beweisen, musste der Angeklagte bei der Feuerprobe eine Weile die Hand ins Feuer halten. Nur diejenigen wurden für unschuldig erklärt, die sich entweder gar nicht verbrannten, oder wessen Wunden in kürzester Frist wieder verheilt waren. (Wagner 2011:50)

- *Um die Hand anhalten.* Jahrhundertlang waren die Frauen völlig von den Männern abhängig. Zuerst war das der Vater. Bei der Heirat ging die Verantwortung an den Ehemann über. Dies wurde symbolisch dadurch ausgedrückt, dass der Vater dem Bräutigam feierlich die Jungfrau an der Hand zuführte. Dann legte der Vormund die Hand der Braut in die des Bräutigams. (Wagner 2011:144)

- *Hand und Fuß haben.* Diese Redensart bedeutet heute „gut durchdacht sein“. Das sprachliche Bild steht ursprünglich für die volle Leistungsfähigkeit einer Person und geht auf eine altdeutsche Rechtsformel zurück. Die Vermutung überzeugt, dass ein Ritter nach damaligem Verständnis nur dann kriegsfähig war, wenn er noch die rechte Hand und den linken Fuß besaß. Mit der rechten Hand führte er das Schwert, und mit dem linken Fuß trat er in den Steigbügel, um sein Pferd zu besteigen. (Wagner 2011:16)

- *Das Heft in der Hand haben/behalten.* „Heft“ nannte man ursprünglich die Halterung oder den Griff eines Gerätes, im engeren Sinne – den Griff eines Schwertes, Messers oder Dolches. Es ist einleuchtend, dass diese Phrase im Sinne „ein Schwert am Griff halten zu dürfen“ ein Begriff für „Gewalt und Macht haben“ bildete. (Wagner 2011:19)

Auf solche Weise kommen wir zur Erkenntnis, dass die Hand seit alters her als das Hauptwerkzeug des Menschen wahrgenommen wurde, was sich im System der Phraseologismen widerspiegelt. Im Wesentlichen wird die Komponente "die Hand" im übertragenen Sinne verwendet, und diese Bedeutungen sind tief in der Kultur der Menschen verwurzelt.

ЛІТЕРАТУРА

Burger H. (1982). Handbuch der Phraseologie. Berlin

Fryszkiewicz A. (2013). Phraseologismen mit dem Glied "rêka/Hand, Arm". Hamburg

Wagner G. (2011). Das geht auf keine Kuhhaut: Redewendungen aus dem Mittelalter.

Darmstadt Duden. (2013). Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik 4. Berlin

VALUE AND APPLICATIONS OF DIALECTOLOGY

Kuskova S.

Kyiv National Linguistic University

Dialectology is “the study of dialect, or regional variation in language, a subfield of linguistics” (Watt & Boberg, 2018, p. 1). One more definition is that “dialectology is the study of how sounds, words and grammatical forms vary from one dialect to

the other within a single language” (Chambers & Trudgill, 1998, p. 32). Variation most commonly occurs as a result of relative geographic or social isolation. The study of dialect variations according to geographical areas is called dialect geography (Bloomfield, 1984; Sankoff, 1973).

Unlike dialect geography, which seeks the pure form of a dialect from authentic speakers, sociolinguistic dialectology looks into variations to linguistic structures caused by social factors and focuses especially on cities or urban areas with high mobility. Hence, the term sociolinguistic dialectology is also referred to as urban dialectology (Chambers and Trudgill, 1998, p. 57).

As highlighted by Chambers and Trudgill (1998) “...linguistic studies suggest that there is probably no such thing as a ‘pure’ dialect, since most varieties of language appear to be variable and to show signs of influences from other varieties”.

Dialectology looks at different accent and dialect communities and how these linguistic varieties can differ in several aspects including vocabulary, grammar and pronunciation. Every national variety of language falls into territorial or regional dialects (Watt & Boberg, 2018, p. 1).

Because of the social factors, a speaker may show more similarity in his speech to people from his own social group in a different area than to people from a different social group in the same area. The differences may be termed sociolinguistic variations (Britain, 2010, p. 34). Sociolinguistic dialectology focuses on the way language varies and changes in communities of speakers and concentrates particularly on the interaction of social factors and linguistic structures (Chambers & Trudgill, 1998, p. 57).

Dialectology as a discipline appeared in the 19th century with the development in Western Europe of dictionaries and grammars of regional dialects. Much of the work of dialectology has consisted of gathering information about the types of variation that occur in different dialects and the construction of linguistic atlases, showing patterns of distribution for a series of varying features within a language.

The scientific interest of dialectology lies in the fact that dialects are a valuable source of information about popular culture. They reflect not only the history of a language but, to a great extent, the ethnic, cultural, and even political history of a people as well.

In the 1930s the value of dialectology to the study of language types became apparent. Because dialects greatly outnumber standard languages, they provide a much greater variety of phenomena than languages and thus have become the main source of information about the types of phenomena possible in linguistic systems (taken from Encyclopedia Britannica).

Dialect differences are caused by two forces operating in tandem: language change that is a constant, ongoing process in all speech communities and the expansion of speech communities. As linguistic variation arises in speech communities, it usually reflects social differences.

While dialects can differ at every level of structure – phonetic, phonological, morphological, lexical, syntactic, semantic, the term “*dialect*” is often used in a complementary relation with another term – “*accent*”, whereby “*dialect*” means differences in grammar and lexicon, while “*accent*” is restricted to phonological and

especially phonetic differences, such as the quality of vowel sounds (Watt & Boberg, 2018, pp. 2-4).

Dialects are “semi-permanent language varieties of language which vary mainly according to geographical region and social class” (e.g. *Yorkshire dialect, Lancashire dialect, working class dialect, middle class dialect*) (Allen & Linn, 1998, p. 43).

An important source of new dialects is the most consequential linguistic development in the world today: the rise of English as a global language. This phenomenon, which has generated a whole new subfield of language variation and change called *World Englishes*, involves the creation and development of dozens of new English dialects (Watt & Boberg, 2018, pp. 11-12).

Dialect is generally associated with the peasantry, the working class, or other groups lacking in prestige, and often it has no written form. It is regarded as some kind of deviation from the norm, as an aberration of the correct standard form of a language. The standard language is a form of communication, which is more prestigious than dialect (Chambers and Trudgill, 1998, p. 34).

In the conclusion, it is necessary to mention that the field of dialectology has grown, has adapted in many ways and continues to respond to a changing environment today. Thus, it remains a dynamic and relevant subdiscipline that continues to produce many scholarly works. From its origins in Europe it has now spread across the globe, with dialect studies available or in progress on languages spoken in every region of the world.

LITERATURE

- Allen, H. (1998). Dialect and language variation. In H. Allen & M. Linn (Eds.), *Social dialects and language variation* (Vol. 697, p. 43). London: Academic Press.
- Bloomfield, L. (1984). *Language: the study of language* (Vol. 551). Chicago: The University of Chicago Press.
- Britain, D. (2010). *Language in the British Isles* (Vol. 508, p. 34). Cambridge, New York: Cambridge University Press.
- Chambers, J. (1998). Dialectology: dialect studies. In J. Chambers & P. Trudgill (Eds.), (Vol. 201, pp. 32-57). Cambridge, New York: Cambridge University Press.
- Watt, D. (2018). The handbook of dialectology. In D. Watt, C. Boberg & J. Nerbonne (Eds.), *Dialectology, philology and historical linguistics* (Vol. 582, pp. 1-12). Oxford: Wiley-Blackwell.

STYLISTIC FEATURES OF TWIN SISTERS' PORTRAYAL IN DIANE SETTERFIELD'S "THE THIRTEENTH TALE"

I.S. Kyrychenko, A. Koziel
Kyiv National Linguistic University

Nowadays literary works are saturated with a variety of forms and ways of expressing authors' thoughts. What is more, the verbal portrait plays a huge role in

creating an artistic image in a literary work and therefore its scrutiny should be given pride of place (Малетина, 2007, с. 154). The main function of verbal portrayal in a piece of fiction is to serve as a means of creating a literary character. The literary portrait is one of the main ways to create a cohesive image of various characters. Traditionally, the characters' portrait encompasses several facets, each equally contributing to disclosing its individual traits as well as unveiling the message of the literary work (Яблонская, 2015, р. 131).

The analysis of scholarly papers in the field of literary character studies revealed that the most traditional classification of characters may be outlined as follows:

- **a dynamic** character faces a central conflict and as a result it changes and develops throughout the story; as a rule such characters are regarded as central in a literary work.
- **a static** character does not change in response to any plot events or as a result of other characters' impact, thus retaining its most typical distinctive features;
- **a round** character may be described as a multidimensional personality, even to the point of being a swirl of contradictions;
- **a flat** character is the very opposite to the round character; it is recognizable by its peculiar traits;
- **a protagonist** is the central character in a work of fiction; it often faces a serious conflict which should be resolved;
- **an antagonist** is an obstacle that the protagonist must overcome.
- **an anti-hero** is usually a major protagonist who struggles for values not deemed to be universally admirable;
- **a foil** is a character, whose personal traits contrast with another character's traits (usually the confrontation is between the antagonist and the protagonist). This sharp contrast enables the readers to understand them much better and to reveal some additional striking details about each of them (Bernando).

“The Thirteenth Tale” by Diane Setterfield provides an ample opportunity for making a better insight into the typology of characters mentioned above. Moreover, such a diverse classification may be applied to two presumably and seemingly duplicate characters – the twin sisters, Emmeline and Adeline March, who are the central figures in the novel. Contrary to a popular belief that twins are like two peas in a pod – people who do not only look identical, but also think, feel, and behave in the same way – the main female characters in the novel appear to be polar opposites, thus embodying widely different character types.

Emmeline may be dubbed a dynamic protagonist that undergoes changes throughout the story. At the very beginning Emmeline is portrayed as an absolutely phlegmatic https://www.multitrans.ru/c/m.exe?t=4734693_1_2&s1=%EE%F2%F1%F2%F0%E0%ED%B8%ED%ED%FB%E9 and detached child eager to play by the imposed rules: “*The Missus hardly knew what worried her more: Adeline’s persistent and merciless aggression, or Emmeline’s constant, **ungrudging acceptance** of it.*” (Setterfield, 2006, p. 101). Gradually, Emmeline’s descriptions bring to light a slightly different person: “*She is not I think as badly disturbed as I was reported. She is affectionate and sturdy, has learned to appreciate the benefits of hygiene, eats*

with a good appetite and **can be made to obey instructions** by kind coaxing and the promise of small treats.” (ibid., p. 361). Furthermore, she is also a round character who, in parallel with some seemingly negative features, is mostly known for her kind-heartedness and inability to do harm to anyone: “*The Missus had never once known Emmeline to raise a hand against Adeline. She had a goodness of two children in her.*” (ibid., p. 101). As a foil she confronts her sister Adeline throughout the whole novel, and this confrontation enables the readers to learn more about Adeline.

It goes without saying that Adeline March, another central character in the novel, is a complete opposition to Emmeline. She is a flat static character whose personality traits and life perception remain the same throughout the novel. She is portrayed as an evil creature at the very beginning of the book: “*Adeline would fly at her sister, fists and flailing, yanking at hair and landing blows wherever she could. She chased her sister wielding red-hot coals in the fire tongs*” (ibid., p. 101) as well as at the end: “*I should not have been surprised at the extent of Adeline’s hatred. I knew how ugly her hatred could be, had witnessed the extent of her violence.*” (ibid., p. 419). Beyond all doubt Diane Setterfield portrays her as an anti-hero, a self-centered creature, unable to love and respect others: “*Destruction seems to be Adeline’s only motive, and rage something she has to tease out, stoke up in herself, in order to generate the energy to destroy.*” (ibid., p. 362).

Therefore, a very careful and detailed portrayal of twin sisters as two people as different as night and day in “The Thirteenth Tale” refutes our stereotypical perception of twins, thus giving the novel some unforeseen twists that help to explore the issues of truth and morality.

LITERATURE

Малетина, О.А. (2007). Функционально-коммуникативный подход к изучению словесного портрета в художественном произведении. *Вестник ВолГУ*, 6, 154-157.

Яблонская, Л.В. (2015). Личностно-тональный код как создание внешнего образа героя произведения. *Вестник АГУ*, 1, 130-135.

Bernardo, K. *Types of Characters in Fiction*. Взято з: <http://learn.lexiconic.net/characters.htm>.

LIST OF ILLUSTRATION MATERIALS

Setterfield, D. (2006). *The Thirteenth Tale*. New York: Atria Books.

STEREOTYPICAL PORTRAYAL OF WOMEN IN ENGLISH ADVERTISING DISCOURSE

I.S. Kyrychenko, O. Reka
Kyiv National Linguistic University

Nowadays advertising is a ubiquitous phenomenon, and people are exposed to it wherever they are, sometimes even against their will. Hence, it is no surprise that scholars’ focus is consistently drawn to its various aspects – stylistic features,

rhetorical strategies, conceptual space, and so on. One of the most topical approaches to advertising is their scrutiny in the framework of gender studies, more specifically – the research of gender stereotypes and linguistic means of their manifestation in various types of advertisements. Stereotypes, gender in particular, are commonly exploited in advertising for the purpose of imbuing the target audience with the intended models of male or female social roles, coveted appearance, and perfect health. They are general beliefs about sex-linked traits and roles, psychological characteristics, and behavior attributed to men or women. Gender identities are socially constructed and advertising suggests lifestyles and forms of self-presentation that individuals use to define their roles in society (Plakoyiannaki, 2008, p. 4).

Typically, advertisements feature women in decorative roles as deeply concerned about physical attractiveness, thus being in relentless pursuit of beauty (Plakoyiannaki, 2008, p. 9) and resorting to various means to gain it – make-up, styled hair, stylish clothing, high-heels, and jewelry (Ottosson, 2017, p. 25). A visual representation bolstered by a succinct pithy verbal component (i.e. advertising slogan) is intended to boost the sales by means of appealing to our concept of an ideal, successful woman thus making us believe that buying a certain product will push us closer to that ideal.

Stereotype-related images are conveyed in different ways, but still a majority of persuasion techniques tend to create a positive impression through evaluation and emotional appeal which might be substantially reinforced via various stylistic means. Emotionality and evaluation are best expressed through the extensive use of adjectives or adverbs which attribute certain qualities and properties to the object advertised (Behnam, 2014, p. 24). An emotional appeal is made by dint of comparing women with flowers, beautiful nature and environment. Calvin Klein perfume advertisement employs the following simile: *“She blossoms for him like a flower”* (CK) that implies that a woman looks very gentle, attractive, and fragile. In one of its advertisements Dior uses a slogan: *“I am not a girl. I am **poison**”* (DPG) which creates an image of a very attractive woman who is highly dangerous. Gucci Bamboo advertisement says: *“When she speaks, we listen. When she moves, we watch. And when she goes, we follow. She controls. She masters”* (GB). In line with a visual image of a perfect woman dancing, playing the piano, and driving a car, the slogan also features an object of desire to follow and to obey.

Women in traditional roles are also often portrayed as homemakers. This is predominantly actualized in advertisements promoting products that help them cope with some domestic problems and maintain their household easily, such as detergents, washing powders, kitchen appliances etc. Such images imply that a woman’s place is at home; her primary role is to be a good wife and a caring mother concerned with tasks of housekeeping. Since an experienced woman recommends buying a certain product, one is easily enticed into making a choice in its favour. For instance, Tide’s slogan *“Tide’s got what women want”* (JM) suggests the only women’s desire is to clean and wash. On the contrary, Mr. Clean advertisement says: *“This Mother’s Day, get back to the job that really matters”* (SA). This slogan emphasizes that there are many more important things than just household activities and that women are not obliged to spend all their time in the kitchen.

Women in non-traditional roles are less frequently featured in English advertising discourse. It mostly happens when there is a need to show career-oriented women or women engaged in activities outside the home (e.g. golf, football). Also women can act as voices of authority, being experts in something (Plakoyiannaki, 2008, p. 13). For example, Under Armor bra campaign employs such slogans as “*I will not be distracted*”, “*I will not be uncomfortable*”, “*I will not be stopped*”, “*I will not be restricted*”, “*I will not be unsupported*” (CO). All these phrases contrast with phrases (some of which might seem rather discriminatory) written in grey on the background: “*I will be praised. I will be judged*”, “*I will be ignored. I will be underrated*”, “*I will be challenged. I will be tested*”, “*I will be labelled. I will be dismissed*” (CO). It shows that women are treated equally to men with equal rights and abilities, meaning that women by no means would suffer injustice in some sport rankings.

So, women are represented as striving towards being as beautiful and young-looking as possible. The ideal of beauty presents women as being obliged to transform themselves to be attractive for men. Women are also depicted as being somehow passive. Is thought a woman’s role is to be wives and mothers, even when they work outside the house. All in all, the image of women in the advertising correlates with a general image of women in the society and with their common roles.

LITERATURE

- Plakoyiannaki, E., Zotos, Y. (2008). Female role stereotypes in print advertising. *Emerald Group Publishing*, 43, 7-15.
- Shaikh, M. (2015). The Representation of Men and Women in Advertisements: A Critical Discourse Analysis, *Annual Research Journal*, 7, 119-124.
- Behnam, B., Zamanian, J. (2014). Gender and the Discourse of Advertising in English and Persian Magazine Advertisements. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 4(11).
- Ottosson, T., Cheng, X. (2012). *The Representation of Gender Roles in the Media*. Trollhättan: University West.

LIST OF ILLUSTRATION MATERIALS

- Calvin Klein. Obsession.* (CK). Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=s6FJBfh7z1k>
- Dior Poison Girl. The New Fragrance.* (DPG). Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=re4icu2NXO8>
- Gucci Bamboo. The New Fragrance for Her.* (GB). Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=Ficn0EQpD1Q>
- Jodie’s Media.* (JM). Retrieved from <http://jodiemedial8.blogspot.com/2017/09/tides-got-what-women-want.html>
- Creativity.* (CO). Retrieved from <http://creativity-online.com/work/under-armor-i-will-what-i-want--bra-campaign/42718>
- Stereotypes in Advertising.* (SA). Retrieved from <http://genderinsocietytoday.weebly.com/modern-stereotypical-ad.html>

RHETORICAL STRATEGIES OF PERSUASION IN POLITICAL DISCOURSE

Olha Lapka

Kyiv National Linguistic University

Politicians resort to numerous rhetorical strategies to persuade the audience of their trustworthiness. Mastery of persuasive techniques is one of the main tools by which the powerful communicate and reinforce their influence over the powerless, particularly in politics (Partington, 2003, p. 225).

Classical rhetoric is a systematic and extensive set of knowledge aimed at teaching public speaking (Kennedy, 2001, p. 112). According to Partington (2003), the essence of rhetoric lies in persuading people to accept certain versions of events as opposed to other versions. Aristotle distinguishes three rhetorical means of persuasion: ethos, pathos, and logos (Virtanen & Halmari, 2005, p. 6).

Ethos is the ethical appeal to the audience. In other words, ethos is the linguistically expressed implications of the persuader's good character (Virtanen & Halmari, 2005, p. 6). Pathos is the emotional appeal to the audience. In Greek rhetoric, the term pathos was used to refer to the state of the human soul which was determined by some experience and which embraced the language use capable of producing such an effect (Potapenko, 2016, p. 155). Logos is the appeal to the sense and logic of the audience by means of the argument itself (Virtanen & Halmari, 2005, p. 6).

Since political speeches aim at cogency, they feature a wide array of tools that facilitate persuasion. In political discourse rhetorical strategies of persuasion, such as intensification, hedging, and expressing attitude, are employed in the process of building arguments. These three strategies in complex serve for a logical, coherent arrangement of the argumentation in order to reach a certain political goal (Giner, 2017, p. 254).

Intensification involves the strengthening of certain arguments by means of intensifying devices, words, expressions, or clauses, which display the seriousness of speakers' intentions and their devotion to the propositional content of the arguments presented in a speech. It is achieved by such expressions as *by far*, *never*, *obviously*, *I am convinced*, *I am determined*, etc. (Giner, 2017, p. 2564).

Hedging is defined as a softening strategy, which reduces the speaker's commitment to the propositional content of his/her arguments. There can be distinguished three context-dependent types of hedging:

- 1) Hedging to open alternative viewpoints, which allows an alternative reading and understanding of information. Therefore, in political speeches the speaker seeks to show his/her willingness to accept different interpretations of a certain fact. In other words, a politician tries to express his/her stance as one of many possible ones. By the use of expressions such as modal auxiliaries or modal attributes (e.g., *perhaps*, *probably*, *it's likely that*, *maybe*, *possibly*, etc.), the speaker highlights the probability of alternative views (Giner, 2017, p. 257).
- 2) Hedging to restrict the context of commitment, which helps politicians to make the meaning of their arguments relevant and applicable in a particular context. These hedges allow the speaker be precise and exact in order to eschew

ambiguity, and thus, prevent future negations of the argumentation. Such expressions as *in some respects, at least, if, as far as*, etc. aim at restricting the area of the application of a certain context (Giner, 2017, p. 257).

- 3) Hedging for face work, which is determined by the notion of politeness. It aims at minimizing the degree of commitment in respect of the truth-value of the statements of a given speech. This strategy implies that the speaker's statements should be accepted as a mere suggestion and cannot be regarded as an asserted fact. If proved wrong, s/he can claim that the idea was only undecided or approximate, and thus save face (Giner, 2017, p. 258).

Attitude markers convey the speaker's emotional attitude to the propositional content of his/her speech. They are used to show importance, disappointment, agreement, anxiety, or amazement with reference to facts and events described in a given public speech. Their main function is to outline the situation and create a positive image of the politician. It also serves to underpin political arguments and convince the audience of their seriousness and trustworthiness (Giner, 2017, p. 259).

It is necessary to highlight that these persuasive rhetorical strategies mostly function in complex. Thus, both hedging and intensification can express different degrees of argumentation validity depending on the markers used by speakers as well as a particular context. Besides, politicians consider the public approval of the arguments in their speeches, since not all individuals within the same audience express the same degree of agreement with the speech. In addition, while delivering public speeches, politicians often express their attitude to particular facts or current state of affairs adding intensification to its propositional content (Giner, 2017, p. 260).

Overall, since rhetorical strategies do not exist in the argumentation on a standalone basis, political discourse is rich in strengthening and softening strategies that fulfil the purposes of a particular political speech. They function in combination to achieve political goals and hence, to represent a persuasive function of language.

REFERENCE LIST

- Giner, D. (2017). Rhetorical strategies of persuasion in the reasoning of international investment arbitral awards. M. Gotti (Ed.), *Power, Persuasion, and Manipulation* (Vol. 227, 254-263). Bern: Peter Lang AG.
- Halmari, H. (2005). Persuasion across genres: Emerging perspectives. H. Halmari & T. Virtanen (Eds.), *Persuasion across Genres* (Vol. 130, 3-27). Amsterdam: John Benjamins.
- Kennedy, G. (2001). Classical rhetoric. T. Sloane (Ed.), *Encyclopedia of Rhetoric* (Vol. 1, 111-115). Oxford: Oxford University Press.
- Partington A. (2003). *The Linguistics of Political Argument. The spin-doctor and the wolf-pack at the White House*. New York, NY: Routledge.
- Potapenko, S. (2016). Rethinking pathos: Media rhetoric of needs. *Deeds and Days*, 66, 155-166. Retrieved from <https://ejournals.vdu.lt/index.php/d-ir-d/article/view/1280>.

ENGLISH HAIKU AS A DIALOGUE BETWEEN WESTERN AND EASTERN CULTURES

Vladyslav Levera

Kyiv National Linguistic University

The genre of haiku in English as interosculation and complementarity of Anglo-Saxon and Japanese cultures is a result of fusion of their poetical traditions. Western poetry has been continuously enriched by oriental ideas, motifs, poetic forms, and genres. English oriental poetical miniatures, also known as English haiku, tend to combine peculiarities of Japanese and English poetical imagery as well as image-building means and poetic techniques in general (Reichhold, 2000). While poets and critics debate whether the Japanese haiku experience is too exotic to be assimilated by the West, English haiku has inherited from its Japanese ancestor such features as minimalism, single-breath reading, *kigo* (a seasonal word that refers to nature), and the effect of insight (*satori*).

As for the formal features of haiku in English which have been borrowed from oriental haiku, the first that catches the reader's eye is laconism of the verse, or minimalism, – the universal feature of Japanese haiku, which is based on the restricted number of lines (usually 3) and syllables (usually 17). Haiku in Japan was born from the concept of *karumi*, “the feeling of lightness”, developed by Bashō (Panneman, 2015; Rueff, 2013). In many ways, *karumi* is a principle rooted in the “spirit” of haiku, rather than a specific technique. A haiku poem is supposed to be fixed on an unhindered expression of the poet's thoughts or emotions rather than external rules. This does not mean however that the poet disregards structure; the rules of structure are used in a natural manner though – to catch a single moment of interaction with nature (Panneman, 2015). Consequently, haiku's structure is cut to its bare minimum. The brevity of English haiku, determined by the limited number of syllables and lines, is associated with another important feature borrowed from its oriental counterpart – single-breath reading. 17 is the number of syllables that a person is believed to be able to pronounce in one breath. Hence, such minimalistic structure of this poetry helps achieve the effect of lightness, *karumi*, one of the fundamental features of the genre.

The concept of *karumi* has caused the distribution of imagery in English haiku – vivid and simple at the same time. English haiku poets use a range of image-building means to convey their unique experience of interaction with nature. *Kigo*, known as a seasonal word or seasonal referencing, is an integral part of this imagery. The usage of *kigo* is connected with the historical development of Japanese haiku as a verse about nature and denotes a reference to particular season of the year without naming it directly. However, in modern English haiku, a seasonal word is not an obligatory feature because it does not always refer a haiku poem to a specific time of the year, but it should not be ignored either. *Kigo* in English haiku is often a nature-related word or word-combination, and it can serve as an important image-creating tool.

For example, in the poem by Patricia Prime, the word combination “the moon’s rays” refers it to the period of night hence a part of a natural cycle in general, not a particular season. The speaker seems to be suffering from insomnia (“in and out of sleep”):

*in and out of sleep –
the moon’s rays
on the sheet*

Patricia Prime (Kō, 2010, p. 8)

In this haiku the emotion itself is not described, but the event that causes the emotion is depicted. The emotions felt are debatable, but the feeling of the speaker, who is “in and out of sleep,” may be associated with anxiety. Speaking about the number of syllables in the verse, here comes 11 (5–3–3), which makes it obvious that the traditional 5–7–5 syllable pattern can be violated in modern English haiku. It has freed the genre, allowing haiku poets, haijins, to describe their experiences with nature with fewer restrictions, while conveying perfectly the feeling of lightness – the spirit of haiku (Panneman, 2015; Reichhold, 2000).

Haiku cannot exist without insight; the latter is viewed as the most important rule to follow by all haiku poets. Insight is impossible without the emotive moment known as Aha! effect, which allows a person to suddenly cognate something that seemed blunt before. In the haiku by Patricia Prime, the speaker appears to be suffering from insomnia. On the other hand, it might seem that it is not only the speaker who cannot sleep – he keeps waking up and falling asleep. The moon, referred to by the image of “moon’s rays”, could be hiding and then revealing itself out from the dark night clouds, which makes it resemble the speaker. The discovery can remind the reader of the connection between a human being and natural world, which is also at the core of genuine English haiku.

Thus, English haiku builds a bridge between Western and Eastern poetry, by comprising a range of structural and semantic elements borrowed from the East. These features are developing in cooperation with authentic Western features of poetry writing. Through brevity, bright imagery, and insight, English haiku easily conveys the feeling of lightness one discovers when reading such one-breath poetry.

REFERENCES

- Kō. Haiku Magazine in English. (2010). 25(4).
Panneman, K. (2015). Carpe diem haiku writing techniques #8, karumi (lightness). Carpe Diem Haiku Kai. Retrieved from <http://chevrefeuillescarpediem.blogspot.com/2015/02/carpe-diemhaikuwritingtechniques-8.html>.
Papa, T.J. (2014). Poetic videogames: A haiku perspective. Copenhagen: IT University of Copenhagen.
Reichhold, J. (2000). Haiku techniques. Aha Poetry.
Rueff, J. (2013). On writing haiku / How to write haiku / Its history and purpose. Living Apex. Retrieved from <http://www.livingapex.com/on-writing-haiku-how-to-write-haiku-its-history-and-purpose/>.

DER EINFLUSS DES ENGLISCHEN UND DIE ENGLISCHEN DERIVATEN IN DER DEUTSCHEN GEGENWARTSSPRACHE

Andrej Losizkij

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

In unserer stark globalisierten Welt ist der Einfluss der englischen Sprache unstrittig. Die englischen Wörter sind heutzutage überall zu finden, sowie in den Fachbereichen als auch in der Umgangssprache, besonders bei den Jugendlichen. Deshalb ist es wichtig, das Zusammenwirken zwischen dem Deutschen und dem Englischen aus sprachwissenschaftlicher Sicht zu beobachten.

Die englischen Wörter, die ins Deutsche übernommen worden waren, zeugten von dem wachsenden Einfluss der englischsprachigen Länder in der Nachkriegszeit. Obwohl die englischen Entlehnungen für die deutsche Sprache nichts Neues waren, wurde nach dem Zweiten Weltkrieg eine ganz neue Schicht der englischen Wörter übernommen, besonders aus der amerikanischen Variante des Englischen. Dazu zählten die Fachwörter, die Bezeichnungen von verschiedenen kulturellen Richtungen usw. Besonders stark wurde dadurch der jugendliche Slang geprägt (Джава, 2012, S. 31).

In der deutschen Sprache sind viele Anglizismen stark verankert. Die Wörter wie „Job“, „Party“, „Handy“ und „cool“ versteht man ohne Probleme. „Handy“ ist ein besonderes Beispiel des Anglizismus. Obwohl es offensichtlich ein englisches Wort ist, entspricht es dem englischen Wort nicht. Das englische „handy“ ist ein Adjektiv, das ursprünglich „griffbereit“ bedeutet. Im Deutschen wurde dieses Adjektiv substantiviert und im engen Sinne „das Mobiltelefon“ gebraucht. Trotz der mit der englischen Bedeutung übereinstimmenden Motivation ist diese Gebrauchsweise nur dem Deutschen eigen; im Englischen kommt es überhaupt nicht vor.

Der überflüssige Gebrauch der Anglizismen führte zur Entstehung eines Neologismus, nämlich des Wortes „Denglisch“. „Denglisch“ ist eine moderne Erscheinung, und, wie schon gesagt, spiegelt den Einfluss des Englischen wieder. Die Verwendung der englischen Wörter ist ganz üblich in der deutschen Gegenwartssprache. Die Arbeitgeber fordern Englisch, und es ist normal, bei der Arbeit die Fachlexik englischer Herkunft zu benutzen. Andererseits entsteht die Tatsache, dass die herkömmlich deutschen Wörter durch die englischen ersetzt werden, obwohl es schon eine deutsche Entsprechung gibt (wie „leasing“ – die Vermietung, „consulting“ – der Berater, „user“ – der Nutzer, „magazine“ – die Zeitschrift)(Джава, 2012, S. 31-33).

Die englischen Entlehnungen werden schnell eingedeutscht, was zum Gebrauch dieser Wörter in den Derivationsprozessen führt. Die Anglizismen dienen als die Basis für die neuen Ableitungen, die immerhin den Regeln des Deutschen entsprechen (Джава, 2012, S. 33-34). Auf diese Weise entsteht das Verb „chatten“, das von dem Substantiv „Chat“ abgeleitet wird. Zu den englischen Wörtern können auch deutsche Affixe hinzugefügt werden, z.B. zum Verb „mobben“ (aus dem Englischen „Mobbing“) wie „herausmobben“, „wegmobben“ usw.

Die Substantive werden auch durch die Derivation geformt. Die Verben wie „testen“, „downloaden“, „skypen“, „roamen“, „raften“ usw. liegen den Derivaten „Tester“, „Downloader“, „Skyper“, „Roamer“ und „Rafter“ zugrunde. Es ist aber nicht immer deutlich, ob es ein Derivat oder eine Entlehnung ist, da das entsprechende Substantiv schon im Englischen vorhanden sein kann. Es ist anders mit den Derivaten des weiblichen Geschlechts, die mithilfe des Suffixes „-in“ geformt werden, wie „Fundraiser“ – „Fundraiserin“, „Trainer“ – „Trainerin“ usw. (Никитина, 2011, S. 174-175).

Ein anderes Beispiel ist das Suffix „-isierung“ in Verbindung mit der englischen Entlehnung. Mit den Wörtern englischer Herkunft wird dieses Suffix auf dieselbe Weise gebraucht, wie in den Wörtern „Modernisierung“ oder „Industrialisierung“ und auch in Bezug auf die sozial bedeutenden Prozesse in der Gesellschaft. Z.B. das Wort „McDonaldisierung“ (in Bezug auf die Fast-Food-Kette McDonald's) zeugt von der kritischen Stellung des Sprechers zur Rationalisierung und Effizienzsteigerung, die nur zur Unifizierung und Abschaffung der Mannigfaltigkeit und Individualität führt. Die entsprechenden Verben auf „-isieren“ sind aber weniger verbreitet oder existieren einfach nicht (Eventisierung = eventisieren, aber McDonaldisierung ≠ McDonaldisieren) (Никитина, 2011, S. 175-176).

Im Großen und Ganzen ist Englisch für die deutsche Gegenwartssprache und die anderen Sprachen der Welt von großer Bedeutung. Die englischen Entlehnungen sind im Deutschen verbreitet und überall benutzt. Darüber hinaus dienen sie als Basis der neuen Ableitungen, sowohl des verbalen als auch des nominalen Charakters. Man kann die Bedeutung des Englischen nicht unterbewerten, besonders in unserer stark globalisierten Welt.

LITERATUR

- Джава, Н. А. (2012). Вплив англійських запозичень на словниковий склад німецької мови. Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки, 2012. 4(31), 31 – 35.
- Никитина, О. А. (2011). Образование производных слов от основ заимствованных лексических единиц в немецком языке новейшего периода. Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2011. 6(101), 168-176.

GENERAL CHARACTERISTICS OF AGGRESSIVE COMMUNICATION

Lymar A. L.

Київський національний лінгвістичний університет

Modern linguistics pays more and more attention to the study of verbal aggression in various types of discourse. Day-to-day discourse is of special interest: on the one hand, communicants disclose their individual features in it; on the other hand, it most fully reflects the cultural and national specificity of communication (Воронцова, 2012).

When choosing the type of speech behavior the addresser (the speaker) targets one of these three goal sets:

1) to transform the communicative space of the addressee in accordance with his own worldview, beliefs, valuations, etc.;

2) to explicate his own views and valuations without seeking to significantly change the views and valuations of the addressee;

3) to create a common but brand new communicative space for both the addressee and himself. In accordance with the above-mentioned paradigms the main types of speech behavior are designated as aggression, tolerance and politeness (Beatty, McCroskey, 1997).

Aggression as a type of speech behavior is most commonly the subject of sociopsychological studies. Meanwhile, the study of verbal aggression from the perspective of pragmalinguistics is an important factor in optimizing speech communication. From the point of view of the communicative-discursive approach speech aggression is a destructive speech behavior whose parameters are determined by the conditions and conventions of a particular discourse. Regardless of the communication type the addresser's attitude to communicative domination underlies aggressive communication. This type of speech behavior is characterized by a double intention:

1) an expression of a negative attitude towards someone (conditionally it can be designated as an affective vector of verbal aggression);

2) an attitude towards a subject-object nature of communication with an addressee (a pragmatic vector) (Beatty, McCroskey, 1997).

Aggressive communication can be studied through the speech act theory. The aggressive communication is not always performed with the real aggression. The speech act can convey implicit meaning. Let's for example take a sentence:

E.g. *'Are you still here?'*

There is the implication in this question. The person who asks doesn't need an answer from the hearer but the intention is to make the person go. So the aggression stays implicit here.

- In the structure of a communicative act aggressive statements can act both as replicas-actions and as replicas-reactions.
- One of the leading verbalized tactics is emphasizing age inequality. This tactic can be implemented both implicitly and explicitly
- Language markers for implementation of aggressive tactics are most often the use of negative evaluative vocabulary and rhetorical questions and exclamations. Speech aggression can also be implemented with help of a zero marker - silence. Silence of the subject of aggression is intentional. It is a deliberate choice of an addresser in order to realize his communicative goal. The aggressor most often implements tactics of ignoring, demonstrating resentment and denial of the right to speech.
- Silence as a response to aggression may not be an addressee's own communicative strategy. It means that silence in this case may not fulfill the addressee's communicative goal. This type of silence is designated as non-intentional and forced; it has a protective function. The nature of such silence is

emphasized by special non-verbal means and hyper-negative emotional background. An addressee may lose control not only over his speech actions, but over his nonverbal actions as well (fuss, tears, hands trembling, etc.) (Beatty, Mccroskey, 1997).

LITERATURE

- Воронцова, Т. А. (2012). *Речевая агрессия, толерантность, вежливость*. Москва: Издательство Московского ун-та.
- Beatty, M. J., Mccroskey, J. C. (1997). *It's in Our Nature: Verbal Aggressiveness As Temperamental Expression*. *Communication Quarterly*. Vol. 45, № 4, pp. 446-460. Access mode: www.tandfonline.com/toc/rcqu20/current

CULTURE PECULIARITIES IN MARKETING

Lysenko A.S.

Kyiv National Linguistic University

Notions about cultural differences are often the basis for international marketing communications as well as global brand management strategies. Indeed, the perceived importance of cultural issues has been increasing, fuelled by new technologies that allow marketers to reach consumers across country boundaries. Marketers are spending increasing amounts of time and effort trying to understand subtle cultural differences. To develop a successful marketing strategy, an organization must take into consideration the cultural influences of the society where a new product is being introduced. People make decisions about consumption of products based on such cultural influences: values, symbols, rituals, thought processes.

Values of a society dictate what is acceptable and unacceptable behaviour. Some countries, such as the United States, are more individualistic, with citizens making purchasing decisions based on personal preferences. In other countries, such as Japan, people tend to make purchasing decisions based on the welfare of a group, such as the family. The way this plays out in marketing strategies is that ads focused on individuals do better in individualistic countries while group advertising works better in countries with collective group values. Symbols in relation to cultural influences refers to language, both spoken and unspoken. Language is a symbol of cultural pride.

A marketer would need to conform advertising in such a country into language symbols acceptable to the population of that particular country. Other forms of culture symbols include folklore, drama, dance and music. Rituals are patterns of behaviours that are learned and repeated. Rituals play an important role in marketing strategies. They focus on consumers' everyday interactions and how these interactions will play into the promotion and selling of a product or service. Thought processes may vary among different cultures. This could affect the way a marketing strategy is perceived. People who are part of one culture may take in the whole picture in an advertisement and be able to report specific details of what they have seen, even in the background; those of another culture may only see and identify with the central

figure and ignore background items altogether. This would affect the way a marketer presents his message based on cultural thought processes.

For a message to be effective, marketers must understand not only how to tailor a message to a particular culture but when such cultural-values-based messages are most effective. For example, the research, described below, suggests that marketing communications that hinge on culture-specific values might work best when advertisements draw brief, focused attention (e.g., online banner ads, roadside billboards).

This is a complex and under-examined issue recently explored by Donnel Briley of the University of Sydney and Jennifer Aaker, the General Atlantic Professor of Marketing at Stanford GSB. Four experiments found that culture-based differences show up when information is processed in a cursory and spontaneous manner. When you had the time to deliberate more – by examining information on the web, for instance – attempts by advertisers to rely on cultural factors tended not to be as successful.

So what determines whether culture matters? A key factor is the extent to which you draw upon cultural versus personal knowledge when making purchasing decisions. General cultural knowledge includes implicit theories about the world we live in that are largely shared by the members of our society. In addition to this shared set of ideas, we also have personal knowledge that can conflict with accepted, culturally derived practices. When pressured to form a quick judgment, we generally rely on cultural norms as a *default*. When making a thoughtful deliberation, we're more likely to engage in an internal debate, and waver.

Consumer decisions are as much about 'heart' as it is 'mind' and culture is where the heart lives, breathes and grows. "Marketers must shift their mindset about culture," says Forbes contributor Denise Lee Yohn. They must pay attention to "both the latest trends and the deeper, abiding values that change more slowly." Then, they should ensure that their marketing messages are authentic and accurately reflect cultural traditions and norms.

The world is still a mosaic of cultures and it is not likely to change anytime soon. People still risk fines, hefty fines, in order to bring back unique foods, spices, plants and drinks from their home country. Culture is still a strong internal drive, maybe even instinctual on some level, and to engage with consumers on a meaningful level, culture cannot be ignored in marketing.

In conclusion, our tastes and preferences are shaped by different cultural influences, like the language, thought process, religion, values, and habits from our countries of origin. Understanding the cultural behaviours and attitudes of potential clients helps businesses market their products and services in relevant and effective ways. Companies and organizations should develop a thorough understanding of diverse cultures to succeed in business.

LITERATURE

Hunt, J. *Cultural Influences on Marketing Strategies*. Retrieved from <http://smallbusiness.chron.com/cultural-influences-marketing-strategies-26121.html>

- LaPlante, A. (2005). *When Does Culture Matter in Marketing?* Retrieved from <https://www.gsb.stanford.edu/insights/when-does-culture-matter-marketing>
- Vachet, V. (2015). *Culture and Diversity: Does it matter when it comes to marketing?* Retrieved from <http://quoteendquote.ca/culture-and-diversity-does-it-matter-when-it-comes-to-marketing/>

THE USE OF NEOLOGISMS IN MODERN BRITISH NEWSPAPERS

Kateryna Lysenko

Kyiv National Linguistic University

Neologisms determine innovations in almost every language. They have been given different definitions. According to Peter Newmark (1988) neologisms are “newly come or existing lexical units that acquire a new sense” (p. 140). Oxford Dictionary of English (2018) provides a further definition of these units: “a neologism is a newly coined word or expression”. Thus, a *neologism* is a word, a term, or a phrase that has been recently coined (or created), usually with the aim of describing new concepts, synthesizing pre-existing ones, and making outdated terminology more contemporary.

Mass media including newspapers, magazines, television, and radio are the means of spreading large amounts of information. As such, mass media influence the English language enormously. Therefore, newspapers and broadcasting need to be mentioned as one of the principal sources of neologisms because they are aimed at reporting things as they occur. Thus, they are often in need of new terms to describe recent events, ideas, and inventions.

The main source of neologisms is the use of productive means and patterns of word-formation. Bauer (2002) states that productivity is the central property of language which allows native speakers to produce a huge quantity of words (p. 62). Hence, the greater the number of neologisms, the higher the productivity in language. There are four main principles of productive word-formation in the English language:

1. **Blending** is a word formation process characterized by combining two or (rarely) more words into one. Though not highly productive in the General English, it abounds in the language of journalism and mass-media. For instance, *babelicious* – an extremely attractive girl: babe + delicious “...when he returns a lost iPhone belonging to the unfeasibly **babelicious** passenger Molly...” (The Guardian, 2010). *Frenemy* – a person who is a friend even though there is an underlying dislike or rivalry in the relationship: friend + enemy “Modern tribes: The Westminster **frenemy**” (The Guardian, 2016).
2. **Clipping** – a process when a word of at least two syllables is shortened. For instance, *Becks* (Beckham): “Posh and **Becks** have the right idea” (The Telegraph, 2013). Situation comedy – sitcom “**Sitcoms** seem stuck in the 70s” (The Guardian, 2018). *Blogger* (weblogger): “As an interior designer as well as a fashion **blogger**, she’s got a real eye for beauty in everyday things and an effortless sense of style with a true fashion edge” (The Telegraph, 2016).

3. **Back formation** – dropping of affixes to form a new part of speech. For instance, *babysitter* (n.) – to *babysit* (v.) “Student stunned when hero professor offers to **babysit** son during lecture”. (The Telegraph, 2017). *Television* (n.) – to *televise* (v.) “The 150th Oxford versus Cambridge race next month will be the last to **be televised** by the corporation”. (The Telegraph, 2004).
4. **Abbreviations** – is a shortened form of a word or phrase. For instance, *ICO* – Initial Coin Offering: “**ICOs** are essentially crowdfunding campaigns for cryptocurrency startups – and could make some people a lot of” (The Guardian, 2017). *SEO* – Search Engine Optimization “First of all, **SEO** is a marketing discipline that predominantly focuses on growing reach in organic search.” (The Telegraph, 2017).

Neologisms are created daily, so their number is growing fast in almost every language. It is necessary to observe how new words are created through the linguistic process of word-formation and to identify the structural-semantic patterns the newly-coined words follow as well as the patterns of their occurrence.

REFERENCES

- Bauer, L. (2002). *English Word-Formation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Newmark, P. (1988). *A Textbook of Translation*. New York: Prentice-Hall International.
- Plag, I. (2005). *Word-Formation in English*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Oxford Dictionary of English* (2018). Oxford: Oxford University Press.
- Yule, G. (2010). *The Study of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.

AXIOLOGICAL EVALUATION AS A CONSTITUENT OF LEXICAL MEANING AND ITS DIRECTIONALITY IN QUALIFYING OBJECTS AND PHENOMENA IN RUDYARD KIPLING’S POETRY

Yu.S. Makarova

Kyiv National Linguistic University

Words are one of the best means to give us insight into human knowledge and conceptual vision of the world. Word meaning is made up of various components, the combination and interrelation of which determine the inner facet of the word (Ginzburg, Khidekel, Knyazeva, Sankin, 1979). Iryna Arnold (2012) defines lexical meaning of a word as the realization of a concept by means of a certain language system, accompanied by the emotional and stylistic colouring of the word and additional characteristics that reflect concomitant notions. However, the scholar admits that this definition is approximate because of the complexity of the relations between the word meaning and the concept (Арнольд, 2012).

Lexical meaning has denotational and connotational aspects. Denotative meaning establishes correlation between the name and the object, phenomenon, process, or characteristic feature of reality which is denoted by the given word. It is through the denotational aspect of meaning that the bulk of information is conveyed. Connotative meaning is peripheral, non-stable, it includes stylistic reference and

emotive charge. The expressive function of language (the speaker's feelings) and its pragmatic function (the effect upon listeners) are rendered in connotations. Unlike denotations or significations, connotations are additional, or optional. It can be something suggested or implied by a word or thing, rather than being explicitly named or described (Murphy, 2010).

The evaluative component of lexical meaning of a word is generally perceived as one expressing a positive or negative evaluation. The markers of "good" and "bad" serve as a reference point during the evaluative qualification of an object. Evaluation is the speaker's objective or subjective attitude to a certain object, which is explicitly or implicitly expressed by language means (Хидекель, Кошель, 1981).

As an anthropocentric category, evaluation depends on the system of norms and principles of a language community and is inseparable from the national specifics of the perception of the world by language speakers. Evaluation is characterized by a number of criteria, which are reflected in national culture and which gain a particular value expressed in the language in its evaluative thesaurus (Вольф, 1985).

Another important feature of evaluation is its dependence upon subjective and objective factors. A subjective factor shows itself when a person expresses his/her attitude towards the object of evaluation. An objective, or descriptive, factor works just because the object of evaluation possesses particular qualities and characteristics. In this case, the object is evaluated on the basis of these qualities (Вольф, 1985).

Evaluation has a definite structure, with its obligatory and optional components. Mandatory constituents include the subject and the object of evaluation, the subject-matter, the invariant of categorial meaning, the directivity, and the evaluative grounding. Optional components of evaluation may include motivations, classifiers, various means of intensification and evaluative operators (Вольф, 1985).

The speaker is a crucial notion of the evaluative thesaurus and its invariant kernel. The majority of lexical units with evaluative meaning are speaker-oriented. The distribution of words on the axiological scale is connected with the so-called axiological principle, according to which the degree of evaluative saturation depends on the human factor (Byessonova).

Rudyard Kipling, being a master of depicting a person's positive or negative evaluation of various phenomena, was one of the most popular writers in the United Kingdom, in both prose and verse, in the late 19th and early 20th centuries. Kipling's approach to his poetry was different from that of his contemporaries because he aimed for an audience other than the literary elite. R. Kipling's poetry, in contrast, focuses on common people, the active people, whose raw manner of dealing with the world interested him very much. Soldiers, as the frequent vanguard of the British Empire and the products of the laboring classes, and laborers themselves were often subjects of the poet's verses. Kipling's deep understanding of the situation in the country made his language strikingly poignant. It is sometimes coarse, harsh, and elemental. Accordingly, in his poems, the surrounding world, the society with its norms and principles are evaluated from the point of view of common people. Thus, elitism had much to do with negative responses to Kipling. Even though he was a conservative with some Victorian notions of poetry, Kipling was ahead of his time (Collected Poems of Rudyard Kipling, 2001).

That is why Rudyard Kipling's poetic legacy requires further scrutiny in terms of implied meanings enciphered in lexical units. We believe that investigation into the structure of Kipling's vocabulary will help us better understand the nature of his vision of the world he masterfully shares with the reader.

LITERATURE

- Арнольд, И.В. (2012). *Лексикология современного английского языка*, 2-е изд., перераб. Москва: ФЛИНТА: Наука.
- Вольф, Е.М. (1985). *Функциональная семантика оценки (на материале португальского языка)*. Москва: Наука.
- Хидекель, С.С., Кошель, Г.Г. (1981). Оценочный компонент лексического значения слова. *Иностранные языки в школе*, 4, 11-16.
- Byessonova, O. Reconstruction of value concepts in the language model of the world. M. Ferenčík, K. Bednárová-Gibová (Eds.). *Language, Literature and Culture in a Changing Transatlantic World II*. Retrieved from <https://www.pulib.sk/web/kniznica/elpub/dokument/Ferencik3>
- Collected Poems of Rudyard Kipling*. (2001). With Introduction and notes by R.T. Jones. With Introduction by George Orwell. London: Wordsworth Poetry Library.
- Ginzburg, R.S., Khidekel, S.S., Knyazeva, G.Yu., Sankin, A.A. (1979). *A Course in Modern English Lexicology*, 2nd edition. Moscow: VYSSAJA ŠKOLA.
- Murphy, M.L. (2010). *Lexical Meaning*. Cambridge: Cambridge University Press.

MERKMALE DES DEUTSCHEN POLITISCHEN DISKURSES

Marchenko V.O.

Nationale linguistische Universität Kyjiw

Politiker und Parteien versuchen mit Sprache zu überzeugen, eigene Anhänger zu mobilisieren oder den Gegner anzugreifen. Manchmal sollen Worte aber auch schlichten oder das eigene Image pflegen. Die Funktionen politischer Sprache sind zahlreich. Eine bewusste Wortwahl und Argumentationsstrategie spielen daher eine große Rolle.

Politischer Diskurs stellt dank seiner Vielfältigkeit ein weites Forschungsfeld dar, das aus verschiedenen Gesichtspunkten betrachtet werden kann, denn selbst der Begriff „politischer Diskurs“ hat, wie wir sehen werden, eine breite Bedeutung. Dieser Diskurstyp hat durch Entwicklung und Verbreitung von Massenmedien an Wichtigkeit zugenommen; und gerade dadurch hat sich seine Funktion verändert: früher war er nur für Zuhörer bestimmt, die anwesend waren, zum Redner unmittelbaren Kontakt aufrechterhielten und gleich reagieren konnten. Etwa seit dem 20. Jahrhundert wird der Diskurs jedoch durch Medien übertragen und daher ist er für eine breitere Zuhörerschaft bestimmt. Im Fall des politischen Diskurses hat diese Tatsache eine wesentliche Änderung mit sich gebracht: der Redner muss auch dieses implizite Auditorium in Betracht ziehen und damit auch seinen Diskurs entsprechend modifizieren.

Einer der möglichen Diskurstypen ist der politische Diskurs, der in den Kommunikationsbereich „Politik“ (aus dem griech. 'polis' - 'Stadt') gehört. Die Untrennbarkeit der Sprache und des Diskurses, bzw. der Politik, liegt auf der Hand, denn die Sprache ist ein Mittel des Denkens auch für denjenigen, der politisch denkt und handelt (Sowinski,1983). Die Arbeit der Politiker besteht also größtenteils in der Beschäftigung mit der Sprache, denn, wie Greiffenhagen bemerkt, „das Leben des Politikers ist reden, schreiben, lesen: Umgang mit dem Wort. Dabei bewegt sich der Politiker in den verschiedenen Sprachfeldern, Sprachebenen und Sprachstilen.“ Aus dieser Behauptung ergibt sich dann, dass der politische Diskurs eine komplexe textübergreifende Einheit ist, eine Form des politischen Sprachhandelns, das sich zum Ziel setzt, Macht zu gewinnen (und/oder zu erhalten) oder Handlungsdispositionen zu verändern. Um diese Ziele zu erreichen, werden Strategien aller Art ausgenutzt (Burkhardt,2003). Eine wichtige Rolle spielen Massenmedien, die im 20. Jahrhundert die Rolle der Politiker verändert haben, denn ein Politiker kann sich mit deren Hilfe nicht mehr nur an die anwesenden Hörer, sondern auch an eine breite Öffentlichkeit wenden. Deshalb ist es im politischen Diskurs zu einigen Veränderungen gekommen: eine bedeutende Rolle spielen hier die Sympathien der Öffentlichkeit (der Wähler) und die daraus folgenden Bemühungen, politische Gegner zu diskreditieren. Auch diese Tatsache hat zur Entstehung einer neuen linguistischen Disziplin – der Politolinguistik – beigetragen, die die Sprache im Kommunikationsbereich Politik aus allen Gesichtspunkten analysiert (Burkhardt,2003)

Diskurs meint – allgemein gesprochen – Texte und/oder Gespräche, die ein gemeinsames Diskursthema haben (z.B. Bundeswehreinsätze im Ausland, gerechte Steuerpolitik) und von daher als ein aufeinander verweisendes und als ein zusammengehörendes Text- und Gesprächsnetz zu einem Thema zu verstehen sind. Dabei gilt es zum Zwecke einer Diskursanalyse politischer Sprache verschiedene Betrachtungsebenen zu unterscheiden, wie die folgenden Beispiele illustrieren.

Wenn wir hier von politisch angemessener Ausdrucksweise in Diskursen sprechen, so dürfen wir den Blickwinkel nicht auf die Wortebene verengen, sondern müssen auch Mehrwortverbindungen (z.B. Freiheit statt Sozialismus oder Gerechtigkeit vor Bonzenwohlstand) bis hin zu Sätzen und Texten in Augenschein nehmen. Die politischen Akteure im engeren, aber auch die Staatsbürger als Politakteure im weiteren Sinne nehmen an politischen Diskursen teil, wenn sie politisches Handeln auch als ein sprachliches Handeln oder besser gesagt als ein "Handeln mit sprachlichen Mitteln" verstehen. Diskurs meint – allgemein gesprochen – Texte oder Gespräche, die ein gemeinsames Diskursthema haben (z.B. Bundeswehreinsätze im Ausland, gerechte Steuerpolitik) und von daher als ein aufeinander verweisendes und als ein zusammengehörendes Text- und Gesprächsnetz zu einem Thema zu verstehen sind (Sowinski,1983). Dabei gilt es zum Zwecke einer Diskursanalyse politischer Sprache verschiedene Betrachtungsebenen zu unterscheiden, wie die folgenden Beispiele illustrieren.

Auf der Wortebene ist zwischen Schlüssel-, Fahnen- und Stigma-Wörtern zu differenzieren (Girnth, 2015).

Schlüsselwörter (Leitvokabeln) sind häufig vorkommende Ausdrücke, die in besonders verdichteter Weise einen komplexen Zusammenhang in einem Wort zusammenfassen (z.B. Nachhaltigkeit, Umweltverträglichkeit, Stabilität).

Fahnenwörter sind Ausdrücke mit besonders integrierendem und werbewirksamem Charakter, die von politischen Akteuren benutzt werden, um für positiv eingeschätzte Sachverhalte, Ideen oder Haltungen möglichst viele Anhänger zu gewinnen (z.B. Freiheit, Bildungschancen, sichere Zukunft, Friede, soziale Gerechtigkeit, Wohlstandssicherung).

Dahingegen werden **Stigmawörter** eingesetzt, um die politische Ansicht oder das Handeln des politisch Andersdenkenden durch pejorative Bezeichnungen abzuwerten und damit die eigene politische Gruppierung aufzuwerten. Hierfür wird das Gegenteil der abgewerteten Haltung – also die positive Entsprechung – der eigenen Gruppe zugeschrieben. So impliziert der Ausdruck Politik der sozialen Kälte als Zuschreibung für den politischen Gegner, dass die eigene politische Gruppierung für ein sozialverträgliches Miteinander einsteht. Weitere Sprachbeispiele sind: Seilschaften, leistungsfeindliche Politik, Politik auf dem Rücken sozial Schwacher, Klientelpolitik.

LITERATURVERZEICHNIS

Burkhardt, A. (2003): Das Parlament und seine Sprache. Studien zur Theorie und Geschichte parlamentarischer Kommunikation, Niemeyer, Tübingen.

Girnth, Heiko (2015): Sprache und Sprachverwendung in der Politik : Eine Einführung in die linguistische Analyse öffentlich-politischer Kommunikation.

Sowinski, B. (1983): Textlinguistik. Eine Einführung, W. Kohlhammer, Stuttgart.

THE HYBRID CONCEPT OF *HAPPINESS* IN ERIC WEINER'S "GEOGRAPHY OF BLISS"

Liliia Markevych

Kyiv National Linguistic University

It appears that no one has ever been able to provide a unique explanation of what happiness is, as well as what its ingredients are. Similar situation is observed with academic attempts to reveal the nature of happiness, which is, presumably, caused by its versatility. Generally, the phenomenon of happiness is viewed through a multidisciplinary lens, i.e. psychology, philosophy, sociology, history, and, no doubt, linguistics. Particularly, numerous works focus on the specificity of *HAPPINESS* actualization in various discourses. It is argued that structurally the concept of *HAPPINESS* comprises intellectual, axiological, evaluative, and emotional facets (Воркачев, 2001, с. 49). Zoltan Kövecses (2015), speculating on the concept of *HAPPINESS*, refers to "the three prototypes: "happiness as an immediate response", "happiness as a value", and "happiness as being glad" (p. 162).

This paper suggests that the concept of *HAPPINESS* is of a *hybrid* nature. According to Merriam Webster Dictionary (2003), a *hybrid* is something heterogeneous in origin or composition; or something that has two different types of components performing essentially the same function. Therefore, there is no room for

denying a heterogeneous nature of HAPPINESS. Judging by the data gathered by cognitive scholars, as well as by the dictionary entry, HAPPINESS is a multicomponential entity, whose essence lies in the congruous amalgam of its elements.

In Eric Weiner's "Geography of Bliss" (2008), which is the empirical basis of this research, the concept of HAPPINESS unambiguously manifests its hybrid, multidisciplinary, and multifaceted character. "Geography of Bliss" is construed as a journalistic survey, philosophical essay, psychological narrative, and "leap of imagination". Consequently, the discourse of "Geography of Bliss" blends the features of journalistic, academic, psychological, as well as literary discourse.

Moreover, every single chapter in this book is presented as a precious collection of possible explications of HAPPINESS. Besides, the study reveals that in "Geography of Bliss" conceptualization of HAPPINESS is heterogeneous. In particular, HAPPINESS is conceptualized paradoxically (conceptual oxymoron: HAPPINESS vs. FAILURE) and metaphorically (conceptual metaphors: HAPPINESS IS LANGUAGE, HAPPINESS IS COMMUNITY).

In the "Happiness is Failure" chapter a country inspected – Iceland – ranks high on the list of the happiest countries. It encompasses a number of astounding and to some extent extraordinary manifestations of HAPPINESS. So, let us closely examine some manifestations of the concept under analysis. The most vivid verbal explicators of the concept are *failure*, *language*, and *sense of community*.

"HAPPINESS IS FAILURE". This metaphorical overture grounded on paradox is placed straight after the title. It cannot but strike as novel, unusual, and stereotypes destroying. As proceeds from the following lines, Icelanders "cherish" *failure*. What is more significant – they revel with paradoxical in it. For Icelanders it is trying that counts. Noticeably, all but every failure turns into an impetus encouraging them to pursuing happiness: "*in these stories [American] failure serves merely to sweeten the taste of success. It's the appetizer. For Icelanders, though, failure is the main course*". "*A pinch of self-delusion, an important ingredient, happiness recipe*." The use of terms pertaining to cookery is rather conspicuous. There are good reasons of the author's choice: food normally triggers pleasant feelings if not blissful. Thus, to soften a potentially negative state of mind arising from failures, it is rendered with reference to food: "*burger-and-fries combo is the Happy Meal, not the Worthwhile Meal or the Existential Meal*", "*to swallow happiness*".

"HAPPINESS IS LANGUAGE". Eric Weiner unveils one more significant component making Icelanders utterly happy – their *language*. They celebrate it, draw inspiration from it, they are proud of it, they identify themselves with it. Owing to this fact, readers should not be surprised that language constitutes such a great deal of Icelandic happiness: "*Can language make us happy, "words can elicit instant joy."*, "*...language is an immense source of joy*". The container metaphor LANGUAGE IS A SOURCE OF JOY, actualized in verbal metaphors enhanced by a rhetorical question, prettifies the canvas of the text and testifies to its significance. *Language* and its executives – *words* – are personified, imparted with a particular power to elicit not only *joy / happiness*, but also grief and other negative emotions, which witnesses the fact of paradoxical conceptualization of *happiness*: "*express your despair*".

eloquently”, *“mere words nurture happiness.”* Furthermore, disposition for happiness is deeply entrenched in the Icelandic linguistic worldview. For instance, it is manifested in the form of greeting: *komdusaell – come happy*.

"HAPPINESS IS COMMUNITY". As far as community is concerned, cooperation greatly contributes to the degree of happiness. Icelanders are portrayed as a bundle of nordic people whose happiness secret lies in the "Get-Along-or-Die-Theory": *“cooperation is mandatory”*, *“We humans need one another, so we cooperate...”*, *“it makes us feel good”*, *“There is a word for this: love”*. Recurrence in the usage of a personal pronoun *“we”* and reciprocal pronoun *“one another”* is not a coincidence. They are employed here on the author's deliberate design to underpin the idea of unity.

All the arguments considered there is every reason to claim the hybrid nature of the concept of HAPPINESS. Its every element proves to possess heterogeneous properties. Nonetheless, three main verbal cornerstones (*failure, language, community*), liable for *Icelandic happiness*, are to be regarded as complementary.

REFERENCES

- Merriam-Webster's Dictionary*. (2003). (11th ed.). Springfield, MA: Merriam-Webster.
- Kövecses, Z. (2015). *Where Metaphors Come From: Reconsidering Context in Metaphor*. Oxford: Oxford University Press.
- Воркачев, С. (2001). *Концепт счастья: понятийный и образный компоненты*
Взято з: http://lincon.narod.ru/happ_comps.htm

ILLUSTRATION MATERIAL

- Weiner, E. (2008). *The Geography of Bliss*. New York, NY: Grand Central Publishing.

LOS RASGOS ESTRUCTURALES Y SEMÁNTICOS DE LAS UNIDADES FRASEOLÓGICAS CON EL COMPONENTE DEL COLOR EN LOS TEXTOS PUBLICITARIOS

Markóvych J. I.

Universidad nacional lingüística de Kyiv

La fraseología es una disciplina especial de la lingüística que estudia la combinación de las palabras o términos en la realización de una lengua (Corpas Pastor, 1996, p. 10).

La fraseología representa un campo muy específico en cada lengua porque capta cierta experiencia animada y la sabiduría de las generaciones anteriores. El uso de las unidades fraseológicas revela expresiones, posturas y comportamiento de los hablantes que las utilizan.

Además, las unidades fraseológicas representan base de cada lengua y su uso adecuado, expresa el nivel de lograr el conocimiento de la lengua (Ruiz Gurillo, 2001, p. 6).

El estudiante o alumno extranjero que aprende la lengua española no siempre sabe distinguir las expresiones que son correctas de las que no lo son, porque no siempre se da cuenta de la corrección o incorrección de uso de este tipo de enlaces sintagmáticos. Esta situación se debe a las múltiples diferencias que hay entre el sistema lingüístico español y los sistemas lingüísticos de otras lenguas.

Las expresiones coloquiales, dichos y modismos se usan no sólo en el lenguaje popular, sino, sobre todo, en el lenguaje corriente con el predominio del diálogo; naturalmente también se emplean en la narración de anécdotas u otros pequeños relatos, más bien de carácter satírico, es decir, en el lenguaje cotidiano y natural que evidentemente es un lenguaje estrictamente realista. Este trabajo se dedica especialmente a los textos publicitarios que usan fraseologismos con el componente del color.

No cabe duda de que los modismos, giros o frases hechas permiten construir los relatos y textos más atractivos y que el lenguaje así se relaciona profundamente con el costumbrismo (Corpas Pastor, 1996, p. 56).

El habla popular es un océano de expresiones diferentes. Su tipología es abundante: dichos, giros, modismos, refranes, locuciones, frases hechas, expresiones comparativas, aforismos. Y sin todos estos medios no podemos imaginar el lenguaje abundante y hermoso (Ruiz Gurillo, 2001, p. 43).

Es evidente que las expresiones fraseológicas o modismos constituyen un material muy importante de construcción de las frases, oraciones y otros actos comunicativos y desempeñan la función denotativa del idioma. Esa función se encierra en el contenido del acto del habla y es muy importante desde el punto de vista semántico. En cambio, la función cumulativa del idioma le permite recoger, acumular y memorizar experiencias y tradiciones de una nación determinada y de esta manera reflejar sus condiciones históricas y culturales del pasado.

Los fraseologismos desempeñan también una función estilística puesto que el conocimiento de este tipo de junturas léxicas, su comprensión y capacidad de uso práctico ayuda a crear pensamientos y diferentes actos comunicativos influyendo considerablemente en su forma estilística (Corpas Pastor, 1996, p. 125).

El registro de giros y modismos no sólo permite sacar a relucir diferentes maneras de expresión coloquial, sino investigar sus sentidos figurados.

Como componente de la unidad fraseológica, el color juega un papel muy importante en el sistema de la lengua y la cultura, lo que contribuye a la identificación de las particularidades nacionales y culturales de la población española.

Las raíces españolas de los fraseologismos, que tienen en su composición el componente del color, enraízan en el pasado de la gente étnica, en las asociaciones, cuales el color causaba y en los símbolos. Se puede hablar del simbolismo del color de los fraseologismos, su conexión profunda con las diversas capas de la conciencia humana y la vida sociocultural.

Sin embargo, no siempre es posible establecer las fuentes de los fraseologismos con el componente del color y descifrar su significado. Es evidente que sólo un análisis etimológico minucioso permite revelar la asociación del color a que se base el fraseologismo.

Este trabajo se dedica a los fraseologismos con el componente del color en los textos publicitarios. En la lengua española existen muchas unidades fraseológicas de este tipo. Estas frases hechas tienen las fuentes históricas, culturales, sociales y por eso tienen valor específico.

La actualidad del tema se ve relacionada a la idea de que los fraseologismos y refranes deben enseñarse y aprenderse, ya que su uso práctico desempeña un papel importante para la comunicación.

La fraseología es un campo de investigación de muchos científicos. A. Zuluaga, E. Coseriu, G. Corpas Pastor, L. Ruiz Gurillo o M. Seco estudiaban esta sección de la lingüística. Mucho interés tienen sus clasificaciones.

El estudio de las representaciones del color en el idioma pertenece a tales investigadores como V. Turner, B. Berlin y P. Kay, R. M. Frumkina, M. A. Borodina, V. G. Gak.

LITERATURA

Corpas Pastor, G. (1996). *Manual de fraseología española*. Madrid, España: Gredos.
Ruiz Gurillo, L. (2001). *Las locuciones en español actual*. Madrid, España: Arco Libros.

POLYSEMIE UND HOMONYMIE ALS ERSCHEINUNGSFORMEN DER ASYMMETRIE DES SPRACHLICHEN ZEICHENS

O. V. Maruntschak

Nationale Linguistische Universität Kyjiv

Die Natur des Wortzeichens ist eine komplizierte Frage und bis heute streitet man darüber und man ist nicht einig. Am meisten ist die bilaterale Auffassung des Wortzeichens verbreitet. Das Wort ist ein bilaterales Zeichen, die Einheit der Form (der Lautfolge) und der Bedeutung.

Neben der Bilateralität verfügt ein sprachliches Zeichen über die anderen Merkmale, sowie Arbitrarität (Willkürlichkeit), Konventionalität, Assoziativität und Asymmetrie.

Asymmetrie bedeutet, dass die Komponente „Form“ und die Komponente „Inhalt“ nicht in einem 1:1 Verhältnis stehen müssen. Zwischen den beiden Seiten entsteht keine Kongruenz (Helbig, 1990, S. 41). Diesen Prinzip der Asymmetrie des sprachlichen Zeichens (das Prinzip des asymmetrischen Dualismus) hat der russische Linguist Sergei Karzewski, Nachfolger von F. de Saussur formuliert.

Infolgedessen existieren in der Linguistik solche Begriffe wie Polysemie und Homonymie, z. B. im Falle der Polysemie sind einer Zeichenform mehrere Zeicheninhalte zugeordnet. Im Falle der Synonymie hingegen ist es umgekehrt.

Unter „Polysemie“ oder „Mehrdeutigkeit“ versteht man die Fähigkeit eines Wortes mehrere miteinander verbundene Bedeutungen zu haben. Mehrdeutige oder polyseme Wörter sind innerhalb des Bedeutungsgefüges strukturiert. Den Kern eines polysemen Wortes bildet die direkte Bedeutung. Sie wird als Hauptbedeutung bezeichnet. Ein wesentliches Merkmal der Hauptbedeutung ist, dass diese Bedeutung

auch bei isolierter Nennung des Wortes im Bewusstsein der meisten Angehörigen der Sprachgemeinschaft zuerst auftaucht. Die abgeleiteten (oder die übertragenen) Bedeutungen heißen Nebenbedeutungen.

Die Polysemie gilt allgemein als semantische Universalie, als zentrale Eigenschaft lexikalischer Spracheinheiten und als struktureller Grundzug der Sprache als System. Auf der Textebene erfolgt die Monosemierung der polysemen Wörter in entsprechenden Kontexten, wodurch die Kommunikation gesichert wird (Степанова, & Чернышева, 1986, S. 20-22).

Wenn der Zusammenhang der verschiedenen Bedeutungen mit der Hauptbedeutung des Wortes verlorenght, verselbständigt sich die betreffende lexikalisch-semantische Variante: es entsteht ein neues Wort mit einem eigenen, selbständigen Begriffskern, ein Homonym.

Die Homonyme (grch. homos – „gleich“, onoma – „Name“) sind Wörter mit gleichem Lautkörper und verschiedenen Bedeutungen, zwischen denen kein Zusammenhang besteht.

Es gibt zwei Hauptwege der Bildung von Homonymen:

- 1) der Zerfall der Polysemie;
- 2) die zufällige Übereinstimmung des Lautkomplexes verschiedener Wörter oder ihrer Formen.

Der Zerfall der Polysemie, d.h. der Abbruch der Verbindung zwischen lexikalisch-semantischen Varianten eines Wortes führte zur Entstehung einer großen Anzahl von Homonymen, z. B.: *das Schild - die Schilder* (вивіска) und *der Schild - die Schilde* (щит).

Der Schild des Ritters war gleichzeitig sein Emblem, da darauf sein Wappen dargestellt war (abgebildet war). Ein ebensolches Emblem war das Schild des Handwerkers: beim Schuster – ein Schuh, beim Bäcker – eine Semmel usw. Dann wurde die Bezeichnung des Ritterschildes auf das Schild des Handwerkers übertragen. Zuerst entstanden 2 lexikalisch-semantische Varianten eines Wortes, später – zwei selbständige Wörter mit verschiedenen grammatischen Formen.

Homonyme können infolge phonetischer Prozesse entstehen, wenn die Wörter verschiedenen Ursprungs infolge des Lautwandels zufällig gleichlauten:

der Ball (ahd. balla) – verwand mit lateinischem Wort follis (м'яч) – der Ball – vom franz. ball (бал); die Saite (mhd. seite (струна) – die Seite (mhd. site (сторона); das Reis (mhd. ris (гілка) – der Reis – vom italienischen riso (рис).

Die Homonymie führt oft zum Wortschwund. Eines der homonymen Wörter wird durch Synonyme ersetzt. Aus dem modernen Wortgebrauch sind deshalb folgende Wörter verschwunden: *die Acht* – in der Bedeutung „Achtung“ (etwas außer Acht lassen), *Strauß* – in der Bedeutung „Zweikampf“. Diese Bedeutung lebt noch in den phraseologischen Wendungen: *einen Strauß ausfechten, einen Strauß bestehen*.

Es sind folgende Arten der Homonyme zu unterscheiden:

Homophone sind Wörter, die gleiche Aussprache bei unterschiedlicher Bedeutung und Schreibung aufweisen: wer – das Wehr (Bundeswehr); das Lied – das Lid (Augenlid); die Saite (Gitarre) – die Seite (im Buch).

Homographe (Homograme) sind Lexeme, die bei unterschiedlicher Bedeutung und Aussprache die gleiche Schreibung aufweisen: *der August* (Monat) und *August* (Name).

Homoformen sind Lexeme mit gleichem Lautkörper, die zu unterschiedlichen Wortarten gehören: *der Laut* – *laut*; *der Morgen* – *morgen*; (Солодилова, 2014, S. 26-28)

Zusammenfassend möchte ich sagen, dass das sprachliche Zeichen bilateral ist, es besitzt das Bezeichnende (das Formativ, der Name) und das Bezeichnete (die Bedeutung). Zwischen den Bezeichneten und Bezeichnenden besteht die Beziehung der Asymmetrie, d.h. einerseits strebt das Bezeichnende (das Formativ, der Name) mehrere Bezeichnete zu besitzen, infolgedessen entsteht die Polysemie und Homonymie. Andererseits ist das Bezeichnete (die Bedeutung) bestrebt, sich durch andere Bezeichnende (formative) auszudrücken und so entsteht die Synonymie.

LITERATURVEZEICHNIS

Helbig, G. (1990). *Entwicklung der Sprachwissenschaft seit 1970*. Opladen.

Солодилова, И. А. (2014). *Лексикология немецкого языка*. Оренбург: ГОУ ОГУ.

Степанова М. Д., & Чернышева И. И. (1986). *Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache*. Москва: Высшая школа.

LES CARACTERISTIQUES DE “BLOGUE SPORTIF”

Marynytsch V. V.

Université nationale linguistique de Kyiv

Depuis que le mot “blogue” a été consacré “mot de l’année 2004” par le dictionnaire américain Merriam-Webster’s, la pratique “carnetière” a considérablement évoluée en termes généraux comme dans plusieurs autres secteurs de l’activité humaine (sportif, économique, historique, éducatif, scientifique, etc). Ces journaux personnels en ligne, aussi appelés carnets Web, cybercarnets ou blogues sont créés par les représentants de professions différentes pour montrer les événements de la vie réelle en vue de les discuter, les associer au monde des sympathisants du thème choisi. L’immense potentiel de l’outil examiné dans la diversité de ses usages permet de communiquer à travers le temps, l’espace et la distance (Cloutier, 2004).

Selon le dictionnaire Larousse, le blogue c’est “le Site Web sur lequel un internaute tient une chronique personnelle ou consacrée à un sujet particulier”.

Selon David Crystal (2006), le blogue vise à:

- donner une information scientifique complémentaire au contenu exposé;
- faire hebdomadairement la synthèse du contenu des nouvelles et des autres activités (infos, exclusivités, rumeurs);
- présenter les activités de la semaine;
- donner une information technique et statistique complémentaire;

- annoncer des événements (conférences de presse, réunions) en lien avec le contenu proposé.

Cela prouve que le blogue peut être polyvalent dans son utilisation et que tout le monde peut essayer de le tenir et régulariser.

Aurélia Dejond (2002) insiste qu'il y a des blogues de deux types, les premiers désignent une sélection d'hyperliens menant à des informations et à des commentaires sur des événements particuliers, les seconds empruntent la forme de journaux personnels où les auteurs parlent d'eux-mêmes, expriment leurs opinions et leurs états d'âme en toute liberté.

Les éléments illustratifs de notre recherche sont présentés sous la forme de blogues français, québécois, belges et suisses en nombre suffisant pour que l'échantillon soit représentatif de ces communautés de blogueurs. Afin que l'échantillonnage rende compte fidèlement de la réalité, les blogues sont choisis des types différents du sport, surtout, le football, le volleyball, le basketball, l'athlétisme etc.

Les moyens linguistiques et stylistiques utilisés pour transmettre le contenu sur le blogue reflètent une tendance générale parmi les blogues sportifs. Comme ils représentent un moyen rapide et facile d'être publié internationalement, et, sans passer par les fastidieux processus de sélection, de censure, de révision et de correction habituels, plusieurs blogueurs se sentent libres d'adopter dans leurs textes un style de la langue parlée (présence des anglicismes, les expressions de la langue parlée, familière, les interjections, l'emploi fréquent de "je", la syntaxe de la langue parlée etc.).

Une autre particularité du blogue est qu'il propose un système de rétroaction offrant aux visiteurs la possibilité de commenter les divers billets publiés. L'interaction entre le public et le blogueur s'inscrit dans "une perspective d'apprentissage mutuel et d'émergence d'une intelligence collective" (Pelissier, 2002). Il existe deux types les plus répandus de commentaires qu'on exprime dans la plupart des cas. Le premier, le plus usuel, est l'espace réservé à la fin du billet où les internautes peuvent répondre non-seulement au blogueur, mais aussi aux autres cybernautes pour établir une discussion ou un débat. Le second est la prise de contact avec le blogueur via un mode plus privé comme le courriel ou le formulaire de contact (Klein, Orban de Xivry, Matagne, 2008). Ce dernier implique une communication directe avec le blogueur tandis que les autres abonnés n'y sont pas entamés.

Cependant, cette nouvelle forme de diffusion de l'information soulève une certaine controverse dans les rangs des professionnels œuvrant dans ce domaine. On reproche souvent aux blogueurs d'afficher des billets de qualité médiocre. Il est évident que les billets des blogues, n'étant pas soumis, comme les articles de journaux traditionnels, à une révision méticuleuse et à un contrôle éditorial, ne présentent pas nécessairement une information aussi fouillée, des commentaires aussi réfléchis ni une qualité de langue comparable à ce que l'on trouve dans la presse écrite. En revanche, les blogues journalistiques offrent, dans une certaine mesure, l'avantage d'affranchir le blogueur des contraintes qu'imposent les médias traditionnels. Cette récente formule favorise une plus grande liberté linguistique non seulement quant au contenu du message, mais aussi à la forme qui lui est donnée.

Comme le journaliste sportif a généralement toute la compétence voulue pour se conformer à la norme du français standard de l'écrit. Ce type de communication interactive, prenant en compte toutes les caractéristiques, provoque son propre contact écrit, qui va souvent à l'encontre des règles générales établies.

LITTERATURE

- Le dictionnaire Larousse en ligne. Blog.* Tiré de: <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/blog/10910049?q=blog#806950>.
- Cloutier, J. (2004). *Blog: Le mot de l'année chez MerriamWebster's*. Tiré de: <http://cyberie.qc.ca/jpc/2004/11/blog-le-mot-de-lanne-chez-merriam.html>.
- Crystal, D. (2006). *Language and the Internet*. Cambridge, London: Cambridge University Press.
- Dejond, A. (2002). *La cyberlangue française*. Paris, France: la Renaissance du livre.
- Klein, A., Orban de Xivry, A.-C., Matagne, J. (2008). *Typologie dynamique : une blogosphère de projets. Objectif Blogs! Explorations dynamiques de la blogosphère*. Paris, France: L'Harmattan.
- Pelissier, N. (2002). *Cyberjournalisme: la révolution n'a pas eu lieu*. Paris, France: Quaderni.

METAPHOR TRANSLATION CHALLENGE OF AMERICAN POLITICAL DISCOURSE INTO UKRAINIAN

Miedina M.An.

Kyiv National Linguistic University

Political discourse is characterized by certain stylistic peculiarities, among which there is a wide variety of metaphors.

Metaphor is considered a trope, which transfers the property of objects (phenomenon, aspect or being) into another based on their similarity or contrast (Zaretska, 2008).

The concept of metaphor has been in the periphery of linguistics but now it has a central role in the research of such sciences as social and political psychology, philosophy, communication theory and ethnology.

There is some research dealing with political metaphor, which until recently have been viewed as one of many means used for decorating the oratorical speech.

Further study of metaphorical means reveals subconscious goals and aspirations of a political leader and it is a bright indicated of the national self-awareness peculiarities and the level of the certain society political development.

Metaphors used in the political discourse attract scientist's attention in the field of translation theory as they investigate different techniques for their conveying from one language into another.

Metaphor has its origins in the similarity of different objects. The reason why metaphor is used in speech and it can be referred to any common attribute, preserving the direct meaning of the objects (Hazagerov, 2004).

Stylistics divides metaphor into individual, created by the author for a particular situation and anonymous, consolidated its position in the language.

Lapshina (2013) supposes that have taken roots in the language. They have become the part of vocabulary. Such metaphors are referred to linguistic metaphors and can be used in different speech styles and easily reproduced and perceived.

According to Komissarov (2002) such types of conventional metaphor's translation can be distinguished:

- 1) based on the same image;
- 2) based on the similar image;
- 3) literal translation;
- 4) a non-metaphorical explanation.

The current President of the Unites State of America stands out from the other political figures in the terms of his linguistic image. Donald Trump is considered one of the brightest American politicians today. His speeches have a great impression on the electorate, and the effect thy produce may be both positive and negative. Donald Trump quite frequently uses metaphors in his political speeches and they make his utterances more impressive and memorable.

Further analysis of the President's makes vivid the usage of a great variety of personification that ascribes the properties and characteristics of animate object to inanimate ones.

In political discourse, personification as a variety of metaphor is used primarily to enhance the expressiveness of speech, to bring attention to the problem as well as for strong emotional introduction or sentence conclusion.

The translation analysis of examples of Donald Trump public speeches has shown that all translation techniques fall into three groups of translation transformations according to lexical, grammatical, lexical and grammatical transformations.

Analysis of lexical transformation in the mentioned above speeches let us state that the most frequently used way of translation is the translation with the help of equivalent. Sometimes in the process of metaphors' translation, lexical replacements are required.

From the point of grammatical transformations of political discourse metaphors, we can arrive at the conclusion, that as a rule metaphors are translated with the help of lexical transformation, while grammatical substitutions are used in order to adjust translation and norms of the target language.

Thus, the translation analysis of Donald Trump speeches has revealed a number of existing techniques. They can be subdivided into three groups of translation transformations according to the mentioned above classification: lexical, grammatical, lexical and grammatical transformations.

The translation analysis carried out within the research has shown that lexical transformations are the most frequently used in the process of translation metaphors on the examples of Donald Trump political speeches.

The adequate metaphorical equivalents are found in the Ukrainian language and when it is impossible, the transformation of loan translation is used.

Original metaphors are also interchanged with non-metaphorical lexical units within translation into Ukrainian.

Grammatical transformations are the most rarely used under the conditions of accompanying with grammatical transformations.

BIBLOGRAPHY

Зарецкая, Е. Н. (2008). *Деловое общение*. М., РФ.

Комиссаров, В. Н. (2002). *Современное переводоведение*. М., РФ.

Лапшина, М. Н. (2013). *Стилистика современного английского языка*. М., РФ.

Хаззагеров, Г. Г. (2002). *Политическая риторика*. М., РФ.

THE PROBLEMS OF SOCIAL PROVISION OF INTERNALLY DIASPLACED PERSONS' CHILDREN

Misko D.O.

Kyiv National Linguistic University

The problem of social provision of internally displaced persons' children has become quite acute since the beginning of the war in the East of Ukraine. Although the Law of Ukraine No. 1706-18 of October 20, 2014 "On the Protection of the Rights and Freedoms of Internally Displaced Persons" was adopted, the main problems have not been resolved, such as the socialization of internally displaced children (hereinafter referred to as IDCh), education and rehabilitation of these children.

Since the beginning of the Crimean occupation and hostilities in the eastern part of Ukraine, the phenomenon of internal displacement has been existed for more than 4 years, but the social and legal status of internally displaced persons has not been changed. It should be noted that the most vulnerable category of internally displaced persons (hereinafter referred to as IDPs) is children. And according to statistics of April 6, 2016, their number was 16.5% of the total number of IDPs, and according to the statistics in 2016, 60% of them were children and pensioners. That is why we examined three main interrelated problems that have arisen among IDCh who have the weakest legal framework: the problem of socialization, the problem of providing free education and rehabilitation at specialized institutions.

The main problem of internally displaced children is socialization after moving from the territory of the ATO. According to psychologists, children aged between 3 and 15 suffer the most, so one of the main problems for such children is a psychological trauma. According to the Donetsk Region Children's Service, within of the Integration, Social Adaptation Program for Internally Displaced Persons, adopted in 2015-2016, psychological offices for children have been opened in 5 towns of Donetsk region. These correctional classes are carried out within the framework of a special program supported by the NaUKMA Psychological Rehabilitation Center and the UNICEF. But now at the state level there are no financial means to provide psychological support.

According to the Ministry of Social Policy of Ukraine, there is no state program for the rehabilitation of children who have suffered from ATO still. However, only on

the 12th of July 2017 the Cabinet of Ministers of Ukraine approved the concept of the State Target Program of physical, medical, psychological rehabilitation and social reintegration of members of the antiterrorist operation for the period until 2022. Officials have been speaking about it since at beginning of 2016, but in reality they do not provide proper support for children. The state should provide free psychological counseling and support to IDCh for their better adaptation in society.

In the analysis of the problem, one can conclude that the situation with the access and quality of education for such kind of children is in better position, especially, if we are talking about vocational, technical and High Education. In the Law of Ukraine No. 425-VIII dated July 5, 2015 is underlined that the state provides targeted support in the sphere of vocational and higher education for the above categories of children. Although in 2016 most of the universities were not able to comply with the law due to lack of planned funds in the State Budget, but now in some state universities of the country students receive support from the state in the form of social benefits and free tuition.

At the same time, children of school age need of material support, as financial support is provided at the expense of parents' committees of schools and volunteer or charitable organizations. In the context of the state's solution to the financial provision of the right of children guarantees to free education children guarantees them places in educational institutions, but without further allocation of funds from local or state budgets for material support.

The issue of improving the health of IDCh is enshrined in the Law of Ukraine “On Education and Rest of Children” No 375-17 dated October 4, 2008 (as amended on July 9, 2017). Children who left the ATO zone (Article 24 of the Law) were included into preferential categories of children entitled to rest and recreation in children’s camps at the expense of state and local budgets. But still the main problem is the disproportion between those, who need, and the quantity places for them, as well as the poor condition of children’s recreation facilities. Therefore, we can only say that this provision is established only in the legislative act, but not in reality. The state should develop specific mechanisms for providing the necessary rehabilitation for migrant children, as was done with the provision of free meals. During these 4 years, only amendments connecting with the provision of internally displaced children by free meals were adopted as the law of Ukraine in the spring of 2017.

So, we can conclude that the situation with the implementation of functions related to the social provision of children of internally displaced persons remains low now. There are still many problems in such key areas as the socialization of IDPs’ children, education and rehabilitation of these children. That is why executive authorities should develop mechanisms for the implementation of the relevant legislative framework for IDCh.

LITERATURE

- Закон України “Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб”. (2014). Взято з <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1706-18>
- Закон України “Про вищу освіту”. (2014). Взято з <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>

Закон України “Про внесення змін до деяких законів України щодо державної підтримки учасників бойових дій та їхніх дітей, дітей, один із батьків яких загинув у районі проведення антитерористичних операцій, бойових дій чи збройних конфліктів або під час масових акцій громадянського протесту, дітей, зареєстрованих як внутрішньо переміщені особи, для здобуття професійно-технічної та вищої освіти”. (2015). Взято з <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/425-19>

Експерти благодійного фонду “Право на захист”. (2017). Права внутрішньо переміщених осіб. Українська Гельсінська спілка з прав людини. Взято з https://helsinki.org.ua/prava-vnutrishno-peremischenyh-osib/#_ftn1

EUPHEMISMS VS POLITICAL CORRECTNESS IN MODERN ENGLISH

Sofia Moiseenko

Kyiv National Linguistic University

In the last decades attention to such a social phenomenon as intercultural communication actively increased, which made it an object of study at various levels and in various scholarly areas: sociological, political, philosophical, psychological, linguistic, cultural, etc. It can be explained by the global transformation taking place in the modern world. The phenomenon of intercultural communication deeply penetrates all spheres of society. Moreover, a structurally new type of communicative processes is developing, which includes the category of political correctness (PC) as its constituent. A cultural, behavioral, and linguistic trend called “political correctness” began with English-speaking Africans, outraged by negative metaphorical connotations of the word-taboo “Negro”. Here are well-known examples of the changes to the trend towards political correctness of “racist” words and phrases: *Negro – colored – black – African American – African-American; Red Indians – Native Americans*.

Political correctness requires removing from language all those linguistic units that can be regarded as grossly familiar and intentionally offensive; especially, while finding neutral and positive euphemisms for them. Euphemism is an indirect, smooth expression instead of sharp or violating the norms of decency. The pragmatic aim of euphemisms is to soften, disguise unpleasant associations of some words. Euphemisms are one of the means of implementation of political correctness at the lexical level and are part of its verbal component (Beckwith, Bauman, 1995).

The laconic definition of euphemisms can be found in the author's Preface to Hugh Rawson's dictionary of euphemisms: “*soft, acceptable allegorical words used instead of sharp, unpleasant or offensive*” (Rawson, 1995, p. 6)

The movement of “PC”, political correctness in language, is called “the linguistic cosmetics” used in order to smooth out the unpleasant impression and to mask undesirable harsh, derogatory words or expressions (Лазаревич, 2011).

Politically correct euphemisms are distributed among the following most common types and, accordingly, subtypes: *euphemisms associated with the designation of physical and mental disabilities* (physical disabilities, mental and

mental disorders, age, appearance), *gender euphemisms* (gender, sexual minorities), *ethnic euphemisms* (race, citizenship), *social euphemisms* (property status, morality, warfare, economics, ecology, religion).

There are cases of using politically incorrect vocabulary, for the replacement of well-established euphemisms are used: *spaceman instead of cosmonaut, military man, jobless instead of unwaged, poor instead of low-income, rich instead of economically advantaged.*

A possible explanation of this trend is that either some of these lexical units cause confusion and distort the reality of politically correct euphemisms or people, using non-correct lexical units, wanted better understanding of their own emotional assessment of the described situation.

It is interesting to note that the word “Christmas” is still actively used, denoting only Christian religious holiday and contains references to Christ that, according to atheists, offends their beliefs. Given that, it is proposed to replace the word “Christmas” with the “Winterval” euphemism (abbr. from “Winter festival”).

We can assume that under the influence of euphemisms the English language is undergoing and will continue to undergo significant changes, as a large thematic diversity of politically correct euphemisms testifies to their increasing social significance, the ability to reflect changes in the interpretation of a certain social phenomenon and to give it a new moral and ethical assessment.

REFERENCES

- Лазаревич, Е.М. (2011). Эвфемия как языковая реализация политкорректности. Молодой ученый, 9 (32), 275-276.
- Beckwith, F.J., Bauman, M.E. (1995). Are You Politically Correct?: Debating America's cultural standards. Buffalo: Prometheus Book.
- Rawson, H. (1995). A Dictionary of Euphemisms and Other Double Talk. New York: Crown Publishers.

L'UTILISATION DES EUPHEMISMES PAR LES FEMMES CONTEMPORAINES

Naoumenko M.V.

Université nationale linguistique de Kyiv

Depuis des siècles les savants essaient d'étudier les particularités de la perception du monde des gens. Dans leurs recherches nous pouvons trouver de différentes formes de la perception du monde qui dépendent des conditions de vie de la société au cours de son développement.

En communiquant l'un avec l'autre les gens s'efforcent de masquer et adoucir la réalité qui peut être perçue comme négative dans l'aspect socio-culturel (famine, mort, guerre, violence). La personne fait tous ses efforts pour pallier les coins aigus dans la relation humaine. Pour atteindre ce but les gens commencent à utiliser les euphémismes.

Selon J. Tournier (1985), c'est un phénomène sociolinguistique, autrement dit l'expression linguistique d'un fait de société; l'euphémisme est la manifestation d'un tabou. Et par le Dictionnaire de poétique et de rhétorique d'Henri Morier (1998) comme une "figure de pensée par laquelle on adoucit l'expression d'une idée jugée brutale ou trop amère". On peut voir que les définitions de l'euphémisme sont presque les mêmes, il s'agit toujours d'un phénomène utilisé par les gens pour adoucir une réalité désagréable.

L'intérêt particulier est suscité par la variante des euphémismes dites pour les femmes. En analysant les magazines *Elle* et *Marie Claire* U. Sydelnykov (2009) a trouvé presque 1500 euphémismes sur les 130 pages du corpus, c'est-à-dire presque 12 euphémismes par page. On peut distinguer 5 catégories principales de tournures que les femmes essayent de ne pas utiliser pour éviter les expressions indésirables et pallier les paroles brutales qui sont liées à la corpulence, l'âge, les émotions, les relations entre les sexes et la mort.

Le thème le plus actuel de tous les temps c'est l'apparence d'une femme. En parlant de soi-même elle veut montrer ses côtés les plus belles et quand elle parle d'une autre femme elle décrit tous les défauts possibles de son apparence en utilisant l'allusion cachée. Le problème de surpoids reste toujours vivant, c'est pourquoi au lieu de dire "être épais" elle dit la construction telle que "son corps n'est pas adapté aux vêtements" (*Elle*). Quand une femme est enceinte elle ne s'intéresse pas à sa figure mais il est bien de dire "prendre un kilo" (*Elle*) mais pas "rengraisser". Nous pouvons voir que les femmes sont très attentives à sa figure et font tout pour adoucir leur estimation négative.

Ensuite c'est l'âge qui est un thème important pour les femmes. Elles essayent de le cacher par toutes les voies possibles en utilisant les cosmétiques différents et en faisant du sport. En parlant de leur âge elle le minimise toujours. Au lieu de verbe "vieillir" il est mieux de dire "passer les 40 ans" (*Elle*) ou "être âgé". Pour remplacer la construction "les signes de la vieillesse" qui a les perceptions plutôt négatives elles utilisent "les premiers signes de l'âge" (*Elle*). On peut conclure que pour la femme c'est très important de rester toujours jeune. Les femmes utilisent bien leurs vocabulaires pour remplacer tous les mots qui désignent la vieillesse.

Il ne faut pas oublier le thème de maladie et de mort. Ce sont les thèmes qui masquent le plus souvent par l'euphémisme dans le monde contemporain. Pour adoucir les situations liées aux émotions négatives on emploie les mots "disparaître, partir un autre monde s'en aller" pour "mourir" et "la disparition, le départ, le dernier sommeil" pour "la mort".

Ce qui concerne les émotions et les sentiments des femmes c'est aussi un domaine d'utilisation des euphémismes. Quand on exprime des émotions telles que l'aise, le plaisir elles utilisent les constructions plus émotionnelles pour les souligner. Par exemple quand on parle de bonheur on peut voir souvent la phrase "être dans un cocon agréable".

Il faut noter que le thème de relations entre les sexes aussi abonde de l'euphémisme. Pour désigner que la femme marie encore une fois on dit "un second départ". Quand on parle de deux personnes qui passent la nuit ensemble et ont des relations sexuelles il est mieux d'utiliser "nuit partagée" (*Marie Claire*). On peut

observer la situation semble quand il faut désigner la fin de relation. “Etre au point mort” ou “n’avoir plus d’amour” ce sont les expressions utilisées pour dire que relation entre une femme et un homme est finis.

En étudiant le matériel de la presse française moderne on peut conclure que sur le fond des règles morales installées les gens mettent la poussière sous le tapis des côtés négatifs de leurs vies. Les euphémismes peuvent détourner l’image réelle du monde. C’est bien que nous pouvons pallier ou masquer la situation mais pas toujours ces mots ont une influence désirée. Parfois les gens ne distinguent pas le contre-vérité de l’euphémisme.

LITTERATURE

- Morier, H. (1998). Dictionnaire de poétique et de rhétorique. Paris: PUF.
Sydelnykov, U. (2009). Les euphémismes dans les magazines pour les femmes.
Tournier, J. (1985). Introduction descriptive à la lexicogénétique de l’anglais contemporain. Paris-Genève: Champion-Slatkine.

EPITHETS AND THEIR STRUCTURE IN H. FIELDING’S “BRIDGET JONES’S DIARY”

Nekriach T. Y., Postoliuk A.

Kyiv National Linguistic University

Epithet expresses a characteristic of an object, both existing and imaginary. Its basic features are emotiveness and subjectivity: such characteristics ascribed to person or thing to qualify them are always subjective, i.e. chosen by the speaker/writer. Thus, the emotive meaning of an epithet is always foregrounded to suppress its denotative meaning (Арнольд, 1996, с. 29). Epithet has remained over the centuries the most widely used stylistic means, which is understandable as it offers generous opportunities for qualifying people or things from the author’s partial and subjective viewpoint, which is indispensable in creative prose, journalistic writings, and everyday speech (Шушарина, 2010, с. 29).

The property of being an epithet appears in a word or several words only in combination with the name of an object or phenomenon that it defines. Epithets are coined by adjectives and participles, but they can be also expressed by nouns (Арнольд, 1996, с. 68). It has the following structure: adjective + noun, e.g., *dishonest answer*, and verb + adverb, e.g., *he laughed cancerously* [BJD, p.7].

Epithets are used singly, in pairs, in chains, in two-step structures, in inverted constructions, and also as phrase-attributes.

Semantically, two main groups of epithets are singled out (Koukharenko, 2000, p. 23):

- ***affective*** (or *emotive proper*). These epithets serve to convey the speaker’s or writer’s emotional evaluation of the object or person. Most of qualifying words found in the dictionary can be and are used as affective epithets (e.g. “*awesome*”, “*magnificent*”, “*troublesome*”, [BJD, p.2, 7, 8]. etc.);

- **figurative** (or *transferred, epithets*) – is formed of metaphors, metonymies and similes expressed by adjectives. E.g. “cool ice-queen”, “look like some sort of Mary Poppins person????може підійти чи це пряма Simily???, “super-doooper job”, “the dazzling Bank Holiday sunlight”, “terrible time [BJD, p.3-4].. Like metaphor, metonymy and simile, corresponding epithets are also based on similarity of characteristics of – two objects in the first case, on nearness of the qualified objects in the second one, and on their comparison in the third. According to their structure epithets fall into:
 - **Paired epithets**, i.e. two epithets joined by a conjunction or asyndetically, e.g., “*a yellow diamond-patterned sweater*” [BJD, p. 4]., “*to admit parallel and shameful feeling*” [BJD, p. 22].;
 - **Chains (or strings) of epithets** presented by a group of homogeneous attributes varying in number from three up to twenty and even more. E.g. “*entire-tune-of-town-hallclock-style doorbell*” [BJD, p. 4]., “*romantic/dancing/rousing/feminist etc, tracks*” [BJD, p. 2];
 - **Two-step epithets** represent the process of qualifying as such that seemingly passes two stages: the qualification of an object and the qualification of the qualification itself, as in “*an unnaturally mild day*” [BJD, p. 17], or “*a pompously majestic female*” [BJD, p. 18]. Two-step epithets have a fixed structure of *Adv + Adj* model. E.g., “*a neatly folded copy of the Sunday Telegraph*” [BJD, p. 22], “*the lonely hearts column of the Lancet*” [BJD, p. 22];
 - **Phrase-epithets** that always sound fresh and original are semantically self-sufficient word-combination or even whole sentences, which lose some of their independence and self-sufficiency and become a member of another sentence striving to return to normality. The forcible manner of this syntactical transformation is the main obstacle for the repeated use of such phrasally-structured epithets, e.g., “*rich-but-overbred boyfriend*” [BJD, p. 8], “*Vile Richard (self-indulgent commitment phobic)*” [BJD, p. 8], “*to study tedious-beyond-belief manuscript from lunatic*” [BJD, p. 10], “*lard-smearred lunch*” [BJD, p. 17];
 - **Inverted epithets** are based on the contradiction between the logical and the syntactical: the logically defining becomes the syntactically defined and vice versa, e.g., “*mature assessment of character*” [BJD, p. 1], “*a human – rights guy of the famous lawyer*” [BJD, p. 13].

All inverted epithets are easily transformed into epithets of a more habitual structure where there is no logico-syntactical contradiction out (Koukharenko, 2000, p. 23)

The novel “Bridget Jones’s Diary” by H. Fielding is known for its depiction of 20th century London. As this novel is written in the form of diary, it abounds in fresh epithets that refer to a person, a thing or a situation. E.g: “*drink-sodden DJ-style person*” [BJD, p. 2] – was created by Bridger to describe a person who drink and doesn’t take care of himself, “*Alconbury's New Year's Day Turkey Curry Buffet*” – a party at her parents' best friends [BJD, p.3].

REFERENCES

- Арнольд, И.В. (1996). *Лексикология современного английского языка*. Москва: Высшая школа.
- Шушарина, Г.А. (2010). *Стилистика английского языка*. Комсомольск-на-Амуре: ГОУВПО "КНАГТУ".
- Koukharenko, V.A. (2000). *A Book of Practice in Stylistics*. Vinnytsia: Nova Knyga.

LIST OF ILLUSTRATION MATERIALS

- BJD - Fielding, H. (1997). *Bridget Jones's Diary*. London: Picador

LES PARTICULARITES LEXICALES DU RAP FRANCAIS

Nikitenko I.V.

Université nationale linguistique de Kyiv

Dans cet article nous allons observer le langage utilisé dans le rap français. Malgré le fait que beaucoup de linguistes et sociologues se sont déjà occupés de cette question, elle reste toujours vivante, car la culture du rap développe chaque jour. Il est incontestable que toute langue change au fur et à mesure, et des changements du langage de jeunesse sont reflétés dans des chansons contemporaines populaires. Ce travail est consacré aux particularités lexicales du langage des jeunes étudiés à la base du rap français.

Tout d'abord, il faut dire que le langage est central dans chaque culture. Le vocabulaire, la manière de parler et d'employer les mots sont des traits culturels assez forts. Les rappers ont reporté dans leur art un langage doublé d'un vocabulaire qui leur convient, ainsi qu'à leur environnement. D'après Pierre-Antoine Marti (2006), une caractéristique essentielle du rap a été de parvenir à se réapproprier la langue pour en faire le reflet de la population qui l'utilise. Le langage alternatif par rapport au reste de la société, le langage rap est révélateur de la culture qui l'orne (p. 52).

Les rappers s'expriment dans leur art de la même façon que dans leur vie quotidienne. Cette langue mêlant argot, langues étrangères et verlan, est employée dans la vie de tous les jours, lors d'interactions dans le quartier, entre les jeunes et entre les amis. C'est l'impact de ce quotidien lourd et difficile que les rappers traduisent dans leur manière de parler. Il apparaît clairement ici que l'environnement culturel dans lequel ont évolué les rappers a directement influé sur leur façon de s'exprimer (Marti, 2006, p. 53).

En utilisant l'argot, les rappers s'inscrivent dans une longue tradition française d'un parlé populaire. L'argot a aussi longtemps été considéré comme un parler alternatif propre à la région parisienne, même si aujourd'hui l'emploi de l'argot s'est répandu.

Un autre langage très pratiqué dans la rue, qui est rattaché au rap, est le verlan (qui consiste principalement à l'inversion de syllabes). Celui-ci suit les mêmes logiques que l'argot populaire associant à son vocabulaire celui d'autres langues, enrichissant alors le vocabulaire français classique. Le verlan permet de retomber sur la rime par le jeu d'une inversion de syllabe. Il permet aussi la disparition du "e"

muet, toujours embarrassant pour les rappers. En même temps, le verlan est moins répandu que l'argot dans les chansons qui doivent être compréhensibles au niveau mondial. D'après Christian Béthune (2004), l'emploi du verlan de la part des rappers serait surfait (p. 89). De son point de vue, la représentativité du verlan dans le rap se limiterait aux rappers issus de la région parisienne, le verlan n'étant employé que de manière anecdotique en province. L'argot populaire d'hier n'est pas l'argot populaire d'aujourd'hui. Le vieil argot parisien est évincé par l'imposition du nouvel argot populaire jeune.

L'emploi de l'argot populaire et du verlan n'établit pas sa seule utilité dans le jeu sur les mots, mais possède un caractère cryptographique destiné à signifier l'origine sociale dont il est originaire et pour laquelle est proposé le texte. L'emploi d'argot, de verlan ou de mots grossiers dans le rap n'est pas dû à une absence de connaissance des usages conventionnels, mais à une stratégie étudiée.

Le rap, dans son vocabulaire et sa manière de parler, a bénéficié des différents flux migratoires de la France, incorporant dans son langage de rue un nombre très important de mots empruntés à différentes langues et dialectes. La culture rap mélange tout ce qu'elle touche. Selon Alain Vulbeau (2001), le rap montre ainsi que les flux migratoires sont porteurs de mouvements, de syncrétisme et d'innovation comme la création d'un langage, d'un vocabulaire enrichissant la culture nationale (p. 156).

Derrière le langage propre au rap, on trouve sans difficulté, lors d'une discussion informelle dans la rue ou dans un texte de rap, des mots de créole, d'arabe, d'une langue africaine, d'anglais, d'espagnol, de portugais, marquant ainsi l'intégration qui n'était pas encore nécessairement acquise. L'appropriation d'un langage propre au rap suppose l'emploi de barbarismes, de préfixes ou suffixes, montrant que la langue parlée par les rappers a un grand caractère d'adaptation et de transformation de la langue française traditionnelle. Il peut également emprunter aux langues régionales pour enrichir son vocabulaire, s'adapter ponctuellement à la rime, puiser dans la langue d'oc ou dans un langage très localisé.

Sans doute nous pouvons observer l'utilisation des figures stylistiques différentes dans le rap français comme métaphore, métonymie, zeugma et comme ça de suite. De toute façon, il y a des discussions concernant telle adaptation. Il y a des techniques qu'utilise le rappeur, qui sont maladroitement assimilées ou employées sans être connues. Un rappeur utilisant la métaphore peut ignorer le terme qui désigne l'effet littéraire qu'il emploie. Hyperbole, réalisme, ellipse, ironie, sarcasme, répétition, euphémisme, litote, anaphore, oxymore, chiasme, paradoxe, périphrase. Voilà ici un arsenal de termes convenus et complexes qui peuvent être mobilisés pour analyser l'écriture du rap.

Dans cet article nous avons analysé des caractéristiques du langage du rap français moderne, et il est devenu évident que ce genre de chanson comporte plein de particularités lexicales. On y voit des emprunts, des dialectes régionaux, des figures stylistiques, des argots et des verlans. En guise de conclusion, il faut mentionner que telle réalité que le rap gagne inévitablement sa popularité. Ce phénomène change, évolue, mais montre des scores époustouflants au palmarès des chansons françaises. Conformément à Hugues Bazin (2001), le langage du rap, comme toute langue de

rue, possède à la fois une très grande richesse et une forte capacité d'adaptation et d'évolution. Le rap offre un formidable laboratoire de travail sur les mots (p. 47).

LITTERATURE

- Marti, P. A. (2006). *Rap 2 France, les mots d'une rupture identitaire*. Paris: L'harmattan.
- Béthune, Christian (2004). *Pour une esthétique du rap*. Collections 50 questions. Paris: Klincksieck.
- Vulbeau, A. (2001). *La jeunesse comme ressource, Expérimentations et expérience dans l'espace public*. Collections Questions vives sur la banlieue. Paris: Erès.
- Bazin, H. (2001). *La culture hip-hop*. Paris: Desclée de Brouwer.

LEXICAL MEANS OF SPEECH MANIPULATION IN COPIES OF ENGLISH AND UKRAINIAN ADVERTISEMENT

Nikolaieva K.

Kyiv National Linguistic University

According to Bykova (1999) language manipulation is a kind of language influence, which occurs for the disguised suggestion in the psyche of the recipient of desires, attitudes, goals that do not correspond to those that the addressee has at the moment of communication. Language manipulation is one of the most effective levers of pressure on the communicant. Verbal means of building English-speaking advertising discourse is an actual direction of modern linguistic research.

Advertising slogans are an important part of any advertising campaign. The purpose of these catchy phrases is to draw the attention of a potential customer and help to distinguish a product or service from the majority of others in the market.

Advertising has long been an integral part of human society, an element of its culture. It affects the human subconscious. Advertising is a very important and delicate instrument on our market. It has significant effect on the customer and makes him get promoted goods or services. The study of advertising in modern society does not lose its relevance, and, despite a rather large number of works devoted to this phenomenon, continues to cause scientific interest of researchers.

The manipulation through advertising became an issue the consumers are facing on almost a regular basis. The interest of linguists in the phenomenon of manipulation is caused by the fact that the manipulative influence is carried out with the help of a natural language and is realized due to specific strategies and tactics of communication. The research results reveal that today language manipulation is considered in interpersonal communication (Gurochkina, 1999), in political discourse (Dmytruk, 2006), special attention is given to psychological (Dotsenko, 1997) and ethical (Kara-Murza, 2005) aspects of this phenomenon.

Language tools that are used systematically form certain tactics implemented by manipulative strategies. While examining selected Ukrainian advertising slogans it was revealed that metaphor, alliteration and rhyme are the most frequently used literary tropes.

Advertisers attach great importance to metaphorical figures, since a metaphor is not just a figure of speech; metaphors exist in the human conceptual system, defining its thinking and consciousness. After all, poetically expressed thought has always played a big role in programming people's behavior. Metaphors, including associative thinking, give a huge saving of intellectual efforts and it is here that the trap put by manipulators with consciousness – advertisers – is hidden.

Alliteration is the repetition of identical consonant sounds, especially at the beginning words to create a melody of a message. Alliteration can create the effect of euphony (harmony) – a feeling of easy listening comprehension and comfort in pronunciation, which is very important for advertising slogans, because they must evoke positive emotions in buyers, and euphony can contribute to this. As a result of alliteration, emphasis is placed on the important points, on what will be discussed in the main advertising text.

Often a combination of several phonetic stylistic figures is used in advertising slogans to create a rhyme - a consonance of words for better remembering the advertising slogan. Rhyme, which refers to sound repeats, contributes to a better remembering of the advertising message by the addressee, enhances attractiveness and the expressiveness of the advertising text.

We can state that metaphor, alliteration and rhyme are means of argument, they attract the attention of the recipient and cause positive emotions, help minimize broadcast and more accurately characterize the concept, object or action. Metaphor, alliteration and rhyme are functioning in an advertising slogan space act as expressive speech means, which surprise with their unusual and help overcome the passive perception of information about the advertised product or service, which contributes to better memorization of advertising and its influence on the buyer, prompting to corresponding actions.

The considered examples show that language tools of different levels are widely used when creating an advertising text, they provide an emotional colouring attracting reader's attention. Thereby, the aforementioned verbal means are pragmatically conditioned and have a high manipulative potential. Possessing emotive and associative semantics, they attract the attention of the addressee, create positive bright images, stimulate his emotional and associative reactions and suggest the need to make a purchase of goods. Thus, there is a hidden influence on the consciousness of the recipient and an encouragement to implement the actions necessary to the advertiser. Since advertising has become an integral part of modern life, linguistic means in the advertising discourse require further detailed research.

The theoretical significance of the work is that its results allow us to deepen the understanding of the advertising discourse, taking into account the creation of an effective advertising message.

The practical significance of the work consists in the possibility of using the results of our research in the creation of new advertising messages, as well as writing course and diploma papers in the field of communication theory and a number of linguistic disciplines.

BIBLIOGRAPHY

- Быкова, О. Н. (1999). Языковое манипулирование. Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Красноярск.
- Гурочкина, А. Г. (1999). Некоторые виды речевых манипуляций в межличностном общении. СПб, РФ.
- Дмитрук, О. В. (2006). Манипулятивні стратегії в сучасній англomовній комунікації (на матеріалі текстів друкованих та Інтернет-видань 2000-2005 років). Київ.
- Доценко, Е. Л. (1997). Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. Москва, РФ.
- Кара–Мурза, С. Г. (2005). Манипуляция сознанием. Москва, РФ.

LE LANGAGE DES BLOGUES FRANÇAIS COMME SYSTEME DE CODAGE

Otroshenko M.

Université nationale linguistique de Kyiv

Depuis l'explosion de l'utilisation auprès du grand public du téléphone portable et des moyens de communication sur Internet, nous assistons à l'émergence massive de formes d'écriture atypiques. Ces formes d'écriture étant majoritairement pratiquées par les jeunes entre 10 et 25 ans.

Avec le développement d'Internet, de nombreuses méthodes de télécommunication ont fait leur apparition. Si certaines personnes s'en servent pour transmettre des informations utilitaires, la majorité d'entre elles les utilise pour discuter ou entretenir une sociabilité.

Un moyen de communication est né avec l'émergence d'Internet: le blog. C'est un outil communautaire. C'est un site personnel qui se construit en publiant des articles à la manière d'un journal. Ces articles aussi appelés billets ou "post" en anglais. Un article peut contenir en plus du texte, des images, des vidéos et des liens vers d'autres sites. Les blogs ont adopté un format de publication chronologique : les plus récents sont rangés en haut de page. Les lecteurs peuvent réagir en publiant des commentaires ou en les alimentant d'informations nouvelles propres à élargir le débat. Pas un sujet n'y échappe, ce qui donne aux blogueurs le pouvoir de se faire connaître et de se faire entendre. (Jalet, 2018)

Dans sa définition traditionnelle, un blog est un type particulier de site web constitué d'entrées régulières, ou messages, classés par ordre chronologique inverse – autrement dit, le message le plus récent apparaissant en haut de la page d'accueil. Généralement, les messages sont des textes courts, même s'ils incluent souvent des images, qui contiennent fréquemment des liens vers d'autres sites web. C'est là une caractéristique qui différencie le blogage de l'écriture traditionnelle d'un journal. Une nouvelle manière de communiquer au grand succès. (Camilleri, Ford & Leja, 2007)

Le langage des blogues répond à trois principales contraintes :

- communiquer le plus rapidement possible ;
- économiser les gestes que nécessite la saisie du message ;

- se rapprocher des conversations orales en faisant passer des émotions et en adoptant un style oralisé.

Avec les nouvelles modalités de communication qui sont apparues ces dernières années et les contraintes qui les accompagnent, une nouvelle manière d'écrire est née.

Le langage des blogues ne consiste pas en une langue à part ou en un néo- français, mais en une série de procédés utilisés de manière non systématique et qui s'entremêlent pour coder la langue française. Le langage des blogues ne consiste pas en une langue à part ou en un néo-français, mais en une série de procédés utilisés de manière non systématique et qui s'entremêlent pour coder la langue française.

L'arrivée massive du langage des blogues dans notre société amène bien des questions et fait naître de nombreuses inquiétudes quant à l'appauvrissement du langage des jeunes et quant à la survie ou l'évolution de l'orthographe. En effet, le langage des blogues se caractérise principalement par l'utilisation d'abréviations et d'écriture phonétique.

Fabien Liénard a cherché à décrire les caractéristiques du langage des blogues. Quatre procédés de simplification ont pour but de rendre les énoncés plus courts et plus simples dans leur formulation. Ils permettent aux messages d'être informatifs et concis en omettant tout ce qui est "inutile". Ces transformations sont les plus nombreuses dans les textos. Parmi ces procédés, il y a :

- les abréviations ou squelettes consonantiques. Ils consistent en la suppression de quelques lettres seulement, généralement les voyelles, dans les mots usuels. Ce sont les consonnes qui sont conservées dans les abréviations car elles ont une valeur informative plus forte que les voyelles (*slt* mis pour *salut*, *mnt* pour *maintenant*) ;

- les troncations. Il existe trois types de troncation : 1) la troncation par apocope, qui se définit comme "la suppression d'un phonème ou d'une syllabe à la fin d'un mot" (*ciné* à la place de *cinéma* ; *tel* pour le verbe *téléphoner* ; *mess* pour *message*) ; 2) la troncation par aphérèse, qui est "la suppression d'un phonème ou d'une syllabe au début d'un mot" (*bus* mis pour *autobus*) ; 3) la troncation par aphérèse interne qui concerne les signes linguistiques ayant des doubles consonnes ou des lettres muettes (*franchment* à la place de *franchement*) ;

- l'élimination d'éléments sémiologiques ou de signes graphiques. Elle correspond à l'oubli des signes coûteux du point de vue de la saisie sur le clavier. Ce sont : les signes de ponctuation, les signes diacritiques (les accents), les formes allographiques (les majuscules), les éléments sémiologiques (les guillemets, les points d'exclamation), certains signes comme les articles ou les conjonctions.

- les sigles. Ils se définissent comme un "groupe de lettres initiales constituant l'abréviation de mots fréquemment employés". Le sigle se compose de la première lettre de chacun des mots qui composent un groupe de mots (*mdr* pour *mort de rire*, *tfk* mis pour *tu fais quoi*). (Liénard, 2014)

Lorsque les billets sont composés de formes orthographiques très altérées, leur lecture demande un effort important pour interpréter les chiffres ou les lettres phonétisées et les homophones. On propose une classification comportant trois niveaux de compression d'un message :

- le niveau 1 correspond à une lecture et une interprétation aisée avec un respect des règles orthographiques, une utilisation d'abréviations standards, la suppression de certains pronoms ou articles et l'utilisation de logogrammes connus comme les chiffres ;

- le niveau 2 correspond à un relâchement des règles orthographiques avec une traduction phonétique de certaines syllabes et la suppression des consonnes finales muettes ;

- le niveau 3 correspond à une compression maximale du message : les transformations orthographiques du niveau 2 sont cumulées à une suppression des espaces entre les mots. Un message de niveau 3 est difficilement interprétable. (Olali, 2006)

En ce début du XXI-ème siècle, rares sont les personnes qui ne sont pas encore équipées d'un ordinateur ou d'un téléphone portable. Avec ces nouveaux moyens de communication se sont développées de nouvelles habitudes, notamment en ce qui concerne le langage écrit. Ce langage se distingue de l'écrit traditionnel par l'utilisation de nombreux procédés dont l'objectif est de permettre de communiquer rapidement grâce à un texte le plus court possible. Parmi ces procédés, les plus courants sont les abréviations et l'écriture phonétique. Le développement de ce nouveau mode de codage écrit coïncide avec ce que certains auteurs ont appelé la "crise de l'orthographe". En effet, des études ont montré que le niveau orthographique des élèves scolarisés en primaire et au collège a baissé depuis une vingtaine d'années. Le langage des blogues n'est pas une langue à part, mais un système de codage qui a besoin de la langue française pour exister.

LITTÉRATURE

Camilleri, M. (2007). *Blogs dans l'enseignement des langues vivantes*. Strasbourg:

Ed. du Conseil de l'Europe.

Linéard, F. (2014). La langue française menacée par les SMS ?. Dossier Pour La Science, (82), 116-118.

Jalet, A. (2018). *L'univers des blogs, ses habitants, ses rites, son langage*. *Le Monde.fr*. Retrieved 10 March 2018, from http://www.lemonde.fr/technologies/article/2005/05/21/l-univers-des-blogs-ses-habitants-ses-rites-son-langage_652527_651865.html

Olali, N. (2006). *Les SMS, une nouvelle pratique sociale* (Mémoire de Master 1 Lettres, Langues, Art). Nice.

MARKETING ETHICS

Ovsiannikova K.A.

Kyiv National Linguistic University

Marketing ethics are the moral principles and values that need to be followed by any kind of marketing communication. They are the general set of guidelines which can help companies to decide on their new marketing strategies but then it depends on one's own judgement of "right" and "wrong".

Any unethical behaviour is not necessarily illegal. Marketing ethics basically promotes fairness and honesty in all their advertisements. Any kind of false claims to the consumers, invading consumer's privacy, stereotyping and targeting the vulnerable audience (like children and elderly) are considered to be unethical behaviour by the companies. Even trying to harm the competitor's image is considered immoral. Here are some examples of unethical advertising:

Surrogate Advertising. In certain places there are laws against advertising products like cigarettes or alcohol. Surrogate advertising finds ways to remind consumers of these products without referencing them directly.

Exaggeration. Some advertisers use false claims about a product's quality or popularity. A slogan like "get coverage everywhere on earth" advertises features that cannot be delivered.

Puffery. When an advertiser relies on subjective rather than objective claims, they are puffing up their products. Statements like "the best tasting coffee" cannot be confirmed objectively.

Unverified Claims. Many products promise to deliver results without providing any scientific evidence. Shampoo commercials that promise stronger, shinier hair do so without telling consumers why or how.

False brand comparisons and negative advertising techniques, such as attack ads. Any time a company makes false or misleading claims about their competitors they are spreading misinformation. In negative advertising, the advertiser highlights the disadvantages of competitor products rather than the advantages of their own. The methods are most familiar from the political sphere.

Stereotyping Women. Women in advertising have often been portrayed as sex objects or domestic servants. This type of advertising traffics in negative stereotypes and contributes to a sexist culture.

Children in advertising. Children consume huge amounts of advertising without being able to evaluate it objectively. Exploiting this innocence is one of the most common unethical marketing practices.

Direct marketing is the most controversial of advertising channels, particularly when approaches are unsolicited. TV commercials and direct mail are common examples. Electronic spam and telemarketing push the borders of ethics and legality more strongly.

However, ethics are still subjective and should be openly discussed by the companies while making any marketing decisions. Companies following the marketing ethics are able to gain the trust of the consumers and create a positive image for themselves.

As our economic system has become more successful at providing for needs and wants, there has been a greater focus on organizations' adhering to ethical values rather than simply providing products. This focus has come about for two reasons. First, when an organization behaves ethically, customers develop more positive attitudes about the firm, its products, and its services. When marketing practices depart from standards that society considers acceptable, the market process becomes less efficient—sometimes it is even interrupted. Not employing ethical marketing practices may lead to dissatisfied customers, bad publicity, a lack of trust, lost

business, or, sometimes, legal action. Thus, most organizations are very sensitive to the needs and opinions of their customers and look for ways to protect their long-term interests.

Second, ethical abuses frequently lead to pressure (social or government) for institutions to assume greater responsibility for their actions. Since abuses do occur, some people believe that questionable business practices abound. As a result, consumer interest groups, professional associations, and self-regulatory groups exert considerable influence on marketing. Calls for social responsibility have also subjected marketing practices to a wide range of federal and state regulations designed to either protect consumer rights or to stimulate trade.

Considering that marketing decisions often require specialized knowledge, ethical issues are often more complicated than those faced in personal life – and effective decision making requires consistency. However, sometimes self-regulation proves insufficient to protect the interest of customers, organizations, or society. At that point, pressures for regulation and enactment of legislation to protect the interests of all parties in the exchange process will likely occur.

In conclusion, ethical marketing is less of a marketing strategy and more of a philosophy that informs all marketing efforts. It seeks to promote honesty, fairness, and responsibility in all advertising. Ethics is a notoriously difficult subject because everyone has subjective judgments about what is “right” and what is “wrong.” For this reason, ethical marketing is not a hard and fast list of rules, but a general set of guidelines to assist companies as they evaluate new marketing strategies.

LITERATURE

- Penn, Ch. (2018). *What is ethics in marketing?* Retrieved from <http://www.christopherspenn.com/2018/01/what-is-ethics-in-marketing/>
- Ethics In Marketing*. (2007). Encyclopedia of Business and Finance, 2nd ed. Retrieved from <https://www.encyclopedia.com/finance/finance-and-accounting-magazines/ethics-marketing>
- Ethical marketing. Explore the Strategy of Ethical Marketing*. (2012). Retrieved from <http://www.marketing-schools.org/types-of-marketing/ethical-marketing.html>
- Marketing Ethics*. (2017) Retrieved from <https://www.mbaskool.com/business-concepts/marketing-and-strategy-terms/14260-marketing-ethics.html>

ECO-FRIENDLY BUSINESS

Padalko Y.V., Ivanchenko A.O.
Kyiv National Linguistic University

All over the world, people are facing challenging environmental problems every day. That is why ecological issues are becoming more complex. At least two decades ago people thought that the world’s resources were endless and people only needed to have an access to them in order to establish business. Today, we know that it is false. Eco-friendly business looks for the methods the company can operate in an eco-

friendly way and still remain profitable. As a result, some businesses have used ecological ideas to get money. Examples are numerous.

EcoPlum is an online business, which proposes some programs of customers' remuneration. With every purchase made, customers earn tokens, which are redeemable, for either rewards or a donation to environmental causes. All their products are certified by special ecological organizations. In addition to selling sustainably sourced products, EcoPlum produces educational content, such as monthly columns by industry experts, local green business listings, recycling information, eco-tips, and book and video recommendations.

The Italian House of Vogue Corpo Nove has started using nettle as a textile. Clothes got such fabulous comments not only due to using exotic materials. Production process excludes a risk of being harmed by nettle, so these clothes have had good medical effects as well.

A Spanish firm "El Naturalista" combines production of clothes items from natural materials with providing the needed social assistance. They started to produce shoes and accessories for street painters who were poor. The painters themselves designed the products. As soon as a shoes line has gained positive responds, the street artists have become a company staff. In addition, El Naturalista makes shoes and other accessories only from recycled, natural textile. Shoes' cost is about 100 euros (they are for wealthy people) and they have become are very popular. A part of company revenue is spent on charity for children in Peru and Tanzania.

Harmless materials can be used not only for making shoes and clothes but for manufacturing household stuff as well. An American producer of dishes VerTerra created single use dishes from the fallen leaves. Oak and aspen leaves are like natural glue. Dishes have been given their shapes after having been processed. Chemical materials, dyes, plastic, wax is not used in production. Therefore, this can be regarded as an ecofriendly invention. Furthermore, such dishes save time for washing and can be used in microwaves, oven and refrigerators.

It seems that construction is mostly made of ecology unfriendly stuff. However, it is not true. For example, American company Axion is providing recycled materials for using in projects like infrastructure repair. The company's railroad ties and pilings are made from recycled plastic from consumer and industrial uses, rather than non-sustainable materials like steel and concrete. Nowadays, Axion cooperates with serious companies, such as Long Island Rail Road and hopes to make the infrastructure of the USA more ecological.

The store Eco Carmel, California-based home, does not just sell green products. Owner Kristi Reimers sells eco-friendly home products, such as nontoxic paint and cutting boards made from sustainably grown wood. The company gives services and consultations towards ecology in all aspects of our life. Kristi uses her experience to help local entrepreneurs and householders find methods to incorporate renewable or recycled resources into their remodeling projects.

To conclude modern consumers require businesses to take more responsibility that is social and carry out intensively environmentally friendly practices. If an entrepreneur is an eco-minded, she or he can set up a business the purpose of which will be to protect and preserve the environment. Running an environmentally friendly

business both helps to reduce an impact on the environment and secure natural resources. At the same time, such business can be profitable and contribute to the development of any national economy.

LITERATURE

- Александрович, О. (2018). Пластик, що має два життя. *Будуй своє*. Взято з <https://buduysvoe.com/publications/plastyk-shcho-maye-dva-zhyttya>
- Driver, S., (2017). 15 Green Business Ideas for Eco-Minded Entrepreneurs. *Business news daily*. Взято з <https://www.businessnewsdaily.com/5102-green-business-ideas.html>
- Lister, J., Dauvergne, P. (2013). *Eco-business: a big-brand takeover of sustainability*. Cambridge, MA; London: MIT Press. Взято з https://books.google.com.ua/books?id=6PlaIDc1d38C&pg=PA138&lpg=PA138&dq=importance+of+ecobusiness&source=bl&ots=KX6Xp5Qr2n&sig=rgwVCsvrBy1Yhe5pkpjOghj5sLI&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwjMsZ_Ui9vZAhUrGZoKHUBkD2kQ6AEITjAG#v=onepage&q=importance%20of%20ecobusiness&f=false

NEUROMARKETING

Padalko Y.V., Pavlova N.O.

Kyiv National Linguistic University

In the 21st century companies try to attract as many customers as they can, using different marketing methods. One of them is neuromarketing, about which I will talk.

Neuromarketing is the study of how people's brains react to advertising and other brand-related messages by scientifically monitoring brainwave activity, eye-tracking and skin response. I want to give you some tips that marketing specialists use in their work, but, first of all, I would like to give answers to some questions.

Who employs neuromarketing?

Neuromarketing isn't cheap. For example, a group of 20 people can cost in excess of \$10,000. True neuromarketing is primarily used by large companies and organizations.

For what kinds of customers is neuromarketing effective?

Neuromarketing is a flexible method to determine customer preferences and brand loyalty, because it can apply to nearly anyone who has developed an opinion about a product or company. No matter what form it takes, marketing focuses on creating a positive and memorable impact in the minds of customers.

Sensory devices that create memories, for example, can be easily employed –the aroma of fresh bread, recollections of past stories, evocative language, a song that gets stuck in your head and won't come out – ultimately, these are all effective (if crude) examples of neuromarketing that can be used by nearly any business of any size.

Here are some marketing tips:

- Don't use "we" or talk about your corporation. Focus on your customers' pain point, not yours. Get to the point. Your message is competing with about 10,000 other messages sent to the brain daily.

- Be visual. Don't just tell about a product; show it. And if you can't show an image, create a mental image for your customers.

- Close strong. People pay the greatest attention at the beginning and end of an ad. This will help ensure memory storage. Use emotion. Surprise, laughter, fear, and anger all cause disruption– and thus, trigger memory.

Although their work heavily affects a visible part of advertising, neuromarketers focus primarily on the "back end" work. They're less concerned about developing a right message or branding than they are about studying the emotions and memories triggered by that message.

A neuromarketing campaign is more person-intensive. Whereas typical marketing draws broadly from a cross-section of customers, through a variety of methods (focus groups, surveys, customer records, etc.), neuromarketing focuses intently on individual marketing test subjects – usually no more than a few dozens, and over an extended period of time.

Toward this end, MRI and EEG machines are used to monitor participants' brain activity before, during, and after exposure to neuromarketing techniques. Other physiological sensors that monitor heart rate, breathing, and skin response may also be used.

Neuromarketing depends on a process known as priming – an electrochemical reaction set off whenever a topic is first introduced. Priming allows the brain to recall everything it knows about a specific topic (as with our opening Coke example). Even before the conscious mind becomes aware of a stimulus, the subconscious mind has already begun to process it and respond – all in the course of a single second. Neuromarketing, then, is most concerned about that second when a response is first formed.

Once a consumer's brain is primed, new information/stimuli is introduced to allow the brain to compare this new information with what it already knows, and to form and express conscious opinions about the product itself. This information is compared to the information already compiled in the priming stage.

Once all the data has been collected, the marketing campaign itself becomes more like any "traditional" marketing campaign. Based on the neural and sensory data collected, the broader marketing team will further develop and adjust the campaign in order to create maximum engagement, and memory retention, with consumers.

UKRAINIAN EDUCATION AS A BRAND

Padalko Y.V., Siedykh M.O., Sryvkova Y.V.

Kyiv National Linguistic University

In contemporary marketing approach education is considered a capital which can make a profit for a man. Education is based on bilateral market where there is

competition between the two parties: a university and a student. As a result, there appeared a need for branding and differentiation. Marketing tools should attract potential prospective students and create a positive image of the university on the global market. The target of this action is to maximize the revenue of the university.

Educational market was born in 1088 at the University of Bologna and gradually it covered the world. Ukraine joined the market much later – in the 90s of the 20th century. Due to the lack of marketing actions Ukraine didn't create a strong image and still does not have a well-formed reputation at the global market.

According to the statistics given by the Ministry of Education and Science of Ukraine, there are about 60,000 foreign students in Ukraine in 2018. In 2011 the number was 50,000. The top 4 countries, whose inhabitants study in Ukraine, are Azerbaijan, India, Turkmenistan and Morocco. Only 5% of foreign students are Europeans. Foreign students mostly choose technical and medical specialties.

In 2015 the Ministry of Education and Science of Ukraine changed its international policy and began positioning Ukrainian education as a brand. Education in Ukraine was rebranded. At first the Ministry of Education changed the logo and made their relevant website (<http://studyinukraine.gov.ua>). Nowadays the marketing campaign is targeting at the countries that hadn't been represented in the Ukrainian educational field. However, the Ministry of Education does not cover all the market. Firstly, they are focused on informing but not on selling education. Secondly, they concentrate their marketing strategy on students who are interested in studying abroad, not on students in general. Thirdly, they promote advertising activity without making any effort to attract the interest of people to Ukraine as a country of great culture. The last factor is the incorrect and incomplete use of marketing tools.

According to Philip Kotler's theory, company should control the whole process of sales both before and after. This is the best way to meet clients' needs and identify problems before they become crucial. The problems described can be solved by using the 4-stage system: informing, attracting, data support, sales and post-sale assistance. These stages are a modification of the AIDA system.

The marketing campaign should start with informing the students. As Tom Biscardi, a modern advertiser, said: "Without advertising there will be the worst – there will be nothing". The Ministry of Education participated in exhibitions for promoting, without storytelling. The main problem is to attract attention to Ukraine as the country where you can get education. There is only one possible tool for such information - the press. The main difference between a market player and a brand is that brand uses storytelling.

The feature of providing educational service is that after giving the needed information the stage of sales may not happen. Decision is not made spontaneously on a high-competitive market. It is important to explain to your potential consumer the benefits of your educational product and persuade him to buy it.

Since the process of making a buying decision is a long one, the mission of an advertiser is to maintain the interest of the client till the sale is made.

Ukraine has a great potential for attracting foreign students. The number of foreign students in Ukrainian universities can be increased by at least 20,000. This is facilitated by combining a moderate price and a high quality. If the students are well

informed about Ukraine, the goal will be easily achieved. The problem may be solved within the following academic years with the help of an active position of the Ministry of Education and Science. Especially promising are the European, Asian and South American markets.

To sum up all of the written above: Ukraine has promising prospects on the global market, but an underestimation of marketing influence does not allow the potential of Ukraine to be fully materialized. Ukraine has advantages over other participants of the educational market and can use them as an instrument of diversification.

LITERATURE

Про вищу освіту в Україні. Retrieved from <http://studyinukraine.gov.ua/uk/navchannya-v-ukraini/pro-vishhu-osvitu-v-ukraini/>

Серед іноземних студентів в Україні разюче домінують медики. Retrieved May 23, 2017, by <http://texty.org.ua/pg/news/>

Advertising Quotes. Retrieved from <https://www.brainyquote.com/topics/advertising>

Ukraine. Open For You. Retrieved from <http://studyinukraine.gov.ua/>

CONCEPTOS “AMOR” Y “MUJER” EN LOS FRASEOLOGISMOS ESPAÑOLES

Pavlyk O. V.

Universidad Nacional Lingüística de Kyiv

La lingüística moderna dispone de la cantidad bastante de los trabajos donde se investigan las características de fraseologismos y sus grupos. Sin embargo, la actualidad de tales investigaciones se queda, es que trabajos de este modo ayudan a presentar la parte substancial de la lengua en la forma sistemática bien organizada.

El tema del amor y de la mujer ha sido un objeto de estudio recurrente dentro de la fraseología. Este interés está motivado por varios factores. Uno de los más sobresalientes es que dentro de los fraseologismos españoles, usualmente clasificadas temáticamente, el amor y la mujer aparecen representando los papeles diferentes de la sociedad humana.

El fin del trabajo es defenir la evolución de los conceptos “mujer” y “amor” en fraseologismos españoles.

El objeto de la investigación es las fraseologismos españoles y su función en la lengua moderna.

El sujeto de la investigación es fraseologismos españoles que expresan el concepto de amor y de mujer.

La novedad del trabajo se presenta análisis lingüístico de las fraseologismos españoles del aspecto conceptual.

Junto con esto, en la lingüística moderna en cuanto a los fraseologismos se puede distinguir una serie de **tareas**:

- precisión de la definición de fraseologismos;

- búsqueda de los criterios de su definición;
- aclaración del origen de fraseología como ciencia en España;
- investigar la evolución de los conceptos “amor” y “mujer” en fraseología español.

La actualidad de la investigación consiste en que el fenómeno de la fraseología en la lengua española moderna pertenece a los problemas complicados de la lingüística teórica y práctica, pero poco investigados en la hispanística. Con motivo de esto, el análisis de los materiales fraseológicos españoles representa interés no solamente al idioma español, sino a toda la cultura de España, ya que las fraseologismos españoles son la parte muy importante de la mentalidad de la comunidad hispanohablante.

A pesar de diferentes investigaciones científicas donde se estudia la fraseología, en la lengua española este problema sigue siendo uno de los más actuales y menos investigados y por eso necesita gran atención y estudio profundo. La información sobre la fraseología en la lengua española se encuentra en los trabajos de la lingüística general, y en su mayor parte tiene el carácter de constatación. Los fraseologismos son un fenómeno interesante y sorprendente de las lenguas. Esta forma llamativa, expresiva y significativa de agrupar las palabras, para expresar los más diversos mensajes, es un hecho que ha llamado la atención de algunos lingüistas, como la del ginebrino Ferdinand De Saussure. El padre de la lingüística afirmaba: “Hay, primero, un gran número de expresiones que pertenecen a la lengua, son las frases hechas, en las que el uso nada cambia, aun cuando sea posible distinguir por la reflexión diferentes partes significativas. Estos giros no se pueden improvisar, la tradición los suministra”. (Saussure, 1973, pp. 209-210).

Según la Real Academia de La Lengua española proviene del lat. *phrasis*, “*expresión*”. Y sus significados son los siguientes: conjunto de palabras que constituyen un enunciado, frase que es de uso común y expresa una sentencia a modo de proverbio y frase que, en sentido figurado y con forma inalterable, es de uso común y no incluye sentencia alguna. Una frase hecha o dicho es una frase o expresión que tiene forma fija, tiene sentido figurado y es de uso común por la mayoría de hablantes de una comunidad lingüística, en todos los niveles sociales y culturales y que, por su morfología, no se considera refrán. Generalmente, se la incluye en el discurso oral y sólo excepcionalmente puede aparecer en el escrito.

De todos los materiales que hemos analizado, podemos definir dos direcciones clave en la manifestación del dicho concepto. La primera está representada por las fraseologismos que ponen de relieve el papel principal de la mujer en la sociedad humana, es decir la de madre y esposa, que se caracteriza por su fidelidad, obediencia, virtud y cuidados.

Por otro lado la mujer se caracteriza por su volubilidad, charlatanería, imprudencia, incapacidad de guardar un secreto, vanidad y infelicidad, que son las peculiaridades del carácter de la mujer típica.

El concepto de amor en la mente de lenguaje ingenuo es nociones cotidianas complejas de amor y tiene características clave no diferenciado, la dualidad, la dualidad, valores, sentimientos de carácter multidimensional correspondiente de que aparecen en los atributos sostenibles fichas de Amor, paremias y clichés lingüísticos.

En forma de concepto componente del amor objetivado gama de metáforas cognitivas que tienen un carácter recurrente en los aspectos sincrónicos y diacrónicos. Estas metáforas se dividen en tres grupos principales: *ontológicos* (metáforas sustancias relacionadas y contenedores), *estructurales* (metáforas relacionados con actividades humanas y el *estado fisiológico del hombre* (los fenómenos naturales de los seres vivos) y espaciales (metáfora que conceptualiza amor como movimiento vertical en movimiento se mueve horizontalmente hacia los lados y metáfora espacio-temporal para el inicio del movimiento).

LITERATURA

Guerra, A. M. (2003). *Lexicografía Española*. Madrid, España: Ariel.

Marín, J. M. (1996). *Estudios de fraseología española*. Málaga, España: Ágora.

Rubio C. R. *Estudio de la sintaxis de las paremias a partir de refranes de los meses del año*. Régimen de acceso: <http://www.recercat.net>

SYNTAKTISCHE AUSDRUCKSMITTEL DER NEGATION IM DEUTSCHEN

Petja A. W.

Nationale linguistische Universität Kyjiw

Die Kategorie der Negation ist eine der grundlegenden Kategorien des Ausdrucks des Denkens, die vollständig ist, ihre eigene Form und Inhalt hat und neben der Kategorie der Affirmation steht. Negation oder Verneigung ist eine vielschichtige Angelegenheit. Von den Regeln der Syntax ist nur ein Teilbereich betroffen (Duden 4, 2009). Um diese Kategorie zu untersuchen, appellieren die Forscher nicht nur an die allgemeinen Regeln der Sprache, sondern auch richten sie die Aufmerksamkeit auf die Besonderheiten einer Sprache, und diese Möglichkeit hilft eine klare Unterscheidung und Unterschiede zwischen den Ausdrucksweisen zu sehen.

Das gemeinsame semantische Kennzeichen aller Negationswörter besteht darin, daß mit ihnen der Sprechende den Inhalt seiner Aussage verneint. Es kann jedoch durch die Negationswörter der gesamte Satzinhalt (Satznegation, totale Negation) oder auch nur ein Teil des Satzes – etwa ein Wort oder eine Wortgruppe – verneint werden (Sondernegation, partielle Negation) (Helbig G., Buscha J., 1996). Nach der Meinung von Sukhareva, gibt es die folgenden Kategorien der Negation:

- 1) Sätze, deren Struktur ein intransitives Verb mit einer Negation enthalten;
- 2) ein Satz, in dem das Prädikat durch eine intransitive Negation des Verbs ausgedrückt wird;
- 3) Satz mit der Struktur, die das verbal-nominale Prädikat enthält;
- 4) Sätze, die Adverbien und Pronomen enthalten, zum Beispiel: *nichts, niemand, nirgendwo*, etc. Diese Konstruktionen sind unpersönlich, und der Hauptlied der Satz wird durch das abgelehnte Adverb oder Pronomen mit dem Infinitiv ausgedrückt;
- 5) Sätze, in deren Struktur das Wort *nein* vorhanden ist;

6) Sätze mit doppelter Negation, d.h. die Sätze, in denen mehrere Elemente fehlen, einschließlich die Einheiten, die die Bedeutung verstärken können;

7) abgelehnte Sätze, in denen das Wort *nein* mit einem Nomen oder Pronomen in Form von *Nein*, *Nichts* verwendet wird;

Die Mittel, die die Kategorie der Negation ausdrücken, werden sowohl morphologisch als auch syntaktisch ausgedrückt. Im Deutschen wird die Kategorie der Negation folgender Weise ausgedrückt:

1. auf der morphologischen Ebene:

a) mit den Partikeln: *nein*, *nicht*, *kein*: Und kommt dabei keinen Schritt weiter. Nein, vermutlich wurde sie umgebracht. Das passte vielen Leuten nicht in den Kram.

b) mit den Präpositionen: *ohne*, *außer*: Ohne einen Funken Mitleid fuhr der Peiniger fort. Der Kulturhaushalt des Landes Sachsen-Anhalt ist äußerst knapp bemessen.

c) mit den Konjunktionen: *nicht nur ... sondern auch*; *ohne ... zu*; *als dass*; *ohne dass*:

2. Auf der Ebene der Wortbildung:

a) mit den Präfixen: *ent-*, *un-*, *miss-*, *a-*, *ab-*, *an-*, *in-*, *im-*, *il-*, *ir-*: mißverstehen, unablässig, abbekommen;

b) mit den Suffixen: *-frei*, *-los*, *-leer*, *-arm*: zweifelsfrei, zwecklos, menschenleer;

c) mit den zusammengesetzten Wörtern mit der Komponente *nicht*: Nichtachtung, Nichtbeachtung;

3. Auf der lexikalischen Ebene:

a) mit den Wörtern: *nicht*, *kein*, *keiner*, *keine*, *nie*, *niemals*, *keinesfalls*, *keinesweges*: Als ich dir gesagt habe, ich wäre besessen von Geschichten und Geschichte, habe ich keineswegs übertrieben. Michael schien keinesfalls überrascht, sie in dieser Laune zu sehen.

4. Die Mittel der syntaktischen Ebene mit impliziter Negation:

a) mit den syntaktischen Phraseoschablonen: *Er und Sportler!* *Er und ehrlich!*

b) mit den rhetorischen Fragen: *Was ist das für ein Leben?*

c) Die Ausrufesätze der irrealen Wunsch: *Wenn wir die Arbeit schön erledigt haben!* [3]. Implizite Negation liegt vor, wenn im Satz kein Negationselement („kein“, „nicht“, „nie“ etc.) auftritt, jedoch durch die Semantik einzelner Teile des Satzes eine negative Bedeutung vorliegt. So finden wir beispielsweise in dem Satz „Er leugnet, die Katze getötet zu haben“ kein Negationselement, aber dennoch einen negativen Sinn, der durch die Bedeutung des Verbs „leugnen“ gegeben ist; folglich könnte man den Satz auch anders formulieren: „Er sagt, dass er die Katze nicht getötet hat.“ Die implizite Negation finden wir auch bei Subjunktionen („ohne dass“ etc.), Präpositionen („außer“, „ohne“) und immanent auch bei einigen Antonymen, die nicht durch Präfigierung negiert werden können (hoch<=>tief, aber: schön<=>unschön) (Jens Metz, 2003).

Im heutigen Deutschen gibt es eine große Anzahl verschiedene sprachliche Mittel, um Negation zu äußern. In meinem Beitrag habe ich über die wichtigsten Mittel zum Ausdruck der Negation erzählt.

LITERATUR

Dudenband 4: Die Grammatik. Mannheim. (2009).

Helbig G., Buscha J.: Deutsche Grammatik Ein Handbuch für den Ausländerunterricht. Leipzig. Berlin. München. (1996).

Отрицательные местоимения в татарском и немецком языках: Вопросы современной филологии в контексте взаимодействия языков и культур. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Елабуга. (2009).

Metz J.: Die Negation im Deutschen und sich daraus ergebende Schwierigkeiten für Deutschlernende mit spanischer Muttersprache. (2003).

LE RÔLE ET LES MOYENS DE L'HYPERBOLISATION DANS LE DISCOURS PUBLICITAIRE DU FRANÇAIS MODERNE

Pigol V.D.

Université nationale linguistique de Kyiv

A l'heure actuelle, la publicité fait partie de la vie quotidienne, elle reflète le mode de vie de la société. La publicité est un moyen d'information sur les nouveaux produits et services, ainsi qu'un moyen de convaincre l'acheteur de la nécessité d'acheter les produits annoncés. Sans aucun doute, l'hyperbole est un compagnon constant de la publicité et du journalisme, qui a une signification particulière pour la publicité commerciale.

L'hyperbole est une figure de **l'exagération** qui repose sur le **grossissement exagéré d'une caractéristique, d'une idée ou d'un sentiment** dans un but de **mise en valeur (positive ou négative)**. Ainsi, quand on dit de quelqu'un que c'est un "géant", on utilise une métaphore mais cela est également une hyperbole puisque l'on **grossit** le trait pour mettre en valeur la taille de la personne. On utilise également beaucoup les **superlatifs** pour construire une hyperbole. Cette figure de rhétorique ne manque pas d'être utilisée dans la communication. Elle permet, en effet, de valoriser la ou les qualités du produit d'une façon tellement excessive que le publicitaire s'assure que le récepteur de la communication reçoit bien le message sur les qualités du produit. Encore une fois, cette figure est souvent "combinée" à une métaphore car, le plus souvent, il est implicitement admis que le consommateur s'est rendu compte de l'exagération et que l'hyperbole n'est qu'un moyen de faire comprendre, de façon métaphorique, les qualités intrinsèques du produit.

L'histoire de l'hyperbole a commencé avec la **littérature antique** où elle est grandement employée dans **l'épopée** et le **théâtre** de l'époque. Il s'agissait de **mettre en valeur** les attributs des dieux, ou des personnages puissants pour insister sur leur caractère surnaturel, le fait qu'ils soient au-dessus du reste de l'humanité. On peut citer l'exemple de *L'Illiade* où le bouclier d'Ajax est composé de sept peaux de boeuf, pour montrer sa force exceptionnelle. Cette figure de style a ensuite été reprise dans la littérature du **Moyen Âge**, là encore dans l'épopée. La plus connue, *La Chanson de Roland*, en contient beaucoup, dans le même but de mise en valeur des héros. Ainsi,

ces derniers font énormément de morts, les batailles sont vraiment sanguinaires et violentes etc.

De nos jours, l'hyperbole est très utilisée dans le domaine de la **publicité**: on veut convaincre que le produit mis en avant est forcément le meilleur parmi tous ceux du marché. Alors, en publicité, l'hyperbole consiste en une expression qui porte au plus haut sommet, la vérité d'une idée ou, très souvent, une marque ou l'une de ses qualités, pour produire ainsi une grande impression. Le principal avantage de l'hyperbole est de concevoir par elle des formules-chocs dont l'emphase, attireront l'attention puis laisseront sans doute des traces dans l'esprit des consommateurs, et cela que ces derniers croient ou non à l'affirmation hyperbolique (Alaev, 1987).

L'hyperbole au début du texte est particulièrement efficace, car elle attire l'attention du destinataire, provoque sa réaction active. Ainsi, avant même de se familiariser avec l'ensemble du texte, le consommateur va penser, il va être intrigué, il va sourire, comparer avec le connu, passer à l'attente – en un mot, s'adapter à la perception de la publicité. L'hyperbole est sans doute la figure de style la plus utilisée en publicité, mais c'est aussi la plus risquée tant elle sert encore à créer des lignes d'une banalité et d'une prétention affligeantes. Au point, d'ailleurs, de pouvoir éventuellement nuire à la crédibilité de l'annonceur (Alaev, 1987).

Dans la publicité hyperbole est généralement utilisé pour représenter les biens annoncés très grands, de sorte que l'acheteur potentiel comprend quels grands avantages il obtiendra en achetant le produit annoncé.

Le danger de l'hyperbole est que l'exagération doit être comprise par le récepteur de la publicité. Si la figure de rhétorique n'est pas comprise ou acceptée, on risque rapidement de tomber dans le comique avec des promesses qu'il est impossible de tenir. Hyperbole exagère certaines propriétés de l'objet, mais ne le fait pas pour tromper la personne à qui il est adressé. On peut limiter à deux perspectives. D'une part, alors que l'hyperbole est le plus souvent envisagée sous l'angle de sa production, on peut l'examiner principalement sous celui de sa réception, avec trois interrogations complémentaires: comment le récepteur identifie-t-il une hyperbole publicitaire, mais aussi comment évalue-t-il sa production chez l'annonceur et comment ce dernier essaie-t-il de faire passer ses énoncés hyperboliques auprès du public? D'autre part, nous insisterons sur une sorte de paradoxe de l'hyperbole publicitaire. Bien qu'elle semble a priori évidente, il y a la nature floue et fréquemment problématique (Adam, Bonhomme, 1997).

L'intérêt que le monde de la publicité, adepte du flou discursif et de la vraisemblance, voue à l'hyperbole découle aussi de ce caractère. Mais l'hyperbole suscite aussi attirance et préférence de la part des publicitaires, adeptes de la théorie esthético-perceptive de la communication publicitaire. Selon les tenants de cette théorie, elle permet d'allier la beauté d'un message à son efficacité. Pour Joannis (Idem) qui voit dans l'hyperbole publicitaire un fort pouvoir d'implication permettant de pousser la performance du produit ou le bénéfice consommateur au-delà de leurs représentations réelles, la crédibilité devient élevée lorsque le message publicitaire idéalise l'offre (Joannis, 1995). Selon M. P. Brandes, dans le contexte esthétique, l'ampleur de l'utilisation de l'hyperbole pour créer une expressivité générale va de l'ironie au pathétique (Brandes, 1990).

L'hyperbole a deux significations principales: traditionnelle et situationnelle-objective. En linguistique, ils sont appelés respectivement sujet-logique et contextuel-émotionnel. Ces deux significations, c'est-à-dire les représentations, fusionnent, créant une image unique. Les significations logiques des mots acquièrent une signification émotionnelle de cette manière (Caumont, 1995).

LITTERATURE

- Алаев, С. В. (1987). Языковые средства для подчеркивания качества и преимуществ продукции в рекламном тексте. Сумы.
- Брандес, М. П. (1990). Стилистика текста. Москва: Прогресс-Традиция.
- Adam, J.-M., Bonhomme, M. (1997). L'Argumentation publicitaire. Rhétorique de l'éloge et de la persuasion. Paris: Nathan université.
- Caumont, D. (1995). La structure des énoncés d'un message publicitaire a-t-elle une influence sur son efficacité?
- Joannis, H. (1995). De la stratégie marketing à la création publicitaire. Paris: Dunod.

JUVENILE CRIME IN UKRAINE

Prigodich M.K.

Kyiv National Linguistic University

What is the most awful problem in the countries of the world? Are the environment problems very unpleasant? The worst problem that destroys lives of young people is juvenile crime. The young man cannot think how crimes destroy his morals and relationships with other people. Juvenile crime started to arise in the middle of 1980s and peaked in the early 1990s. The rate of juvenile crimes decreased in the middle of 1990s, but this has not alleviated the concern. (Juvenile Crime, Juvenile Justice, 2001.)

First of all, the juvenile crime is the problem that exists in all countries. Many people say that the youth is the best time for teenagers. But other people are sure teenagers have a lot of problems in this period. Juveniles are defined as those people who have not reached adulthood or the age of majority. I think, juveniles aged from 14 to 17 must think about what they should do or should not. In theory, young people think nobody can catch them; no one can prohibit them from doing what they want. In practice, they all were arrested or amerced by police. Juveniles do not understand that crimes are the worst problems in their lives.

Secondly, juvenile crimes are becoming much tougher. At first, juvenile offenders steal a small candy, a toy or push someone. Then, they help criminals to steal clothes, cars or jewellery. When a teenager becomes annoyed or furious he can kill or injure somebody or damage something. They just cannot control themselves. Moreover, when they join the gang they can organize a diversion. Racketeering and hostage taking can be their job. And they can go to prison and their lives will end.

Finally, why do young people become criminals? I suppose alcohol and drugs make people criminals. They become dependent on drugs or alcohol. But for these drinks and drugs they need money and teenagers start mugging, pick pocketing,

shoplifting, smuggling, and finally killing. However, teenagers are influenced by parents. If parents drink much alcohol or take drugs juveniles think it is not so bad. Therefore, children of such parents may become criminals. Parents also do not pay attention to their children. Teenagers have to be independent and survive in the street.

In conclusion, what is the role of movies, the Internet and video games? A lot of movies and video games are with a tough, violent plot and juveniles sometimes do not understand where fantasy or reality is. They watch films about gangsters with guns and imagine that they can be like them. The Internet contains much negative data that children do not understand and comprehend.

To sum up, a significant number of teenagers aged from 14 to 17 become criminals. They can go to prison or live in the street; it does not matter for them. They commit crimes and their lives end soon. On the other hand, if young people can stop at an appropriate time, they are able to start a new life.

In Ukraine the state does not pay enough attention to the problem of juvenile crime because of economic and political crises. Moreover, this situation becomes more complex due to the consequences of the ongoing armed conflict in Eastern Ukraine. According to estimates of independent experts, the number of “street children” in Ukraine has increased dramatically. Their estimated number ranges from 120 to 300 thousand (Golovkin, 2016).

The juvenile criminals are not tried like adults. Juvenile court judges may have greater license especially with very young children, to find alternative means of rehabilitating a child and preventing future delinquency. They may recommend court appointed therapy, house arrest, or a variety of measures except incarceration. In many cases, records of children who commit crimes are expunged when a child reaches eighteen, especially if no other crimes have been committed (Katerenjok, 2017).

I consider that the state needs to create programs helping discourage teenagers from committing crimes. The core of these programs may consist of avoiding drugs, alcohol, cigarettes and gang involvement. Furthermore, they may focus on teenagers’ education and therapeutic help for their families.

In conclusion, juvenile crime is the most awful problem that has ever existed. Parents must not forget that their children need more attention from them. Parents should teach and show how to live life fully and properly. If teenagers live correctly, their life will be much better and the rate of juvenile crimes will decrease.

LITERATURE

- Golovkin, B. M. (2016). *Juvenile crimes as a social problem*. Yaroslav Mudryi National Law University. Retrieved from <http://plaw.nlu.edu.ua/article/view/72195>
- Institute of Medicine and National Research Council*. (2001). *Juvenile Crime, Juvenile Justice*. Washington, DC: The National Academies Press. Взято з <https://www.nap.edu/read/9747/chapter/3>
- Katerenjok, A. (2017). *Juvenile Delinquency*. *Department of Sociology and Law*, NTUU “KPI”. Retrieved from <http://konfist.fl.kpi.ua/ru/node/808>

**MILITARY TERMS IN POLITICAL DISCOURSE FROM ENGLISH INTO
UKRAINIAN TRANSLATION PECULIARITIES
(BASED ON “LESSONS FROM RUSSIA’S OPERATIONS IN CRIMEA AND
EASTERN UKRAINE GEOPOLITICAL RESEARCH”)**

Poliukhovich D.An.

Kyiv National Linguistic University

Special vocabulary of the military affairs is very flexible with a great amount of meaning migration. Different military groups and different wars are usually infiltrate into the language of civilians, too and it is also impacted by a number of specialized civilian vocabularies. More, plenty of such units enter military terminology, picturing realities of a certain period or moment in time and space.

The eastern part of Ukraine being in the state of the Anti-Terrorist Operation determines the necessity of studying the special vocabulary of the ATO in Ukrainian and its representation in the English-language geopolitical research.

Nowadays specialized languages are seen as sub-assemblies of the common language and lexical units of the common language, too.

In fact, there is rather a difference of degree between the common languages and the specialized ones than a difference of nature; the peculiarity of the specialized languages is mainly relevant in use. Therefore, common language units are used in situations that can qualify them as unmarked.

According to Cabré (1999), it could be revealed that special languages have many features in common with the general language, so that a definition of special languages must include the following characteristics:

- 1) the distinctive elements of special languages are not isolated phenomena, but rather interrelated sets of characteristics;
- 2) the purpose of communication is more important than other, complementary functions;
- 3) the special nature consists of differences in subject field, user knowledge, and area of usage.

There is a set of requirements the term should fulfill, among which: connection with scientific concepts, having definition, consistency, special sphere of use, uniqueness within the field of terminology, independence on context, accuracy, shortness, semantic transparency, absence of synonyms and homonyms, stylistic neutrality, euphony. According to the degree of formality, the terms of the Ukrainian language are classified into terms, prototermes, pre-terms, terminoids and pseudotermes.

It can be concluded that the semantic analysis allowed stating that the analyzed vocabulary of this thematic group in English and Ukrainian geopolitical research connected with the same phenomena, i.e. Anti-Terrorist Operation in Ukraine; the most numerous semantic group of these lexical units in both English and Ukrainian is “armed / non-armed organizations”.

It is followed by other numerous groups such as “armed forces’ actions and operations”, “geographical locations within ATO zone”, “actions of non-armed organizations”, “civilian people” and “situation during the armed conflict”.

The semantic analysis also reveals the existence of synonymy and homonymy in the specialized vocabulary of this sphere, which leads to the conclusion that it is still not well organized and systematized.

There are certain similarities and differences in the structural organization of the vocabulary of this thematic group in English and Ukrainian.

The similarities include the fact that the most numerous structural groups of one- and two-component units.

The most spread patterns of forming lexical units are abbreviation, “Adjective + Noun” and “Noun + Noun”.

The differences include the presence of five-component units in Ukrainian in contrast to English where they are absent.

There are wide prospects for further research, first of all, it is systematizing the specialized vocabulary of Anti-Terrorist Operation in Ukraine in order to avoid misunderstandings, as well as creating multi-language dictionaries of this vocabulary. Further research is also important to determine the concept of “specialized vocabulary” and delineating its scope in further lexicology as a science.

BIBLIOGRAPHY

Cabré, T. M. (1999). Terminology. Theory, methods and applications. Amsterdam.

LES CARACTÉRISTIQUES LEXICO-GRAMMATICALES DU TEXTE PUBLICITAIRE FRANÇAIS

Pyschtchour A. V.

Université Nationale Linguistique de Kiev

Le texte publicitaire est une sorte de texte des médias de masse qui a son propre pragmatisme, notamment il sert à influencer le consommateur dans le sens de changer ou de renforcer son attitude positive envers le produit ou le service annoncé. L'impact dans le texte publicitaire est largement obtenu grâce à l'utilisation de la persuasion (un moyen argumentatif de soumettre des informations), ainsi que des moyens d'imagerie vocale (Маслова, 1997, p. 137).

Lors de la création d'un texte publicitaire, divers moyens d'expression, en particulier lexicaux et grammaticaux, sont activement utilisés.

Prenant en considération les moyens lexicaux de l'expressivité, nous notons que la caractéristique distinctive du texte publicitaire est l'usage des locutions verbales.

Dans les textes publicitaires français on utilise souvent les adjectifs et adverbes suivants: plus, moins cher, mieux, plus rentable, le plus, le seul, l'unique, super, etc. Cel exique vise à présenter sous un jour favorable les avantages de certains produits ou services par rapport à des produits ou services similaires d'autres producteurs.

Les adjectifs et les adverbes sont utilisés dans les textes publicitaires pour transmettre des informations émotionnelles afin d'attirer les acheteurs potentiels et de

les intéresser. Cette fonction du texte publicitaire est également réalisée par les métaphores.

Une métaphore est une technique dans laquelle les caractéristiques d'un objet sont transférées à un autre sur la base d'une similitude. La métaphore façonne non seulement l'idée de l'objet, mais représente également la manière et le style de la réflexion. La métaphore publicitaire est laconique, son but est de nommer figurativement et expressivement des objets et des phénomènes:

“Venez vitaminer votre français!”

Les comparaisons sont largement présentées dans les textes publicitaires. Ce technique permet d'évoquer dans l'esprit du destinataire, c'est à dire d'un consommateur, une telle comparaison par rapport à laquelle la caractéristique présentée semble la plus avantageuse:

“Conforama, le pays où la vie est moins chère”.

Aux moyens lexicaux d'expressivité du texte publicitaire on peut également ajouter l'antithèse. On peut la définir comme “la connexion et la comparaison d'idées opposées, pour atteindre une plus grande clarté d'images ou pour une expression plus forte de sentiments et d'idées” (Карамышева, 2001, с. 105). Dans ce cas de l'utilisation de cette technique stylistique sur un effet de contraste le texte publicitaire acquiert la nuance plus originale, donc le sens est perçu de la signification opposée. L'antithèse est souvent utilisée dans les titres publicitaires:

“Espace interieur maximum. Encombrement minimum” (PEUGEOT 106).

Les principaux moyens grammaticaux d'expressivité du texte publicitaire sont souvent syntaxiques. Dans le texte publicitaire, la majorité des phrases sont d'ordre directe de mots mais on utilise assez souvent l'inversion facultative, emphatique, due à une recherche d'expressivité, ainsi que les questions rhétoriques et les exclamations, la dislocation, l'ellipse, les phrases défragmentées ou inachevées, le parallélisme.

Les textes publicitaires français sont toujours très concis, facilement mémorisés et composés de 4 à 10 mots (Наймушин, 2001, с. 325):

“Avec Carrefour, je positive” (publicité du supermarché Carrefour).

“Toute la légèreté d'une brume pour un volume naturel” (Timotei, eau volumisante).

L'organisation grammaticale des textes publicitaires est une combinaison unique d'une variété infinie de moyens visuels et lexicaux. Si on prend en considération l'ordre des mots il est à noter l'inversion et l'usage de structures passives:

“Le plus pratique des sacs plastiques” (Sac poubelle).

Les formes de négation ne sont pas souvent utilisées en raison du fait que former une impression négative sur le niveau subconscient du service ou du produit, alors que l'objectif de presque tous les textes publicitaires est de créer une image positive:

“La vie est confortable! Nombreux modèles de canapés et banquettes disponibles” (La maison du Convertible).

Nous constatons clairement que parfois la publicité est si orientée à minimalisme, qu'elle représente l'union d'un image graphique d'un produit et d'un slogan publicitaire en une phrase nominative ou même en une lettre:

“Coca-Cola”, “La vie Auchan” (Auchan, supermarché), “Fou d'elle” (TED Lapidus, parfum), “ô” (Lancôme).

Au niveau morphosyntaxique, les caractéristiques du texte publicitaire les plus pertinentes peuvent être attribuées à l'utilisation des formes impératives du verbe. Donc, un certain dynamisme est donné au message publicitaire (Зазыкин, 1992, с. 145):

“Devenez propriétaire de votre résidence secondaire” (Cherbourg-Tourlaville),
“Mettez du fruit dans votre vie” (*Andros*, confiture).

Par conséquent, les textes publicitaires français sont toujours très concis et faciles à retenir. Les différents procédés stylistiques peuvent être utilisés pour influencer le consommateur. La publicité crée une image positive du produit annoncé par les techniques de manipulation mentale, incitant ainsi à une action. L'utilisation de certains moyens lexicaux et grammaticaux peut considérablement augmenter l'expressivité et l'émotivité du texte et son impact suggestif, impliquant le destinataire dans un monde virtuel des images.

LITTÉRATURE

Зазыкин, В. Г. (1992). *Психология в рекламе*. Москва, Россия: ДатаСтро.

Карамышева, Т. В. и Иванченко, А. И. (2001). *Реклама как компонент межкультурной коммуникации. Уроки французского языка*. Санкт-Петербург, Россия: КАРО.

Маслова, Н. М. (1997). *Язык и стиль рекламы*. Москва, Россия: Просвет.

Наймушин, А. Д. (2001). *Основы организации рекламы*. Москва, Россия: Внешторгиздат.

LES PARTICULARITES LEXICO-GRAMMATICALES DES TITRES DE PRESSE FRANÇAISE: LA VISÉE PRAGMATIQUE

Rabtchoun A.

Université nationale linguistique de Kyiv

De nos jours, la presse joue un rôle important dans notre vie quotidienne car elle nous apporte une immense source d'informations qui proviennent du monde entier. De nombreuses personnes ont l'habitude de commencer une nouvelle journée par la lecture d'un journal. Cependant, souvent, elles n'ont pas beaucoup de temps pour lire tous les articles et elles ne font que parcourir les titres. D'après J. Mouriquand (1997) 80 % du contenu d'un journal est éliminé en quelques minutes de feuilletage et un mauvais titre d'un bon article peut lui faire perdre la moitié de ses lecteurs.

Tous les auteurs sont unanimes pour dire que le titre est un élément important de l'article, grace aux gros caractères, ils jouent non seulement le rôle d'annoncer l'information mais aussi d'inciter à lire l'article. B. Grevisse (2008) a aussi utilisé le mot “accroche” qui désigne “La partie d'une annonce publicitaire et d'un article de journal destinée à attirer l'attention du lecteur”.

D'après P. Charaudeau (1983) les titres d'information sont d'une importance capitale; car non seulement ils annoncent la nouvelle (“la fonction épiphaniqne”) non seulement ils conduisent à l'article (“fonction guide”), mais encore, ils résument, ils condensent, voire ils figent la nouvelle au point de devenir l'essentiel de

l'information. Le titre acquiert donc un statut autonome; il devient un texte à soi seul, un texte qui est livré au regard des lecteurs comme tenant le rôle principal sur la scène d'information". Généralement, le titre d'un article doit bien évidemment donner envie de le lire. Il doit aussi exprimer le cœur de l'article le plus fidèlement possible.

Avant de présenter les particularités lexico-grammaticales des titres de presse, une remarque sur la visée pragmatique s'impose. La tâche de la pragmatique consiste dans ce cas à formuler des conditions pour l'acceptabilité de l'acte de parole intitulant dans un contexte communicatif précis. L'analyse pragmatique du titre se fait en trois étapes: d'abord, nous regardons la structure du contexte, finalement nous formulons des hypothèses sur les relations entre le titre et son contexte, en examinant les fonctions et les effets du titre. Sur la base de l'analyse pragmatique linguistique nous avons pu établir trois types de fonctions exercées par le titre, en tant qu'énoncé intitulant:

1. Le titre remplit une fonction informative, en vertu de sa valeur locutionnaire, qui fait qu'il affirme quelque chose;
2. Le titre remplit une fonction performative, en vertu de sa valeur illocutionnaire;
3. Le titre a une fonction appellative parce qu'il désigne le co-texte;
4. Le titre a une fonction modalisatrice parce qu'il se déclare vrai;
5. Le titre a une valeur contractuelle parce qu'il promet de l'information;
6. Le titre remplit une fonction persuasive, en vertu de sa valeur perlocutionnaire parce qu'il incite le lecteur à la lecture.

Nous constatons qu'il y a des structures diverses pour former un titre de presse. Il n'est pas obligatoire qu'il y ait une phrase complète. Nous pouvons distinguer la structure syntaxique des titres en nous basant sur la présence du noyau verbal. "Sarkozy veut supprimer 300 000 emplois publics" (Le Monde), "Les livres sortent des bibliothèques" (Le Figaro) "Marine cultive sa cote chez les paysans" (Canard enchaîné). Ces titres sont principalement des titres informatifs. Grâce à cette structure syntaxique, les informations sont déclarées de manière plus complète. Les titres à la forme interrogative servent à poser une question que l'on suppose être une question du lecteur. Et ensuite, le contenu de l'article est une réponse de cette question "Des éoliennes construites à Brégaillon?" (Var-matin).

Les stratégies lexicales employées dans les titres de presse sont nombreuses et variées. Les figures de style sont utilisées assez souvent dans des titres car elles produisent chez les lecteurs des effets stylistiques et affectifs. Les journalistes emploient ces figures stylistiques dans des titres concernant plusieurs domaines comme la politique, la société, l'économie, la culture, le sport, etc. Plusieurs titres utilisent en même temps des figures de style différentes: "Croissance et déficits : Bruxelles épingle de nouveau la France" (Le Monde) avec l'antithèse dans le SN cadratif et la métonymie dans l'énoncé suivant les deux points. Ou dans (Libération) : "Super Marion, héraut de l'euro en dessous de zéro" avec l'allusion et l'assonance, dans (Le Monde). Nous remarquons aussi une autre figure de style pour former des mots nouveaux. Il s'agit du néologisme: "Emploi d'un mot nouveau (soit créé, soit obtenu par dérivation, composition, troncation, siglaison, emprunt, etc., néologisme

de forme) ou emploi d'un mot, d'une expression préexistants dans un sens nouveau". Par exemple: "L'émergence du "trumpisme" (Le Monde). Cette figure crée un effet de surprise ou humoristique. Les chiffres qui sont utilisés dans les titres aident à réduire leur longueur en attirant directement l'attention du lecteur: "75% des Allemands contaminés au glyphosate"; 7421 brevets déposés par l'Ile-de-France; 10 ans de plus pour les centrales nucléaires françaises (L'OBS). A titre d'exemple de la présence des jeux de mots dans la presse française on peut citer les cas suivants: "Ecolo réglo" (L'express) – la parenté phonétique de [o] renforce l'image négative de l'eurodéputé Europe Ecologie-les Verts Pascal Durand concernant son paiement des indemnités d'élu. "Dessine-moi un Picasso" (L'OBS) – réutilise une phrase du Petit Prince: "s'il te plaît, dessine-moi un mouton". Le texte présente le documentaire "Un vrai faussaire" de Jean-Luc Léon.

Le titre remplit enfin une fonction d'anticipation car il crée une attente. Remplissant sa fonction d'information, mais de façon tellement partielle, il pose en fait une question à laquelle seul le texte peut apporter une réponse.

LITTERATURE

Mouriquand, J. (1997). *L'écriture journalistique, "Que sais-je"*. Paris, France: Presses universitaires de France.

Grevisse, B. (2008). *Ecritures journalistiques*. Bruxelles, Belgique: De Boeck Université Bruxelles.

Charaudeau, P. (1983). *Langage et discours, Eléments de sémiolinguistique* (Théorie et pratique). Paris, France: Hachette.

CARÁCTER ESTILÍSTICO-EXPRESIVO DE LOS NEOLOGISMOS DEL LÉXICO ESPAÑOL CONTEMPORRÁNEO A BASE DE LA PRENSA ESPAÑOLA

Riabchuk Y., Navarenko I.

Universidad Nacional Ligística de Kyiv

La lengua es un organismo vivo dentro del cual las palabras nacen, se desarrollan y mueren con la evolución social. Esta es una de las razones por la cual, en el avance de las sociedades, ciertos grupos de voces desaparecen de la competencia de los hablantes para dar lugar al surgimiento de otras nuevas.

Hasta hoy lengua experimenta un proceso de continuos cambios, particularmente con la creación de nuevas palabras, la desaparición de otras, las modificaciones de la escritura, las variaciones de estilo y hasta el surgimiento de modas en la manera de escribir. Todo eso condicionó la actualidad de nuestro análisis.

El objeto es los textos de la prensa española "El Mundo", "El país", "ABC".

El sujeto de este trabajo es la neología léxica y sus fundamentos morfológicos.

El objetivo de la investigación consiste en revelación de los procesos de formación de palabras del estilo publicitario y característica de sus rasgos estilístico-expresivos.

La investigación del problema mostró que el logro del objetivo presupone la solución de tales **tareas**:

- determinar los clases de neologismos;
- examinar los textos de estilo publicitario y buscar allí los ejemplos de la formación de palabras nuevas;
- describir el proceso de formación de nuevas palabras y modelos de su creación.

Hoy día hablamos a menudo de neologismos sin darnos cuenta de que esta palabra incita muchas discusiones de lingüistas eminentes que no lograron ponerse de acuerdo en cuanto a una definición. La Neología es una disciplina lingüística que estudia los neologismos, su formación y empleo; sin embargo, la neología engloba no solamente las denominaciones de nuevas realidades, sino también palabras ya existentes que han cambiado de significado, extranjerismos y préstamos de lenguas extranjeras.

El término neologismo nace en el siglo XVIII para designar una afectación en la manera de expresarse. Será a partir de los años 70 cuando la neología léxica adquiere más fuerza por algunas fundadas razones, como:

1) el progreso tan rápido de la ciencia y la técnica, que conlleva la creación de muchas necesidades denominativas, tanto para designar las novedades como para difundirlas;

2) la evolución de la sociedad actual que nos conduce a una situación lingüística escindida en dos tendencias opuestas: una de ellas, la utilización del inglés, y la otra, el hecho de que las lenguas no dominantes aseguran la continuidad de su sistema, además de actualizar y diversificar permanentemente su código;

3) la aparición frecuente de foros internacionales de carácter cultural, político o económico que ejercen un papel difusor muy importante;

4) la intervención de los gobiernos en materia de lenguaje ha llevado a la propuesta de planes de política lingüística no sólo para las lenguas amenazadas sino también para las lenguas consideradas como poco dominantes (Cardero, 2004).

En este trabajo hemos tratado de mostrar diferentes tipos de formación de neologismos exponiendo un análisis, clasificación y comparación de voces encontradas en los artículos en los periódicos “El Mundo”, “El país”, “ABC”.

Para introducir nuevas palabras en el español se deben cumplir tres condiciones: que no exista ninguna palabra en español que exprese lo mismo; que sea una palabra pronunciable y se la pueda adaptar a nuestra ortografía; que todos los países de habla castellana la adopten (*exjugador, contrataque, contragolpear*).

En la formación de palabras coloquiales españoles y debido al levantamiento de una serie de limitaciones propias de otros ámbitos lingüísticos, se pone de manifiesto una gran libertad y actividad de la creación individual de palabras. La situación concreta del habla genera neologismos individuales, bien por necesidades de carácter informativo (*blanquirojo, semiveloz*) y por la tendencia a la “economía de esfuerzos en el habla” (*las ultras, el ex*), bien por la tendencia de los hablantes a la expresividad (*enmascarador, federciclo*), o el gusto por el juego con las formas de las palabras (*motoGP*).

Como es fácil de imaginar, son muchas más las caras que nos presentan los neologismos, pues son tanto el futuro del léxico, como el presente y el pasado. Los que hoy aparecen serán, en alguna medida, las voces del mañana, y nos sirven para comunicar la realidad de hoy, y nuestras intenciones comunicativas de hoy. Pero la lengua que manejamos no sería lo que es si su léxico no estuviera lleno de neologismos: todas nuestras palabras en algún momento, bajo un aspecto u otro, fueron neologismos.

LITERATURA

- Camacho, M. (2010). *La especialización en el periodismo: Formarse para informar*. Sevilla, España: Comunicación social.
- Cardero, A. M. (2004). *Lingüística y terminología*. México, México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Hernando, C., Luis A. (2000). *El Discurso periodístico*. Madrid, España: Verbum.

VÝBĚR UČEBNIC ČESKÉHO JAZYKA PRO UKRAJINCE

Rusyn M.A.

Kyjivská národní lingvistická univerzita

Při výuce češtiny hrají velkou roli učebnice, ze kterých vyučující čerpají informace, jak při výuce, tak při plnění domácích úkolů či procvičování ve svém volném čase. Každý kdo přistupuje k výuce českého jazyka, by měl mít jasný cíl, kterého chce za pomoci učebnice dosáhnout. Podle něj si následně vybírá učebnici, která bude odpovídat jeho požadavkům. Někteří se chtějí rychle, efektivně a zároveň dobře dorozumět v základních komunikačních situacích a pro jiné může být cílem studia češtiny složení jazykové zkoušky, kterou potřebují k získání trvalého pobytu na území ČR.

Pro analýzu učebnic českého jazyka jsem vybrala několik nejpopulárnějších knih:

1. Česky krok za krokem od Lidy Holé.

Tato učebnice je představována jako praktická učebnice současné češtiny na bázi angličtiny. Doplnkovými materiály jsou pracovní sešit, přehled české gramatiky a CD. Je určena začátečníkům a středně pokročilým a je strukturována do dvaceti lekcí, ve kterých je možné seznámit se základy českého jazyka. Obsahuje velké množství cvičení, obrázků, fotografií. Každá lekce je doplněna cvičeními, aktivitami v ilustrovaném pracovním sešitě a zvukovými nahrávkami na CD (Holá, 2008).

2. Čeština pro cizince od Josefa Hrony a Karly Hronové.

Učebnice je určena pro anglicky mluvící uživatele, ale lze ji využít i k práci bez zprostředkovacího jazyka. Učivo je v ní rozděleno do pěti lekcí. Celá kniha je zpracována jednoduše, přehledně a nejdůležitější informace jsou modře zvýrazněny. Každá lekce začíná obrázkem, který je níže krátkými jednoduchými větami popsán. Na závěr knihy autoři zařadili gramatická cvičení, poznámky ke gramatice, výslovnost, pravopis a fonetická cvičení (Hronová K., Hron J., 2009).

3. Česky, prosím od Jitky Cvejnové.

První díl souboru moderních komunikativních učebnic češtiny pro cizince je určen všem začátečníkům. Kniha je univerzálně pojatou učebnicí, která má komunikativní formu. Učebnice je psána pouze v češtině a nepoužívá přechodný jazyk. Učivo je diskutováno v deseti lekcích. Kniha systematicky rozvíjí všechny dovednosti, a to čtení s porozuměním, rozhovor, poslech a psaní. Důraz je kladen na přirozený dialog jazykového materiálu, který respektuje nejčastější praxi každodenního rozhovoru. Publikace se skládá ze dvou svazků: výuky a pracovní knihy. To je vhodné pro kolektivní i individuální trénink. Publikace se skládá ze dvou svazků: učebního a pracovního sešitu. Je vhodná jak pro výuku kolektivní, tak pro výuku individuální (Cvejnová, 2012).

4. Chcete mluvit česky od Elgy Čechové, Heleny Trabelsiové, Harry Putz.

Učebnice je určena všem začátečníkům. Obsahuje 15 témat a různá zadání k nim. Každý článek je koncipován jako samostatná tematická jednotka obsahující hlavní slova z navrhovaného tématu, mnoho krátkých dialogů, dva texty pro ovládnutí této slovní zásoby, odpovídající gramatická cvičení, která jsou zaměřena na analýzu, zobecnění nového materiálu, praktickou aplikaci materiálu, slovní zásobu k tématu. Na konci každé části najdete obsahově různá a dostupná praktická cvičení (Čechová, 1999).

Mezi ukrajinských edicí, které používají při výuce češtiny, je možné vymezit tyto učebnice:

5. Česká mova od Ljudmily Danylenko.

Učebnice je základní učebnicí, ve které jsou základy fonetiky, morfologie a syntaxe českého jazyka systematicky vymezeny ve srovnání s ukrajinským jazykem z hlediska komunikačního přístupu a s přihlédnutím ke zvláštnostem rodilého prostředí. Každá lekce obsahuje text s různými tématy a k ní je sestaven slovník. Lekce obsahuje také gramatický materiál a speciální cvičení. Tady nevidíte obrázky nebo fotografie, ale výklad materiálu je srozumitelný pro každého (Danylenko, 2007).

6. Česká mova dlja Ukrajinciv od Jiří Hasila, Olgy Palamarčuk a Nadiji Lobur.

Na rozdíl od Danylenkovy učebnice, tato učebnice je mnohem modernější a používá moderní výukové metody, obsahuje zajímavý a relevantní textový materiál, systém cvičení a úkolů, které rozvíjejí jazykové dovednosti studentů (Hasil, Lobur, Palamarčuk, 2011)

Závěrem této kapitoly můžeme konstatovat, že učebnice ve vzdělávacím procesu hraje velkou roli. Klíčovou roli ve vyučovacím procesu má učitel, jeho kreativita a invence, které do výuky vnášejí.

LITERATURA

Cvejnová J. *Česky, prosím*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2012.

Čechová E., Trabelsiová H., Putz H. (1999) *Chočete hovoryty po-čes'komu? = Chcete mluvit česky? : (čes'ka mova dlja počatkovych kursiv)*. Liberec :Harry Putz.

Danylenko, L. (2007) *Čes 'ká mova: Pidručnyk*. Kyjiv: Dovira.

Hasil, J., Lobur N., Palamarčuk O. (2011) *Čes 'ká mova dlja Ukrajinciv*. Lviv, VC LNU Ivana Franka.

Holá, L. (2008) *New Czech step by step*. V nakl. Akropolis 4., opr. vyd., 2 sv. Praha: Akropolis.

Hronová K., Hron J. (2009) *Čeština pro cizince, první kroky = Czech for foreigners : the first steps* : Praha: Didakta.

INTERTEXTUALITY IN POLITICAL DISCOURSE

V.V. Sakharuk

Kyiv National Linguistic University

Politics as discourse is a constantly redefined area. David Bell (1975) says that “we are all political beings in our everyday life” and adds that if politics is communication, we must study who talks to whom and what they say (p. 93). Schaffner (1997) added that political language, discourse and text themselves are vague terms and that political speeches are not a homogeneous genre. Over the last three decades, the study of political discourse has become a very popular research topic (p.1-4).

Discourse is a fundamental factor in all communication worldwide and is necessary for our understanding of language and language use. The nature of such a discourse is determined by the sender and receiver, and thus the communicative situation in which it occurs (Jones, 2012, p. 391-399). The knowledge of how to affect other people with one`s discourse is an extremely powerful tool as social relations are deeply embedded in distinctive patterns, while at the same time, these discursive patterns are also affected by social relations – hence, a well-constructed discourse can be used to dominate people at the receiving end (Van Dijk, 1998, p.359-383).

Political leaders and their copywriters are currently using various expressive means of language to make their speeches vivid, powerful, persuasive, and emotional. So, it is visible that these effects can be achieved through the use of intertextuality which is viewed as an instrument of influence.

Some linguists refer intertextuality to specific characteristics of political discourse together with institutionality, informativity, semantic ambiguity, dynamism, theatricalism, and others. Intertextuality of political discourse is manifested in citation and quotes, precedent utterances, allusions and metaphors. In case of relevant comprehension by an addressee, intertextuality helps communicants create common semiotic (or cultural) memory, provides sharing political, ideological, and esthetic views (Chudinov, 2003, p.248).

One of the main goals of political communication is persuasion which is achieved with help of various means of language. The use of precedent utterances is believed to be one the most effective means of persuasion (Bazhalkina, 2012, p.10).

One type of precedent utterances commonly used in political rhetoric is aphorisms of philosophers, writers, and politicians. The basic characteristics of aphorisms are profundity of thought, attribution to their author, formal completeness, figurativeness of expression, original formulation, briefness, genuineness, generalization.

American presidents and political thinkers generated a lot of utterances which became precedent in the years to come. E.g., “The chief business of the American people is business” (John C. Coolidge), “The only thing we have to fear is fear itself” (Franklin D. Roosevelt), “I`m not a crook” (Richard Nixon), “Mr. Gorbachev, tear

down this wall” (Ronald Reagan), “I want a kinder, gentler nation” (George H.W. Bush), etc. According to O.V. Spiridovsky (2006), the three most frequently used American political maxims are: 1) “A house divided against itself cannot stand” (A. Lincoln); 2) “Ask not what your country can do for you, but what you can do for your country” (J. F. Kennedy); 3) “Four score and seven years ago ...”. (Initial phrase of “The Gettysburg Address” by A. Lincoln) (p.161-169).

Almost everything has reference to already written or spoken words, therefore in order to gain a full understanding of such references one must understand the reference to other texts. It reflects the speaker`s ideologies, attitudes, and beliefs (Bengoechea, and Sola, 1997, p. 29). Thereby, intertextuality becomes a key factor in promoting the speaker`s ideologies through discourse (Bakhtin,1981, p. 350; Kristeva, 1980, p. 36). So, it is quite impossible that an author detaches the background and previous knowledge from his/her discourse.

LITERATURE

- Bachtin, M.M. (1981). *The Dialogue of Imagination Four Essays*. Retrieved from <http://www.public.iastate.edu/~carlos/607/readings/bakhtin.pdf>
- Bazhalkina, N.S. (2012). *Precedent utterances in political discourse*. Retrieved from <http://cheloveknauka.com/aforistichnost-kak-sredstvo-yazykovogo-vozdeystviya-v-politicheskom-diskurse>
- Bell, D. (1975). *Power, Influence and Authority*. Retrieved from <https://www.amazon.com/Power-Influence-Authority-D-Bell/dp/B0043KFEHW>
- Bengoechea, M. and Sola, R. (Eds.) (1997). *Intertextuality*. Retrieved from <https://polipapers.upv.es/index.php/rdlyla/article/view/1175>
- Chudinov, A.P. (2003). *Metaphor in Modern Political Discourse*. Retrieved from <http://politlinguist.ru/materials/mono/%D0%A7%D1%83%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%B2%20%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%B0%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F%20%D0%BC%D0%BE%D0%B7%D0%B0%D0%B8%D0%BA%D0%B0%202003.pdf>
- Van Dijk, T. (1998). What is political discourse analysis. Ja. Blommaert & Ch. Bulcaen (Eds.). *Political Linguistics*. Retrieved from <http://discourses.org/OldArticles/What%20is%20Political%20Discourse%20Analysis.pdf>
- Fairclough, N. & Wodak, R. (2006). Critical discourse analysis. Van Dijk, T. (Ed.). *Discourse and Social Change*. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/da71/df03b5646c841f50d1d47e688a3c8d870f9d.pdf>
- Jones, H.R. (2012). *Discourse analysis*. A resource book for students. Retrieved from <https://www.goodreads.com/book/show/12774509-discourse-analysis>
- Kristeva, J. (1980). *Desire in Language: A Semiotic Approach to Literature and Art*. Retrieved from <https://ru.scribd.com/document/336415147/Julia-Kristeva-Desire-in-Language-A-Semiotic-book-pdf>
- Spiridovskiy, O.V. (2006). *Intertextuality in presidential discourse*. Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/intertekstualnost-prezidentskogo-diskursa-v-ssha-germanii-i-avstrii>

Schaffner, Ch. (Ed.) (1997). *Analysing Political Speeches*. Retrieved from <http://voidnetwork.gr/wp-content/uploads/2016/10/Analysing-political-discourse-Theory-and-Practice-by-Paul-Chilton.pdf>

BEDEUTUNG UND FUNKTIONEN DES KASUS IM DEUTSCHEN

Schkliarenko A.M.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Der Kasus dient dazu, die syntaktische Funktion des Substantivs und aller substantivischen und substantivierten Wörter in ihrer morphologischen Struktur zum Ausdruck zu bringen. Aber die Zahl der Kasus ist viel geringer als die Zahl der syntaktischen Funktionen des Substantivs. (Admoni, 1986)

Jeder Kasus ist vieldeutig, doch ist immer eine Bedeutung die vorherrschende, die anderen sind Nebenbedeutungen. die Bedeutungen der Kasus kommen am klarsten bei ihrem präpositionslosen Gebrauch zum Ausdruck, weil die Präposition die Bedeutung des „reinen“ Kasus beeinflussen kann. Der Kasus kann abhängig von einer anderen Wortform oder unabhängig als freier Kasus verwendet werden. Der Kasus hängt vom Verb, Adjektiv und Substantiv ab. (Schendels, 1982)

Die Hauptfunktion des Nominativs als Satzglied ist die Funktion des Satzsubjekts, unabhängig von seiner aktiven oder passiven Rolle (Schendels, 1982). Admoni (1986) sondert folgende Funktionen des Nominativs aus: das grammatische Subjekt; der Benennungsnominativ (die Wortform, in der die Substantive als Stichwörter in ein Wörterbuch aufgenommen werden); der Vorstellungsnominativ (mit dem Vorstellungsnominativ hängt die Prolepse zusammen); der vokativische Nominativ oder Anredenominativ: *Karl! Karl, komm!*; der emotionale Nominativ: *Donnerwetter! Teufel!*.

Doch wird der Nominativ in einigen Funktionen auch syntaktisch abhängig gebraucht. Diese Abhängigkeit besteht darin, dass der Nominativ als solcher infolge seiner Bezogenheit auf einen anderen Nominativ im Satz erscheint. Das sind seine Funktionen als: ein Teil des nominalen Prädikats: *Wir sind Städter*; ein Prädikatsattribut: *Er arbeitet als Lehrer*; ein Adverbiale des Vergleichs: *Er ist fleißig wie eine Biene*; ein Attribut zu einem Bezugswort im Nominativ. (Admoni, 1986)

Der Akkusativ bezeichnet einen Begriff, der von der Tätigkeit des Subjekts geschaffen wird oder auf den sich die Tätigkeit richtet. (Schendels, 1982)

Die primäre syntaktische Funktion des Akkusativs ist die Bezeichnung des direkten Objekts (Moskalskaja, 2004) Das direkte Objekt ist immer eine Ergänzung der transitiven Verben. Es gibt aber Fälle, in denen der Akkusativ nach intransitiven Verben auftritt: einen Walzer tanzen, Boot fahren. Der Akkusativ gibt den verbalen Begriff genauer wieder, er enthält eine genauere Angabe der verbalen Tätigkeit, deshalb heißt er Akkusativ des Inhalts. (Schendels, 1982)

Die sekundären Funktionen des Akkusativs sind verschiedene Umstandsergänzungen. Die Art der Umstandsergänzung ergibt sich aus der lexikalischen Bedeutung der umgebenden Wörter und des Substantivs selbst. Die sekundären oder peripheren Funktionen des Akkusativs sind folgende: die adverbiale Bestimmung, d.h. der Akkusativ bezeichnet einen Raum- oder Zeitabschnitt, auf

welchen sich die Handlung erstreckt: *Er ging seinen Weg. Den ganzen Tag bin ich zu Hause*; und die Akkusativbestimmung des Adjektivs, d.h. der Akkusativ kann von den Adjektiven des Maßes abhängig sein: *einen Meter lang, einen Rubel wert sein, das Buch ist 300 Seiten stark*. (Moskalskaja, 2004)

Sehr zahlreich sind die Verbindungen des Akkusativs mit den Präpositionen. In solchem Fall erfüllt der Akkusativ die Funktion des Attributs, an welcher der Akkusativ nur mit Hilfe der Präposition teilnehmen kann: *die Reise um die Welt, der Weg durch den Wald*. (Admoni, 1986)

Die Funktionen des Dativs sind mannigfaltiger als die des Akkusativs. Geschichtlich hängt es damit zusammen, dass der germanische Dativ aus der Verschmelzung von einigen anderen alten Kasus entstanden ist und zum Teil ihre Funktionen übernommen hat (Admoni, 1986). Der Dativ bezeichnet meist ein Lebewesen, seltener ein Nichtlebewesen, dem etwas gegeben oder genommen wird. Gewöhnlich steht im Dativ die Bezeichnung für eine Person, die als Adressat der Handlung auftritt. (Schendels, 1982)

Die Hauptfunktion des Dativs ist die Rolle des indirekten Objekts, das bei solchen Verben erscheint, die ohne den Dativ dem Satz keinen vollständigen, abgeschlossenen Sinn verleihen können: *Er ähnelt seinem Vater*. (Admoni, 1986)

Die weiteren Funktionen des Dativs sind: die Bestimmung des Adjektivs: *seinem Vater ähnlich, dem Vaterlande treu*; und die Bestimmung der Interjektion: *Pfui dem Verräter!* In Verbindung mit Präpositionen kann der Dativ in der Rolle des direkten Objekts: *Er träumte von ihr*; des Attributs: *die Stadt am Meer*; oder des Prädikats auftreten. (Admoni, 1986)

Der Genetiv gibt an, dass ein substantivischer Begriff in irgendeiner semantischen Beziehung zu einem anderen substantivischen Begriff steht und den letzteren charakterisiert. Daraus ergibt sich die primäre syntaktische Funktion des Genetivs. Das ist die Funktion des Attributs. Das Genetivattribut bezeichnet in der Regel den Besitzer, den Schöpfer, das Objekt der Handlung oder das Subjekt der Handlung: *die Bücher dieses Studenten, Ciceros Reden, die Erbauer des Sozialismus, der Sieg der Arbeitsklasse*. Der Genetiv wird oft mit der metaphorischen Bedeutung gebraucht: *die Flamme der Leidenschaft*; oder bestimmt die Beziehung des Ganzen zu einem Teil: *der Anfang des Buches*. (Schendels, 1982)

Die sekundären Funktionen des Genetivs sind: die Bestimmung des Zahlworts (*zwei der Genossen*); das Objekt; das adverbiale Bestimmung (*dieser Gebrauch des Genetivs ist stark zurückgegangen*); der adjektivbestimmende Genetiv (*des Sieges gewiss, des Erfolges würdig*); der präpositionale Genetiv (*wegen des Diebstahls, trotz seiner Bemühungen, zwecks weiteren Studiums*); das Prädikat (*Ich bin der Meinung. Diese Substantive sind männlichen Geschlechts*). (Admoni, 1986)

LITERATUR

Адмони В.Г. (1986). Теоретическая грамматика немецкого языка. Москва: Просвещение.

Москальская О. И. (2004). Грамматик der deutschen Gegenwartssprache. Москва: Академия.

Schendels E. (1982). Deutsche Grammatik. Moskau: Vyssaja Skola

FUNCIONES ESTILÍSTICAS DE LOS EXTRANJERISMOS EN EL DISCURSO PERIODÍSTICO

Seménova M. S.

Universidad Nacional Lingüística de Kyiv

A lo largo de la historia, la incorporación de elementos foráneos a un idioma ha sido objeto de debate muy frecuente entre los lingüistas. La presencia del préstamo suscita fácilmente a la controversia y la reacción vacila entre el rechazo absoluto y la aceptación definitiva. Pero hay que tener en cuenta que, desde una perspectiva evolutiva, el extranjerismo no es sino una variante del neologismo, esto es, la consideración de un término como extranjerismo va ligado a una determinada sincronía: un vocablo extranjero se introduce en una lengua en un momento histórico y las reacciones se suscitan sólo durante un tiempo; los hablantes determinan si ese vocablo acaba integrándose como unidad de la lengua o si se elimina (Paredes García, pp. 567-568).

El estilo publicista representa un fenómeno lingüístico muy complejo por el carácter no homogéneo de sus subregistros y géneros que es muy variado temáticamente lo que acondiciona su amplitud excepcional y la diversidad de su léxico.

El uso de los extranjerismos, sobre todo anglicismos, es una de las peculiaridades del estilo publicista español, cuya función más importante es lograr expresividad.

Analizando la prensa moderna, no es difícil notar que el problema de las prestaciones lingüísticas es tal actual como nunca antes. Los artículos en los periódicos y revistas frecuentemente son de buen estilo, pero absolutamente incomprensibles por el exceso de las palabras nuevas (Ткаченко, pp. 180-181).

La abundancia de anglicismos no se explica sólo por la influencia del inglés sobre el español, sino también por lo atractivo y nuevo que suena la palabra extranjera. No se debe menospreciar el segundo factor porque los extranjerismos suelen sustituir también palabras que ya existen en español sin designar conceptos nuevos: *pullóver, vagón, wool (lana)*.

Entonces, gracias al contexto social, los extranjerismos cumplen las funciones principales del discurso periodístico como fenómeno comunicativo múltiple. Las particularidades de los extranjerismos en los textos publicados se caracterizan por estandarización y por la presencia de los clichés, por un lado, y “la explosión emocional y expresiva”, por otro. La última se basa en el uso de la oposición de esquema mental “suyo/ajeno” lo que crea el efecto estilístico con matiz de ironía. En este fenómeno se pone de manifiesto de función expresiva y emotiva.

En otros casos los extranjerismos que se emplean en los textos periodísticos designan nuevas realidades que surgen en la sociedad, cumpliendo con función informativa y nominativa del discurso periodístico.

El uso de la oposición “lo suyo / lo ajeno” representa estrategia comunicativa para gestionar la opinión del lector muy potente. Ésta contiene los aspectos

siguientes: la elección de los medios lingüísticos de la procedencia extranjera, difíciles para el entendimiento del lector, el uso de las palabras no asimiladas, pero ya conocidas al lector, participación del extranjerismo en la pareja antonímica, construida sobre la base de la contraposición desde el punto de vista de la orientación valorativa en el contexto de las realias lingüoculturales, la disconformidad del matiz estilístico de las unidades que forman una pareja, los significados léxicos contrarios o a base del uso de los extranjerismos como medio de evaluación del estatus social del hablante (Заботкина, 1990).

En otros casos los extranjerismos que se emplean en el los textos periodísticos designan nuevas realias que surgen en la sociedad por lo que su aparición en estos textos obedece a una necesidad referencial, cumpliendo con a función informativa y nominativa del discurso periodístico.

LITERATURA

Заботкина, В. И. (1990). *Новая лексика современного английского языка*.

Москва, Россия: Высшая школа.

Ткаченко, Л. Л. (2013). *Стилістика іспанської мови*. Херсон, Україна: ХДУ.

Paredes García, F. *Disponibilidad de los extranjerismos en estudiantes de educación secundaria*. Régimen de acceso: <http://cvc.cervantes.es>.

CONCESSIVE MEANING OF FUNCTION WORDS

Semikova A. M.

Київський національний лінгвістичний університет

It is a well-known fact for the students of English, that language units find their realization in speech. When function words are used in speech, they become discourse markers. They serve as different connective devices, which help the listener to understand the discourse as a single whole and the message in a proper way (Volkova, 2012).

It is defined that function or grammatical words are characterized as those having no references of their own in the objective reality; they are devoid of nominative function and used only as grammatical means to form up and frame utterances (Volkova, 2012).

It is focused our attention on such functional class as concessive particles, to which belong nine language units as *actually, anyway, after all, anyhow, at any rate, in any event, in any case, in fact, really*. They are united into one functional group because they reveal similar characteristics on the textual level (Volkova, 2012). Let us consider the following example:

Luigi smiled with excitement. With a little luck, his cameras were about to record Marco getting nabbed. Maybe they would kill him right there in the living room, captured on film. Perhaps the plan would work after all (Grisham, 2005).

The example to follow includes another concessive particle.

“You’re just lucky you don’t have that Alzheimer’s disease, Paulie,”- was what he said. I hate him calling me that, Paulie, but he goes on doing it, anyway” (Segal, 1985).

The particle *after all* introduces the following implicit information: *the plan was not expected to work; it was destined to fail, as there were a lot of obstacles*. As we see, the implicit information appears as the result of correlating two propositions. The facts implied are opposed to the events that are explicitly stated. The semantic structure *after all* includes another semantic component, that of concession: *though the plan was destined to fail*.

The information introduced by the particle *anyway* lacks explicit presentation. The facts that the reader is supposed to know are only revealed on the textual level: *though I do not like when he calls me “Paulie”, he does not care what I think and continues to do it*. The implicit information becomes available when both propositions – the explicit and the implicit – appear in correlation. Just like in the previous example, the particle *anyway* contains the semantic component of concession (though).

These particles possess the same concessive semantics. The analysis of the above-mentioned units proves that their characteristics may be different depending on whether they are viewed as components of a single utterance or parts of higher, textual units. On the utterance level, the units in question are syntactically independent elements attached either to the whole utterance or to one of its components. On the textual level, concessive particles are discourse markers, as they introduce some additional concessive information by correlating explicit and implicit propositions. The latter function is common for all particles of the group (Volkova, 2012).

These particles bear the greatest responsibility for the felicity conditions of communication too. As discourse markers, concessive particles play a major part in introducing indirect speech acts and in signaling certain communicative strategies and tactics. Of special importance is their involvement in the hedging strategy aimed at saving the speaker’s face in the process of interaction.

The nine above-mentioned language units can realize numerous and various functions in dialogical discourse. For example, *after all* as discourse marker plays an important role in the dialogical discourse. Its interactive functions are quite numerous and it is an essential component of the hedged manipulative strategy of convincing; an indispensable component of the argumentative strategy; and it often acts as a speech manipulating device that signals the speaker’s hidden intention to make the hearer change his point of view.

The other example of *anyway* is considered to be the most “influential” in the dialogical discourse. The functional properties of *anyway* are closely connected with its position in the utterance. In other words, this particle can be used in dialogical discourse for different strategic purposes. In the utterance-initial position *anyway* is a marker of the following conversational hedging strategies: the strategy of topic changing, the strategy of closing the topic of conversation, the strategy of implicit evaluation. It should be noted that all these strategies are indirect because of the

invariant meaning of concession inherent in the semantic structure of this discourse marker.

In conclusion, it is important to say, that discourse markers effectively tell us about the cognitive, expressive, social and textual competence of the participants of communication. It is important for the speaker to know the best way of putting information, and that is why discourse markers, such as concessive particles are useful, because they can be used for various strategic purposes. Therefore, knowing the functions of these particles, communicants can achieve success in their communication.

LITERATURE

Grisham, J. (2005). *The broker*. N.Y.: Doubleday.

Segal, E. (1985). *The class*. N.Y.: Bantam Books.

Volkova, L. M. (2012). *Function words in language and speech: Secrets of felicitous communication*. Київ: Освіта України.

EL PAPEL DE LA PROSODIA EN LA CREACIÓN DEL RETRATO LINGÜÍSTICO DE LA PROSA ESPAÑOLA CONTEMPORÁNEA

Shajno R. M.

Universidad nacional lingüística de Kyiv

Las investigaciones sobre la prosodia y su funcionamiento son de gran importancia. La prosodia es el estudio fonético de los elementos que se refieren a las unidades superiores al fonema como las sílabas u otras secuencias de la palabra u oración. La prosodia examina las características fónicas, los tonos y los acentos. Su objeto de estudio es la manifestación de las palabras analizando la acentuación local y la entonación general de la frase.

Estudios recientes apoyan la hipótesis de que la prosodia cumple una función clave en la organización e interpretación del discurso y además transmite información emotiva, sociolingüística y dialectal. Los investigadores de la prosodia española tales como T. Navarro Tomás, Antonio Quilis, Alarcos Llorach, Lourdes Aguilar, Pilar Prieto, Eva Estebas, S. González Fuente, Antonio Pamies, Juan María Garrido y Antonio Ríos revelan las posibilidades de la fonética experimental para el estudio contemporáneo del texto. Resulta difícil establecer distinguos entre la dirección de las investigaciones experimentales y fonéticas contemporáneas, que están dirigidas a manifestación del mecanismo de la interacción de los subsistemas y la especificidad de sus realizaciones.

Hay que recordar que todo estudio fonético o fonológico se centra en el plano de la expresión del signo, es decir, el significante; de modo que la prosodia es una disciplina lingüística cuya función es estudiar las unidades del plano de la expresión que exceden a los fonemas, tanto en su forma como en su sustancia y su función primordial es la organización de los sonidos lingüísticos que conforman el discurso, ya que puede fungir como categoría sintáctica, morfológica o semántica.

Al precisar el papel de la prosodia en la creación del retrato lingüístico de la prosa española contemporánea estamos obligados a comparar las funciones claves de la prosodia y sus componentes. Por ejemplo, la función integradora, distintiva, demarcativa y otras.

Nuestro objetivo es subrayar el papel de la prosodia en la organización semántica del texto al crear el retrato lingüístico de la prosa española.

En lo que se refiere a las tareas de la investigación podemos marcar tales como: argumentar los asechos teóricos del análisis experimental y fonético de la prosodia en la creación del retrato lingüístico; descubrir las regularidades del funcionamiento de los subsistemas prosódicos de acuerdo con los datos de la investigación; revelar los parámetros prosódicos de la organización semántica del texto; cumplir la interpretación lingüística de los resultados de la investigación.

Es útil hacer algunas precisiones desde el punto de vista de los aspectos semánticos, léxico-gramaticales y pragmáticos. Resulta de especial interés analizar cuál es el modelo más adecuado de la estructura fonética del texto. Modelo que nos permitirá especificar el papel de la prosodia, conocer el proceso de la creación del sistema fonético y elaborar las estrategias fonéticas en la enseñanza del español de la manera más eficaz. Esto es lo que de manera sucinta desarrollamos en esta ponencia.

La prosodia tiene también relevancia para la pragmática del lenguaje, no ya en el nivel abstracto de la oración, sino en el nivel del enunciado. Importante desde el punto de vista lingüístico es la marcación de la prominencia tonal, porque a través de ella el hablante decide lo que va a tratar como información nueva y lo que va a considerar como información dada. Sabemos que una manera no marcada de dar como nueva una información es, en español, colocarla al final de la cláusula.

Lo ideal es que coincidan los dos tipos, pero a veces la voluntad del hablante se impone sobre esta regla con el fin de matizar ideas, mostrar ironía, cambiar el sentido de las palabras, etc. A veces estas interrupciones se darán, de una manera involuntaria, marcadas por el contexto y la necesidad de ganar tiempo para elegir lo que se va a decir.

Hemos tomado en consideración el concepto del retrato lingüístico que es el recurso teórico, que presenta el personaje al lector, hace visible, creíble y cercano. La utilización adecuada de estos recursos sonoros, combinados con los gestos y movimientos, contribuyen a mantener la atención y el interés del interlocutor y a completar plenamente el significado del discurso en el proceso de comunicación. La utilización de estos códigos no verbales para suplir los posibles fallos en la comunicación constituye la competencia estratégica, que desempeña un papel comunicativo fundamental, especialmente en los estados iniciales en el dominio de una lengua.

Algunas de las cuestiones que se analizan dentro de la prosodia son la duración de una oración en el tiempo, la cantidad de sílabas que forman parte de la entonación y la velocidad del habla. Dicho esto cabe mencionar que es importante tener en cuenta que los elementos prosódicos no sólo son muy importantes en la organización de un discurso, sino también en la recepción e interpretación que se realiza el mismo.

La prosodia constituye, entonces, la infraestructura rítmica de la lengua hablada, su organización en el tiempo, y contribuye a facilitarle al hablante la retención de

ciertos segmentos en la memoria. Podemos ver, que la prosodia está formada por una serie de parámetros que el hablante no percibe discriminadamente, sino como un todo. Ese todo le confiere también una totalidad de significados, que se perciben como un conjunto, pero que podemos discriminar en el análisis.

Ponemos de relieve la importancia que tiene en nuestros días el problema del papel de la prosodia en el texto contemporáneo. Tiende normalmente a vincularse a la semántica y pragmática del texto. Hemos estudiado la caracterización de los tipos distintos del significado que implican los contrastes entonativos para así establecer una teoría formal de la interpretación semántica y pragmática de la prosodia y de la relación entre la gramática y la prosodia. La investigación ha justificado métodos del análisis experimental de audio, que han permitido enmarcar los modelos de la organización prosódica del texto prosaico español. Así el trabajo científico investiga las funciones y la realización de la prosodia en el texto.

DES PARTICULARITES STYLISTIQUES DU ROMAN “MADAME BOVARY”

Sham I.O.

Université nationale linguistique de Kyiv

Gustave Flaubert a posé les bases du style littéraire moderne: précision dans l'expression des idées, économie de moyens, vocabulaire précis et technique, et enfin respect des règles syntaxiques fondamentales de la langue, qui est notre héritage commun.

Le “style objectif”, comme des critiques littéraires, appelés Flaubert, est devenu l'un des principes directeurs de son réalisme. “Objectivisme”, selon G. Flaubert, c'est l'absence d'un auteur dans l'œuvre; il n'a pas de répliques d'auteur, de réflexions, de commentaires ouvertes sur les actions des héros.

Dans le ton d'un texte on pourrait ranger l'ironie de G. Flaubert – par exemple lorsqu'il fait le portrait du pharmacien Homais, dans *Madame Bovary*. Dans ce sens, le terme renvoie surtout au point de vue du narrateur sur son histoire ou ses personnages et englobe ce que certains critiques appellent les intrusions d'auteur (Rousset, 1973).

D'autres rapports existent entre les différents états de la parole ou de la pensée des personnages et la focalisation interne. Le monologue intérieur, par exemple, peut être assimilé à la focalisation interne, ce d'autant mieux quand il s'émancipe de la narration pour former à lui seul un récit : le monde raconté n'y existe alors que reflété par la conscience du personnage.

Il en va de même pour le style indirect libre, qui intervient d'ailleurs souvent à l'intérieur d'un segment focalisé:

Dans les beaux soirs d'été [...], il ouvrait sa fenêtre et s'accoudait. La rivière [...] coulait en bas, sous lui, jaune, violette ou bleue [...]. En face, au-delà des toits, le grand ciel pur s'étendait, avec le soleil rouge se couchant. Qu'il devait faire bon là-bas ! Quelle fraîcheur sous la hêtraie ! Et il ouvrait les narines pour aspirer les bonnes odeurs de la campagne qui ne venaient pas jusqu'à lui.

On parle de la focalisation interne variable quand le personnage focal change en cours de récit. Dans *Madame Bovary*, le point de vue est d'abord celui de Charles, puis celui d'Emma, pour revenir au premier à la fin. Ce cas des changements de foyer en cours de route est le plus fréquent (Cordesse, 1988).

La focalisation externe est une autre façon de produire un effet de point de vue. Au sens strict, elle consiste à situer le foyer focal en un point indéterminé de la diégèse, sans l'identifier avec la conscience d'un personnage. La scène du fiacre de *Madame Bovary* en est un bon exemple :

Et la lourde machine se mit en route. Elle descendit la rue Grand-Pont, traversa la place des Arts, le quai Napoléon, le pont Neuf et s'arrêta court devant la statue de Pierre Corneille.

- Continuez! fit une voix qui sortait de l'intérieur.

La voiture repartit, et, se laissant, dès le carrefour La Fayette, emporter vers la descente, elle entra au grand galop dans la gare du chemin de fer (Rabatel, 1998).

Dans cet extrait, le narrateur se prive en quelque sorte de l'accès à l'intérieur du fiacre. Tout se passe comme si une caméra suivait la voiture en se bornant à enregistrer ses mouvements. On peut certes imaginer que ceux-ci sont perçus par un personnage anonyme. Mais on précisera alors que ce personnage n'est doté que d'une faculté perceptive, sans dimension cognitive. En l'occurrence, il est incapable d'identifier la voix qui sortait de l'intérieur du fiacre.

G. Genette entend la focalisation zéro de deux manières. La première et la plus évidente est celle qui désigne, par le suffixe -zéro, la non focalisation, l'absence d'un point de vue spécifié – limité, par exemple, à la conscience d'un personnage, ou à un observateur anonyme. C'est le régime adopté dans les récits classiques, où le narrateur donne une information supposée complète, c'est-à-dire qui ne passe pas par un relais situé à l'intérieur du monde raconté (Genette, 1983).

On trouve d'autres exemples de ce type de focalisation dans les ouvertures de romans ou de chapitres, comme dans le tableau de Yonville, au début de la deuxième partie de *Madame Bovary*. Bien que la description y soit menée avec le pronom ON (On quitte..., on continue..., on découvre...), ce qui pourrait faire penser à un observateur anonyme, l'important est que l'information donnée, notamment sur le passé de Yonville, excède les capacités de connaissance des personnages. C'est ce qui incite à qualifier d'omniscient le narrateur de ce type de récits.

LITTERATURE

Cordesse, G. (1988). Narration et focalisation, in *Poétique*, 76.

Genette, G. (1972). Discours du récit, in *Figures III*: Paris: Seuil.

Genette, G. (1983). *Nouveau discours du récit*. Paris: Seuil.

Rabatel, A. (1998). *La construction textuelle du point de vue*. Lausanne: Delachaux et Niestlé.

Rousset, J. (1973). *Narcisse romancier. Essai sur la première personne dans le roman*. Paris: José Corti.

PSYCHOLINGUISTIC PECULIARITIES OF MANIPULATIVE STRATEGIES IN MODERN ENGLISH AND UKRAINIAN DISCOURSES (THEORETICAL FOOTING)

Shulha K. M.

Kyiv National Linguistic University

Manipulation is a linguistic term that has a great creative potential, thus, this notion is topical in the framework in the theory of linguistic manipulation. The semantic field of the term “manipulation” is wide and includes such key elements as “negative intention” of the speaker and “covert character of influence” (Akopova, 2013, p. 78).

Manipulation is realized when interlocutor is not able to reveal the implicit message of the speaker understanding only the information said explicitly. “Manipulation is a pragmatic aspect that achieves its goals without evident communicative intention” (Kamil, Al-Hindawi, 2017, p. 4). The speaker consciously utters something in a way that lacks direct signaling of his intentions. And if an addressee perceives the message inadequately, it means that the subjective reality becomes wider due to the manipulative techniques. Manipulation is a negative psychological phenomenon that produces a destructive effect on an individual and the society as a whole.

The **manipulation** is a particular kind of discursive influence. The main characteristics of that is the fact that the person being under intentional influence does not feel like being under influence. Moreover, the person is certain of the fact that they have made the choice as free individuals. Manipulation can be done either by conviction or by persuasion. “Bringing someone to the threshold of a decision by feeding him/her with half-truths, rotten information and even falsified scenarios will make that individual feel like making a free, rational option and take a wrong decision” (Stoica, 2016, p. 103). This would be a case of manipulation by conviction. On the contrary, pushing someone to a decision by influencing their emotional sphere using certain media to accentuate their emotional state makes that person take a wrong decision, believing meanwhile they take the right one and, most important their own, with no pressure. That would be manipulation by persuasion.

In a broad sense “linguistic manipulation is any verbal interaction regarded from the point of view of its motivation and realized by the subject (speaker) and the object (listener) of communication” (Akopova, 2013, p. 79). The goal of that is to organize such behavior of the listener that the speaker was aiming at. If it is an influence, the speaker wants to alter listener’s behavior to suit their needs.

There are several **criteria** according to which linguistic manipulation is classified. Each criterion is based on the means with the help of which the manipulation is realized. The first criterion is the *sphere of mental activity*. Linguistic manipulation, thus, is divided into rational, affecting rational sphere of interlocutor, and emotional, attempting to produce addressee’s responsive emotional reaction.

The next criterion is *the character of subject-object interaction*. According to this, manipulation can be direct, when the subject of manipulation openly presents the demands to the object of manipulation, and indirect – manipulation is directed at the environment of manipulation rather than at the object (Akopova, 2013, p. 80). According to *awareness of linguistic actions*, the third criterion, manipulation can be intentional (the subject aims at a definite result on the part of the object of manipulation) and non-intentional or involuntary, as the subject does not aim at achieving results from the listener.

In terms of the *type of linguistic action*, manipulation can be social – the usage of non-informational speech acts which include accepted clichés (greetings, oaths, prayers), volitional – the usage of speech acts that follow the speaker’s will (orders, requests, refusals, advise), informational and estimative – speech acts setting public moral and interpersonal emotional relations (accusation, insult, threats) (Akopova, 2013, p. 80).

Language is considered to be a powerful tool, which can be used in a manipulative way to influence other people. In mass media everything is written and said to catch the reader’s/viewer’s interest. There are several **techniques** to interpret and reshape the events in different ways that make the text quite influential. *Sharpening of the information*, that is the summing up and selection of what angle to use, implicitly makes people accept the certain point of view subconsciously. Among the other techniques used to hide the truth can be mentioned three most widespread methods: *concealment* – hiding information, not telling the whole truth, *distortion of information* – manipulation of facts by exaggeration or minimization and *falsification* – presenting untrue facts, or lying (Ng, Bradac, 1993, p. 117).

Hence, any discourse produces some influence on the addressee. Successful manipulation is usually guided by language units, certain syntactic devices and psychological techniques which are difficult to be identified, as they are not characterized as constructions regularly spoken or tactics regularly used by people. Yet, a discourse becomes manipulative due to the speaker’s hidden intentions and the implicit nature of their influence as well as to the specific lexical and grammatical units within the chosen manipulative strategy of the speaker.

LITERATURE

- Akopova, A. (2013). Linguistic Manipulation: definition and types. *International Journal of Cognitive Research in science, engineering and education*, 1 (2), pp. 78–82.
- Kamil, S. I. & Al-Hindawi, S. I. (2017). *The Pragmatics of Manipulation in British and American Political Debates*. Hamburg : Anchor Academic Publishing.
- Ng, S. H. & Bradac, J. J. (1993). *Power in Language. Verbal Communication and Social Influence*. Newbury Park : Sage Publications.
- Stoica, D. S. (2016). On Wooden Language and Manipulation Argumentum. *Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric*, 14 (1), pp. 102–120.

LA ORGANIZACIÓN RÍTMICA DEL CUENTO ESPAÑOL

Shynkarenko A. O.

Universidad nacional lingüística de Kyiv

El objeto del trabajo es la organización rítmica del cuento español, de eso sale el objetivo de que sirve la realización oral del cuento español. Es lógico que del material ilustrativo sirvan los textos de cuentos españoles que realizan los lectores cuya pronunciación corresponda a las normas literarias. Para hacer una investigación profunda y objetiva, especialmente fonético-experimental hay que aplicar las tecnologías experimentales y hacer el análisis de los resultados obtenidos. Los programas que ahora están de alcance para todos que tienen ordenador, como Praat, Speech Analyser, etc. ayudan a obtener los resultados objetivos.

“El cuento es una forma discursiva de tipo literario que narra un acontecimiento ficticio, en prosa, y que posee una extensión relativamente breve”, nos dice Federica Domínguez Colavita . Podemos agregar a esta definición lo que menciona Enrique Anderson Imbert: “El cuento vendría a ser una narración breve en prosa que, por mucho que se apoye en un suceso real, revela siempre la imaginación de un narrador individual.”

Para el niño pequeño, la palabra oída ejerce una gran fascinación. La palabra y su tonalidad, su ritmo, los trazos afectivos que teje la voz, cuando es temperatura emocional, calma, consuelo, ternura, sensorialidad latente. El magnetismo por el ritmo y la entonación puede desplegarse con intensidad, al escuchar la voz de otras memorias de rimas, retahílas, cuentos.

La modulación de la voz, las palabras, los ademanes, los gestos, las pausas, el cambio de ritmo son elementos que posibilitan al niño visualizar los personajes, sus peripecias, los conflictos y las soluciones. A través del relato, el niño aprecia el valor musical del lenguaje, y se promueve el desarrollo de su capacidad de comprensión auditiva. El niño aprecia más la narración que la lectura, y comparte con nosotros una situación que así lo manifiesta.

El diccionario de La Real Academia española da la siguiente definición del ritmo: “Sensación perceptiva producida por la combinación y sucesión regular de sílabas, acentos y pausas en el enunciado, especialmente en el de carácter poético.”

El director va a ir marcando con su batuta de director de orquesta, esto es, su voz, el ritmo del discurso, que ha de amoldarse a lo que nos está contando. Si el ritmo está descompensado, el lector percibirá cierta somnolencia ante la monotonía de las frases o le entrará tal taquicardia que dejará el texto para cuando se sienta más tranquilo.

El ritmo es inherente a la producción del lenguaje en todo caso, existe un ritmo de habla que sirve como principio organizador y quizá como aparato de cronometraje para la articulación. Pero en el habla, el ritmo se pliega a las necesidades del contenido.

Lo que ocurre en realidad es que el ritmo, de una manera más general, constituye un principio básico en el desarrollo de la actividad vital: nuestra vida misma, se mide por el ritmo, por nuestra respiración, por los latidos de nuestro corazón.. Ya para

Aristóteles al hombre le es natural el imitar tanto la armonía como el ritmo y así el metro, principio artificial en la poesía forma parte del ritmo, que es un principio innato.

Al resumir, teniendo en cuenta los procesos en las investigaciones lingüísticas el estudio ya mencionado es muy actual. Debido a la tendencia de hacer los estudios precisamente experimentales, el trabajo obtiene no solo el valor teórico sino también práctico.

En la tradición oral, el ritmo y la rima, las estructuras rítmicas del lenguaje poético, la melodía musical, el gesto y el movimiento, constituyen elementos nemotécnicos de la transmisión.

El ritmo ordena, organiza la elocución, es un elemento equilibrador. El ritmo es velocidad, es duración, es acentuación, es pausa. La noción de velocidad imprime vivacidad, alegría, entusiasmo (rápido), o tristeza, apatía, cansancio (lento). La noción de velocidad está muy ligada a la de duración; la temporalidad, el valor de prolongación o brevedad. La noción de largo se empareja con lento y rápido—con breve. Otro elemento importante de la organización rítmica es la pausa. Recordemos que la pausa organiza el grupo fónico, que en castellano varía de seis a nueve sílabas. La pausa valoriza la frase, le da la unidad, subraya el final de la entonación. La pausa valoriza las situaciones; da entrada a los diversos personajes: aumenta la expectación o dramatismo en el relato.

El ritmo vendrá marcado por varios factores. El primero será la longitud de las frases. Las frases largas están muy bien para hablar de sentimientos, pero no para la novela negra. Actualmente se tiende a acortar las frases porque la vida, y por tanto, la realidad escrita, es más acelerada. Vivimos de prisa, queremos saber las cosas rápido, nos pierde la impaciencia. Por otro lado, si se está contando una persecución, más vale que lo haga con frases cortas, concisas, para que el tiempo del discurso no sobrepase con creces al tiempo de la acción; las oraciones cortas dan, pues, velocidad al texto. Pero si lo que se nos está contando es la contemplación de un paisaje, se podrá recrear en oraciones largas y calmosas. En general (y respetando el estilo propio) se recomienda ir alternando frases largas y cortas, para evitar la monotonía o el frenesí.

El ritmo está constituido básicamente por la repetición de un patrón y es esencial para la percepción de los acontecimientos que ocurren en el tiempo. Se da entonces como vemos en la vida humana, pero también en la música, y en el lenguaje.

El ritmo se presenta, entonces, como una característica de ejecución que el texto promueve precisamente por estar organizado según criterios métricos, esto es, por disponer de forma regular ciertos estímulos.

En cualquier trabajo científico lo más importante es no solo obtener los resultados sino también aplicarlos en la práctica. En este caso es preciso mencionar que tal estudio será útil durante el estudio de la fonética como teórica tanto práctica. También los resultados de la investigación pueden ser usados en el curso de la estilística, precisamente en algunos párrafos dedicados al ritmo. Una cosa más, es la posibilidad de la aplicación de la información del trabajo al componer un manual o recomendaciones prácticas de la fonética. Pueden servirse además como una fuente para escribir el trabajo de curso o máster de la fonética teórica o práctica del español.

LINGUISTIC ASPECTS OF AMERICAN COURTROOM DISCOURSE

O. Sidenko

Kyiv National Linguistic University

Recently, the study of courtroom discourse has attracted much attention due to its specificity. It is characterized by a vast number of aspects, which predetermine its high complexity. Courtroom discourse, first of all, is a set of narratives, which are presented by participants of a trial. These narratives produced in forensic settings are essentially multiperspectival and multi-voiced (Cotterill, 2002).

Proceeding from T. van Dijk's definition of discourse (1977), this article defines courtroom discourse as a functionally-conditioned communicative environment within a trial, whose construction is predetermined by such aspects as: who uses (legal) language, why, where, when, and how.

Besides, this paper interprets courtroom discourse as a phenomenon, which is constituted by different genres, being interpreted as speech sequences used for certain communicative purposes. In spite of being restricted by legal procedure, this type of discourse is constructed by various linguistic means, whose character and combinability is governed by a number of extralinguistic factors. Among those which are of key importance for this study is, primarily, the distinction between two types of judicial systems. In particular, inquisitorial system, which is used almost throughout the world, and adversarial, which is common to Anglo-Saxon countries. The former one studies cases through active involvement of judge as well as evidence presented by the parties. The adversarial system, in contrast, establishes judge as a neutral person who reaches the verdict by solely listening to the evidence of the parties. The difference in the judicial systems mentioned above, naturally, leads to distinctions of discourse construction.

The adversarial nature of the American judicial system, which is analysed here, is one of its fundamental features (Landsman, 1983). Although it is often praised for impartiality of a judge and jury, this way of justice is equally criticized. The criticism is caused by the fact that its main aim is not finding the truth, but rather deciding what evidence is more convincing. Due to competitive nature of the adversarial system, a trial in the USA heavily relies on narratives and other oral and written linguistic instances.

Thus, attorneys resort to a vast number of linguistic means such as tag questions, undermining the competence of expert witnesses by checking their knowledge, or in case of witnesses established by the parties, attempting to cast doubt on their evidence by the attorney's verbal or other types of moral pressure, especially if it is their first experience in trial.

In addition, there are several linguistic means that may be used within a trial to manipulate the case: 1) complex questions in which several different propositions are questioned; 2) pressured prosodic features such as shouting; 3) witness's silence being interrupted by repeated question tags; 4) the timing of pauses, including adjournments (Anesa, 2011). Also, cross-examinations are actively used by lawyers because they allow to influence witnesses by asking questions, which predetermine

particular answers, which, in their turn, change the whole course of a case. Attorneys strive for achieving the following aims: to discredit witness; to propose an alternative approach to the events, and to persuade the audience (Tkačuková, 2010, p. 15). However, the witnesses may defend themselves by suggesting alternative answers.

Furthermore, even the types of questions, which are asked contribute greatly to the construction of courtroom discourse (p. 37). While general questions help to check veracity of a statement, special ones reveal the details. Frequency, types of interrogative sentences and a part of a trial in which they are implemented may greatly affect the verdict. Certainly, linguistic and extralinguistic behavior of participants equally presupposes a court ruling.

In conclusion, it should be stated that legal professionals that can be unfamiliar with the notion of discourse, are highly aware of its functioning, using all kinds of narratives, means and context in which the trial is taking place to the benefit of their clients. Although the language and procedures are preconditioned and codified within the courtroom, each legal procedure has its unique features due to flexibility of this type of discourse. These features should definitely be studied further and competitive nature of American trials is particularly appropriate for investigations.

REFERENCES

- Anesa, P. (2011). *Courtroom Discourses: An Analysis of the Westerfield Jury Trial*. Doctorate thesis. Università Degli Studi di Verona.
- Cotterill, J. (Ed.). (2002). *Language in the Legal Process*. 1sted. New York: Palgrave Macmillan.
- Landsman, S. (1983) A brief survey of the development of the adversary system. *Ohio State Law Journal*, 44(3), 713-739.
- Tkačuková, T. (2010). *Lay People as Cross-Examiners: A Linguistic Analysis of the Libel Case McDonald's Corporation vs. Helen Steel and David Morris*. Doctorate thesis. Masaryk University
- Van Dijk, T.A. (1977). *Text and Context. Explorations in the Semantics and Pragmatics of Discourse*. London: Longman.

RHETORICAL DEVICES IN POLITICAL DISCOURSE

Sokolets I. I., Korneichuk S.

Kyiv National Linguistic University

Communication may be called political if its target or content belongs to the sphere of politics. A concrete implementation of political communication has become political discourse and a relatively autonomous discourse produced orally by a politician in front of the audience, the purpose of which is merely persuasion rather than information or entertainment is a political speech (Beard, 2000). Its goal is to convey ideological information and to persuade the listeners.

To achieve the persuasive effect politicians deploy a broad range of manipulative and rhetorical devices at the phonological, syntactic, lexical, semantic, pragmatic and textual levels.

Among devices making political discourse persuasive are figures of speech, namely metaphor, metonymy, synecdoche, simile etc. Politicians employ traditional figures of speech as rather effective rhetorical means of constructive representing and transforming political reality as well as means of political persuasion or positive self presentation.

Metaphor is a figure of speech intensively used in contemporary political discourse, which can be explained by its persuasive values and the ability to translate abstract political notions into familiar areas of knowledge. Political metaphor is deprived of the virtues of the poetical metaphor, and its importance is in economising the discursive manifestation. The usage of metaphors differs in each country, but they are mostly connected to sports (e.g. in the USA they relate to baseball, in Great Britain – to cricket), to war and peace problems. Metaphors help draw the audience's attention towards the communicative content, recovered by deductive inference. Important for the political discourse is the ability of metaphor to connect extremely diverse fields, bring them together or even make them fuse. By metaphor the audience gets into a familiar semantic field, thus the speaker attracts its interest and facilitates the reception of the message by appealing to common knowledge. The qualities of metaphor make possible transfers from the complex to the simple and from the abstract to the concrete.

Persuasion techniques among others include inclusive/exclusive language which can persuade the audience by including/excluding them within/from the representational area or by creating a sense of their solidarity or a sense of responsibility. Pronoun reference plays a significant role in political discourse, because each pronoun evokes different feeling of the audience. They serve as the speaker's tool to distinguish *us* from *them*. For instance, the pronoun *you/your* signifies that the hearer is addressed directly. Another sense this pronoun evokes is the feeling that the speaker addresses to every citizen of a particular country. The usage of *we* and its form *our* helps the speaker to persuade the hearer that he or she has already agreed with the speaker. Moreover the pronoun evokes the sense of collectivity, for instance, *we* gives the impression that we are in this together (Beard, 2000). *I* and its form *my* elicit the speaker's responsibility for the statement he or she made. The use of pronouns helps the hearers understand what the conveyed message is and how politicians want to be seen by the audience.

The language of politics, the language of persuasion is abundant in many other stylistic devices, for instance the rule of three, rhetorical questions, inversion, repetition, crescendo effect, etc.

The rule of three is a stylistic device politicians often resort to. It means that the person involved into the debate tends to repeat a particular word or phrase three times though the repeated words/phrases do not need to be the same. Number three represents a sense of unity. The function of such a usage lies in eliciting approval. Repeating certain phrases helps make the idea sound like common sense to the audience (Charteris-Black, 2005).

To engage the audience and encourage them to consider the issue and accept the speaker's answer or imply that the answer is obvious rhetorical questions are used. They do not require an answer and are asked for effect only. Inverted phrases –

changing well-known phrases by inversion or subversion – can be also extremely engaging.

To reinforce an argument and ensure that the point of view being made stays in an audience's mind repetition (repeating letters, words and phrases) may be used. Alliteration and assonance – the repetition of initial consonant sounds (alliteration) or vowels (assonance) add emphasis to major points or make them memorable.

The device often used in the final sentence of address to leave a lasting impression is crescendo effect (a sentence that rhythmically and cumulatively builds up to a climax), which is dramatic and therefore convincing.

Emotional message associated with analogy, generalization, humor, and jargon make the speaker sound knowledgeable while removing emotion from the issue. Such connotations can make the argument sound resolute and rational and the content seem balanced. Poetic devices (imagery, metaphors, simile, and personification) add life and color to what is being said; they can paint a word picture for the audience, appeal to emotions, and can make the speaker appear sophisticated or well spoken. Rhythmically balanced phrases and sentences appeal to the ear and have a hypnotic effect, persuading listeners to accept what is being said.

So, political speech is a rhetorical product created and delivered in a political context. Political language represents a constitutive component of a political action, of political representation. Besides logical sequence of ideas, the selection and evaluation of linguistic tools in compliance with the persuasive effects they are aimed at, is of great importance in political language.

LITERATURE

Beard, A. (2000). *The Language of Politics*. London: Routledge.

Charteris-Black, J. (2005). *Politicians and Rhetoric: The Persuasive Power of Metaphor*. Hampshire: Houndmills.

LES ASPECTS LINGUISTIQUE, CULTUREL ET PRAGMATIQUE DES RECHERCHES DES TEXTES FOLKLORIQUES (SUR LE MATERIEL DES CONTES FRANÇAIS)

Somyk A.O.

Université nationale linguistique de Kyiv

Dans la linguistique, les études littéraires et le folklore le texte de contes comme objet des recherches a été repris plusieurs fois au niveaux différents. Au cours du dernier siècle et jusqu'à nos jours le texte des contes est au centre des œuvres littéraires (T. Bakina, Y. Paschuk), folkloristes (Y. Meletinsky), de traduction (M. Vengrénivska, O. Gronska) et de la recherche linguistique (K. P. Yesypovych). On examinait les aspects structuraux (V. Propp, J. Courtes), phonétiques (M. Dvorzhetska), linguistiques (N. L. Mastylko), stylistiques (N. V. Leschenko) et linguo-cognitifs (Y. Mamonova) du conte. Une telle attention au problème du conte de fées des linguistes est déterminée par le fait que comme un genre spécifique d'un texte littéraire, le conte est un moyen d'expression et de la préservation des traditions nationales, et par sa genèse

il agit comme mode original de la transmission de la culture traditionnelle de la parole.

La notion du “conte” est d’origine du mot “conter” (lat. “computare”) qui signifie “énumérer” les scènes narratives (Beaumarchais, Couty, Rey, 1987). Le Petit Larousse moderne définit le conte comme “une histoire des faits, les événements fictifs qui visent à divertir” (Le Robert de poche, 1995). Ainsi, on observe un changement de la définition du “conte” comme un récit qui se réalise dans une situation de communication particulière, sur la définition du “conte” comme un récit sur un certain type d’événement.

Le conte reflète l'expérience du peuple, et l'une des ses nombreuses fonctions est la simulation de situations dans la vie avec l'aide de la langue. En outre, dans le texte d'un conte de fées on reproduit le contexte sociale de toute l'époque dans lequel il a été créé.

Dans le cadre de cela le texte fabuleux devrait être considérée dans le contexte de la culture, d'un point de vue pragmatique, en tenant compte des trois côtés de la communication: l'émetteur – le texte – la destination, car aucun texte littéraire, ne peut être interprété correctement en dehors les relations pragmatiques, car il est doué du sens par le narrateur et le destinataire. Il est nécessaire de prendre en compte l'importance d'une histoire pragmatique, sa capacité à exprimer les besoins et les intérêts de l'homme (Тодоров, 1983).

En faisant l'analyse linguistique et pragmatique des contes de fées, il est nécessaire de prendre en compte les destinataires et les destinateurs des contes français, qui sont en communication. L'efficacité du processus de communication dépend souvent de la façon dont les mêmes paramètres coïncident pour le destinataire et destinataire, et les différences significatives dans ces paramètres conduisent suffisamment souvent à la rupture de la communication. Ceci est particulièrement important lors de l'analyse du conte, ce qui suggère la présence chez destinataire et destinataire les structures cognitives spécifiques qui sont responsable de la perception et de la compréhension de ce type de texte (Truchet, 1993).

Le texte de conte de fées est considéré par nous comme macro signe – la formation intègre, dont le signe est déterminé par l'aspect que le texte peut être considéré comme un signal indivisible ayant une valeur de texte. Ainsi, texte existe dans le sens de la trinité (plan de contenu), la forme (plan d'expression) et la fonction (objectif de communication spécifique).

En concentrant l'attention sur les relations linguistiques et pragmatiques dans le texte, il faut de noter l'importance de l'attitude du narrateur ou de l'auditeur, du lecteur à propos des contes de fées, à ce qui est rapporté dans un conte de fées. Le narrateur ainsi que l'auditeur sont guidés par le fait que l'histoire est fictive et c'est la fonction divertissante qui est importante et pas celle informative. V.Propp, en comparant le conte à d'autres genres folkloriques, aussi s'était concentré également sur le fait que la fiction joue un rôle important dans le conte de fées, c'est la présence d'un élément de fiction est l'une des principales caractéristiques du genre des contes de fées (Пропп, 2003, с. 46).

Les contes français sont passés assez souvent verbalement, c'est l'un de ses traits distinctifs. La capacité du conte de fées de rester dans la mémoire influence sa

structuration réussie, qui est déterminé par les spécificités du genre, à savoir le genre de style littéraire. Par conséquent, conformément aux lois de la structure du texte littéraire on relève les éléments principaux: 1) l'en-tête, 2) l'intrigue, 3) partie principale et 4) le dénouement, qui à son tour peut se décomposer selon le contenu et la taille du conte de fées. Par exemple, l'intrigue peut être composée par l'entrée – la partie introductive (“Il était une fois...”) et l'exposition (“Un matin...”) (Van Den Heuvel, 1985, p. 85).

Parmi les signes qui favorisent la formation de l'évaluation émotive chez le lecteur d'un texte littéraire, le rôle de premier plan jouent les tropes. Les tropes émotivement “chargés” les plus répandus sont l'épithète, la métaphore et la métonymie. Par exemple, en explorant les composants de réalisation des outils linguistiques d'une image de la “femme”, nous avons découvert la régularité suivante: l'épithète est le plus largement utilisé des moyens visuels dans le conte populaire français. Le deuxième place de la fréquence d'utilisation occupe la synecdoque, qui est définie dans les noms des personnages de contes de fées. Le phénomène de la métaphore dans le texte d'un conte de fées est neutralisé grâce à l'information métatextuelle avec la présence de formes non normatives de prédication, qui appartiennent à une vision du monde différente.

BIBLIOGRAPHIE

- Пропп, В. Я. (2003). *Морфология волшебной сказки*. Москва: Лабиринт.
- Тодоров, Ц. (1983). *Семиотика литературы: Пер. с фр. Семиотика* (с. 350-354). Москва: Радуга.
- Beaumarchais, J.-P., Couty, D., Rey A. (1987). *Dictionnaire des littératures de langue française* (p. 1552-1560). Paris: Bordas.
- Le Robert de poche* (1995). Paris: Robert.
- Truchet, J. (1993). *Jeux de l'oral et de l'écrit dans la littérature française du XVIIème siècle* (p. 747-756). Paris: Flammarion.
- Van Den Heuvel, P. (1985). *Parole, mot, silence. Pour une poétique de l'énonciation*. Paris: José Corti.

LES EXPRESSIONS BIBLIQUES DANS LA PRESSE ÉCRITE FRANCOPHONE

Stepanets O. V.

Université nationale linguistique de Kyiv

La presse écrite devenue aujourd'hui la base essentielle du quatrième pouvoir. La première fonction attribuée à la presse est celle d'informer. Pourtant la presse écrite a également pour fonction de convaincre et d'influencer l'opinion publique, surtout à l'aide de diverses figures de style.

Les expressions idiomatiques sont des locutions courantes en français. Beaucoup d'entre elles présentent un caractère métaphorique. Les expressions idiomatiques sont bien nombreuses dans la presse écrite. La Bible est également devenue une source inépuisable des phraséologismes.

Les expressions bibliques peuvent être des lexèmes, des groupes de mots, des unités phraséologiques au sens étroit et large qui sont liés au texte de la Bible.

Initialement, il faut mentionner que la Bible est divisée en deux parties, deux ouvrages d'inégale longueur, l'Ancien Testament et le Nouveau Testament. Parmi les expressions les plus populaires tirées de l'Ancien Testament on peut nommer: *un benjamin* (Genèse 35:18), *œil pour œil, dent pour dent* (Exode 21:25), *un bouc émissaire* (Lévitique 4:23). Les expressions qui sont issues du Nouveau Testament: *le baiser de Judas* (Luc 22:48), *semmer les perles devant les pourceaux* (Matt 7:6), *pleurer comme une Madeleine* (Jean 20:18), *s'en laver les mains* (Matt 27:24).

Les expressions tirées du Nouveau Testament sont plus répandues dans la presse écrite que celles de l'Ancien Testament. Ce phénomène s'explique par la popularité de Nouveau Testament parmi les gens, car il touche directement la vie de Jésus-Christ de sa naissance à sa mort.

Il existe quelques approches de classification des expressions bibliques. Donc, les linguistes allemands A. Birikh et J. Mateschich (1999) divisent les unités phraséologiques d'origine biblique en trois types:

- 1) les expressions déjà formées en tant qu'unités idiomatiques : *tenir à quelque chose comme à la prune de ses yeux* (Deutéronome 32:10), *un pierre d'achoppement* (Ésaïe 8:14);
- 2) les expressions idiomatiques faites par les combinaisons des mots libres de la Bible. Elles ont acquis le sens figuré avec le temps : *les trente pièces d'argent* (Matt 27:09), *s'en laver les mains* (Matt 27:24);
- 3) les expressions idiomatiques qui ne figurent pas dans la Bible, mais qui sont sémantiquement définies comme les phrases d'origine biblique : *une brebis égarée, la marque de Caïn, pauvre comme Job*.

La classification plus profonde est celle du linguiste russe V. Gak (1997). Il distingue quatre types des expressions bibliques selon leur rapport avec le texte de la Bible :

- 1) les idiomes bibliques primaires qui réfèrent directement à la situation biblique. Ils constituent la majorité des phraséologismes bibliques ;
- 2) les idiomes bibliques secondaires qui sont pris du contexte biblique : *fruit défendu* (Genèse 1:11), *enfant perdu* (Luc 15:11-32) ;
- 3) les idiomes immédiats qui remontent directement à la Bible. En général, ce sont les citations. Jésus-Christ a dit : “ *Moi, je vous dis de ne pas riposter au méchant; mais si quelqu'un te gifle sur la joue droite, tends-lui encore l'autre* ” (Luc 6:29) ;
- 4) les idiomes médiatisés dont le sens a été influencé par certains traducteurs.

Chaque classification reflète les différents aspects du sujet traité.

En général, la presse écrite utilise les expressions bibliques dans le discours politique. Les titres avec les locutions tirées de la Bible intriguent, ironisent, se moquent : “ *Et le “ logeur de Daech ” pleura comme une madeleine* ” (Le Figaro, 2018), “ *Rendez à César ce qui est à César : pourquoi Macron ne doit pas faire le signe de croix à l'église* ” (Résistance républicaine, 2017).

La fonction principale des expressions bibliques dans les journaux modernes est nominative. Cependant, dans les journaux laïques, les auteurs les utilisent souvent avec la connotation négative : “ *La Pologne s'en lave les mains* ” (Métro, 2018).

Tandis qu'employées dans les textes des journaux religieux elles accomplissent la fonction persuasive. Dans ce type de journaux la conviction des lecteurs est réalisée par le biais de l'explication des histoires bibliques. La fonction ludique ne se réalise que dans les journaux laïques. Elle consiste au jeu des mots : “ *De plus en plus de pauvres comme Job, Job, Job* ” (L'avenir.net, 2017). Dans ce cas, le nom du personnage biblique Job coïncide avec l'anglicisme job qui signifie "travail".

La presse écrite a tendance à introduire de nouveaux mots dans la structure des expressions : “ *Des milliers de migrants vivent un véritable calvaire sous la neige en Grèce et en Serbie* ” (RTL.info, 2017). Donc, l'utilisation de l'adjectif *véritable* renforce le sens de l'expression.

La presse écrite cherche toujours de nouveaux moyens pour attirer l'attention du public. L'utilisation des locutions bibliques dans le discours politique c'est un des moyens d'intriguer le récipient.

LITTÉRATURE

Бирих, А. К. И Матешич, Й. (1999). *Фразеология библейского происхождения*. Прага, Чехия: Изд-во Педагогического факультета Карлова Университета в Праге.

Гак, В. Г. (1997). Особенности библейских фразеологизмов в русском языке в сопоставлении с французскими библеизмами. *Вопросы языкознания*, 5, 3-19.

La Bible en ligne. doi : <https://www.aelf.org/bible>

De plus en plus de pauvres comme Job, Job, Job. (2017). L'avenir.net. doi : goo.gl/f89a4R

Des milliers de migrants vivent un véritable calvaire sous la neige en Grèce et en Serbie. (2017). RTL.info. doi : goo.gl/ZxmaEV

Drissi, M. (2018). *La Pologne s'en lave les mains*. *Métro*. doi : goo.gl/xJ7gFr

Durand-Souffland, S. (2018). *Et le “ logeur de Daech ” pleura comme une madeleine*. *Le Figaro*. doi : goo.gl/9C8RDM

Lafitte, J. (2017). *Rendez à César ce qui est à César : pourquoi Macron ne doit pas faire le signe de croix à l'église*. *Résistance républicaine*. doi : goo.gl/gzr4dm

LINGUISTIC FEATURES OF COMPUTER DISCOURSE

Sokolets I. I., Sytnikova Y. V.
Kyiv National Linguistic University

Discourse is the term, which is used in many theoretical discussions in literary studies and social sciences, but which is not explicitly defined yet. Within linguistics, discourse is used to refer to language and linguistic structures above the level of the sentence. In discourse analysis, discourse is used to refer to those elements which are seen to be rule-governed and systematic but which do not occur at the level of the word or the phrase (Jackson, 1997). Many linguists use a slightly simplified definition of discourse to refer to a group of statements, which are concerned with a

particular subject area—for example, a discourse of femininity, or a discourse of racism (Thurlow, Lengel, & Tomic, 2004).

Traditionally, there are four different types of discourse, namely argument, narration, description, and exposition.

Online media is grouped into its own categories and is called unconventional or non-traditional discourse. Non-traditional discourse includes: instant messaging, e-mails, chatrooms, internet forums and social networking services. All these unconventional types of discourse have some features in common. They assure free communication between two or more parties and guarantee social interaction without let or hindrance.

Structurally, computer-mediated communication (CMC) can be defined in terms of two basic parameters. The first is synchronicity. In synchronous CMC, transmission is essentially instantaneous, and interlocutors are assumed to be physically present to read and respond to messages, whereas in asynchronous CMC, neither of these assumptions holds. The second parameter is whether the communication is one-to-one (between two people) or many-to-many (multiple participants' messages being broadcast to multiple potential interlocutors).

Asynchronous messaging includes emails, newsgroups, forums, Twitter etc.

E-mail is a written form, since interlocutors are physically separated. It is durable, and authors often use complex linguistic constructions; however, e-mail is often unedited, uses first- and second-person pronouns, present tense and contractions, and is generally informal. E-mail discussion lists have properties in common with both oral communication and academic letter writing. A number of stylistic features not often seen outside of e-mail include: trailing dots, capitalisation, and excessive use of exclamation and question marks.

Like other forms of online communication, instant messaging has also developed its own acronyms and short forms. The chat language does not always obey or follow standard grammar rules, and additionally the words used are not usually found in standard dictionaries or recognized by language academies. Characteristic features of chat language are: initialisations (acronyms and abbreviations composed of initials); reductions and shortenings, and omission of the parts of speech; pragmatics and context in interpretation of ambiguous shortenings; reactive tokens; pictograms and logograms (rebus abbreviation); paralinguistic and prosodic features; capitalization; emoticons; variations in spelling; punctuation, or lack thereof.

Online communication has a great impact on the advancement of communication outside the Internet. The usage of Internet language is as important as the literary and spoken language and the functional styles. It is evident on all the levels of language units. The phonetic and graphical innovations define the global intercultural semiotic dimension. The vocabulary of the CMC is adopted mutually across all languages to unify the word-forming paradigm of the Internet language. The main syntactical unit of the Internet communication is the hyperlink, which serves as a superphrasal unit and demonstrates the shift in the structural and functional organization of the language (Компанцева, 2010).

It is worth mentioning the influence of gender norms on the word-forming processes of the Internet language. The gender semantics has violated the word-forming indifference in terms of gender and, now, includes the gender-related information into the new vocabulary. In the Internet, the representation of gender is asymmetrical with the male gender being the normative one and the female -- the deviation from the norm. Nevertheless, the universalism of the male gender as a base in the Internet discourse is being balanced out by forming the vocabulary filled with the information related to the female gender (Компанцева, 2010).

The Internet is considered to be an intercultural phenomenon, formed on the edge of mentalities and conceptual worlds of various nations. Globalization processes have a great impact on the Internet communities, the conceptualization of the Internet culture and development of its linguistic features. The system of the Internet genres is the driving force for its development.

LITERATURE

- Jackson, M. H. (1997). Assessing the structure of communication on the World Wide Web. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3(1), JCMC311.
- Thurlow, C., Lengel, L. B., & Tomic, A. (2004). *Computer mediated communication*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Компанцева, Л. Ф. (2010). От классического языкознания – к интернет-лингвистике. *Studia Linguistica*, (4), pp. 24-30.

TYPES AND TACTICS OF SPEECH MANIPULATION

Strilnyk Y. V.

Київський національний лінгвістичний університет

Manipulation is a linguistic term with great creative potential that is first and foremost topical in the framework of the theory of linguistic manipulation. The wide and somewhat blurred semantic field of the term “manipulation” includes such key elements as “negative” intention of the speaker and covert (not evident for the listener) character of influence (Akopova 2013, p. 1).

There are a lot of different ways to manipulate other people. By the way, men and women use various manipulative tactics to influence others. It is used manipulation of love, fear, diffidence, feelings of guilt, a sense of pride in everyday communication between people. There are different tactics which person can use to stop or motivate to the actions other people. The process of manipulation is realized when the listener is unable to distinguish a real intention of the speaker.

Scholars singled out five manipulative tactics:

- 1) Distraction
- 2) Deferring
- 3) Emotional effect
- 4) Ignorance preservation
- 5) Self-blame strengthening (Kamil, Al-Hindawi, 2017, pp. 142 – 143).

Manipulation is a pragmatic strategy that achieves its goals without evident detection of communicative intention: the speaker wittingly chooses such form of utterance that lacks direct signals of his intentional condition. Linguistic manipulation in a broad sense is any verbal interaction regarded from the point of view of its motivation and realized by the subject (speaker) and the object (listener) of communication. A subject of communication regulates behavior of his interlocutor through speech, stimulating him to commence, alter or accomplish an action whenever the need arises. The speaker can either stimulate proper responsive verbal or non-verbal action, or exercise indirect influence in order to mould certain emotions and perceptions required by the speaker. In the long run, these perceptions are supposed to organize such behavior on the part of the listener that the speaker was aiming for. By exercising influence upon a person, we aspire to mould his behavior to suit our needs (Akopova, 2013).

Oral presentation of information is an important aspect of linguistic influence (Akopova, 2013). The speaker influences an interlocutor directly. It means, he can use different word constructions, vary voice tone and even use different psychological technics of influence. Speaker tends to conceal his real intentions and aims in order to achieve the desired goal.

In comparison with oral speech, written text is clearer and more understandable. A person can reread the message as many times as possible and find, notice various manipulative hints. That's why people who want to manipulate their interlocutors tend to use oral speech.

There are different classifications of manipulation:

- 1) According to the character of subject-object interaction: direct, indirect.
- 2) According to awareness of linguistic actions: intentional and non-intentional.
- 3) According to the type of linguistic action, manipulation can be: social, volitional, informational and estimative (Akopova 2013, p. 3).

Speech manipulation can be rational or emotional, everything depends on the intention of the speaker (Akopova 2013, p. 2). Rational manipulation means that the speaker can use different arguments, facts or details in order to influence people's behavior, consciousness or actions. Other type of speech manipulation is based on the fact the speaker manipulates listener with the help of emotions. Speaker uses various emotional tactics such as crying voice, pleading tone or tears provoking sympathy and obtaining the desired from interlocutor.

Let us consider the following example of one of the types of speech manipulation:

– *No, you are going to behave today. I'm not going to be humiliated in front of the entire neighborhood. And, just so you know how serious I am...*

– *What's that?*

– *Santa's cell-phone number.*

– *How did you get that?*

– *I know someone who knows someone who knows an elf. And if any of you acts up, so help me. I will call Santa and I will tell him you want socks for Christmas. Are you willing to risk that?*

– *Nooo.*

– *OK. Let's get this over with.*

It is a bright example of rational manipulation where it is clear that mother by stating that she has a cell-phone number of Santa (“– *What’s that? – Santa’s cell-phone number*”.) tries to manipulate her children’s behavior. Conversational function of the particle *so* in the following example (“–*And, just so you know how serious I am...*”) is indirect inducement to action, and namely, mother wants her children to behave well. So, in such a way she manipulates them.

The conclusion is that speech manipulation is a process of great impact on a person with the help of various verbal means. People tend to use different manipulative types and tactics in everyday communication with their interlocutors. So, it leads to change the thoughts, actions and intentions of the people who are under the influence.

LITERATURE

- Akopova, A. (2013). Linguistic Manipulation: definition and types. *Intentional Journal of Cognitive Research in science, engineering and education*. Access mode: file:///C:/Users/Admin/Downloads/128-1-872-1-10-20170805%20.pdf
- Kamil, S. I., Al-Hindawi, F. H. (2017). *The Pragmatics of Manipulation in British and American Political*. Hamburg: Anchor Academic Publishing,
- Cherry, M. (Producer). (2004). *Desperate Housewives* [Motion picture]. United States: ABC Studios.

METALEPSIS IN FILM: UNNATURAL NARRATIVE TECHNIQUES AND IMPOSSIBLE WORLDS

Yu. Sydorenko

Kyiv National Linguistic University

Originally, *metalepsis*, a figure and technique of rhetorical narratology, has long since found its way into the dimensions of literature, film, and other media, transforming into a powerful narrative phenomenon. As such, modern cinematography offers numerous ways of creatively telling a story on the screen. Filmmakers resort to extensive measures to achieve the most striking effect on cinema-goers, transforming traditional narration into an intricate set of transgressions between different narrative dimensions within a film.

The notion of metalepsis was defined by Genette (Genette, Lewin & Culler, 2006) as “any intrusion by the extradiegetic narrator or narratee into the diegetic universe (or by diegetic characters into a metadiegetic universe, etc.), or the inverse” (p. 234). In other words, as Kukkonen (2011) elaborates, the literal meaning of metalepsis is “a jump across” (p. 16), which occurs within narration either in literature, film, or any other media, where it is possible to create several fictional worlds and interconnect them. As such, Kukkonen and Klimek’s (2011) studies prove that metalepsis can be truly considered a *transmedial* phenomenon, since the narrative technique in question fits into the frames of many other media, including fiction film (p. 171). Apart from traditional literary texts, attention has been drawn to the manifestations of metalepsis in different forms of popular culture, such as graphic novels and comics, theatre, film,

television, and even song lyrics and music videos. The focus of this study is a way unnatural narrative techniques of metalepsis are employed in films and the ultimate effect they produce on perception of narrative on the screen.

In case in a piece of fiction the narration evolves in a natural way, readers stay in a fictional world, constructed in the work of fiction, throughout the course of the narrative (Kukkonen & Klimek, 2011, p. 20). However, in case of metalepsis, the narration within the fictional world is interrupted, and the narrative voice itself comes forward to remind the reader about the boundary between the real world and the fictional one. As Haneberg (2017) points out, metalepsis has been justly classified as self-referential and paradoxical, and, with its “loops” and “tangled hierarchies”, it can be viewed as *impossible narration* (p. 152). As a metaleptic boundary of a fictional world is crossed, its coherence is questioned.

Fictional worlds constructed in fiction have been studied from the standpoint of the possible worlds theory. Possible worlds are “projections of alternative states of affairs from the actual world” (Kukkonen & Klimek, 2011, p. 21). However, a counter-theory was developed, that of impossible worlds which do not follow the basic laws of logic (Ryan, 2013, p. 129). These, according to Martín Jiménez (2018), occur as a result of fictional metalepsis, which can cause “authentic rupture of fictional logic” (p. 17). Thus, it is possible to conclude that these ruptures in the narrative logic create a multidimensional impossible narration.

Unnatural transgressions in films are a common occurrence. As quite a few film directors explore their tools and methods of filmmaking at hand and take liberties with everything including the narration itself, the use of unnatural narration in films becomes more common to the audience, as well as more prominent and bold. Alfred Hitchcock’s classical works of cinematographic art can be qualified as containing metaleptic transgressions in narration. Hitchcock’s narrative is subtle and intricate due to the juxtaposition of fictional worlds, creating an effect of contrast, suspense, or mystery. Impossible narration is evolved in many of his famous works such as *Rear Window*, *Rebecca*, and many others.

Manifestations of metalepsis in films can differ by genre. In comedy films metalepsis is manifested in two types: narrative and fictional (Kukkonen & Klimek, 2011, p. 172). In both cases, creators of a film develop a unique pattern, transgressing from one narrative dimension into another one. If transgression occurs between the fictional world within the film and the supposed world of reality, which exists outside of it, this type of narrative technique is a narrative metalepsis. Alternatively, whenever the boundary between two (or even more) fictional worlds embedded within the film is crossed, fictional metalepsis occurs. Both types of metalepsis create anti-illusionist, as well as absurd or comic effects (ibid.). Apart from comedy films, metaleptic transgressions are not alien to fantasy films. A classical fantasy novel and film “*The Neverending Story*” took great liberties with narration, colliding the fictional world of the film, where a young boy reads a book while hiding away from bullies in an attic, and a world of the fairytale, where the boy soon finds himself as another character, capable of making decisions that will change the outcome of the book.

To conclude, modern medium of film readily adapts innovative tools and techniques to enrich their narrative capacities. Metaleptic transgressions between fictional worlds within a common frame of a film have become more and more common within specific genres of film such as fantasy, comedy, etc. As such, metalepsis has long since proven to be an effective artistic way of updating traditional means of narration in films, taking the art of cinematography to a new level of expression.

REFERENCES

- Genette, G., Lewin, J., & Culler, J. (2006). *Narrative Discourse*. Ithaca: Cornell University Press.
- Hanebeck, J. (2017). *Understanding Metalepsis: The Hermeneutics of Narrative Transgression*. Berlin/Boston: De Gruyter.
- Kukkonen, K., & Klimek, S. (2011). *Metalepsis in Popular Culture*. Berlin: Walter De Gruyter.
- Martín Jiménez, A. (2018). A theory of impossible worlds (Metalepsis). *Castilla. Estudios De Literatura*, 6, 1-40.
- Ryan, M.-L. (2013). Impossible worlds and aesthetic illusion. W. Bernhard and W. Wolf (Eds.). *Aesthetic Illusion in Literature and Other Media*. Amsterdam/New York: Rodopi.

IMPULSE BUYING: PSYCHOLOGICAL ASPECTS

Talpa M.M.

Kyiv National Linguistic University

All through the history of marketing the main task was to understand the different behavior of consumers. Consumer behavior is one the leading subjects of marketing and according to AMA (American Marketing Association) it is “the dynamic interaction of affect and cognition, behavior, and the environment by which human beings conduct the exchange aspects of their lives” (Tyagi, Kumar, 2004, p. 238-242). Consumer behavior also deals with feelings, emotions, experience and thoughts regarding the product in accordance to social and psychological factors which affect the constituents mentioned above.

Researchers, which try to understand consumer behavior are interested in this study because of the impact of consumer choice on consumer decision. The main areas of interest are the speed of the decision-making process and what triggers the process. In this research, a specific type of purchase which is called impulse buying is examined. The importance of this problem is very high as a study conducted by Invesp in 2012 informs us that 84% of all shoppers have made impulse purchases.

Bayley and Nancarrow (1998) defined impulse buying as a “sudden, compelling, hedonically complex buying behavior in which the rapidity of an impulse decision process precludes thoughtful and deliberate consideration of alternative information and choices” (p. 100). Hedonic behavior is marked with pleasure; in contrast to the utilitarian behavior where the shoppers seek for functional benefits and economic value in the shopping process.

There are many aspects which influence consumers' brisk decision making to buy impulsively. Both buyers and marketers can benefit from understanding the psychological drivers of the impulsivity. Here it is necessary to clarify the three main factors which influence impulsive buying behavior: store environment, personal characteristics and buying conditions to get a better understanding of these hidden forces.

The first factor to be approached is store environment. Store environment consists of such components as lightning, music, store promotions, prices, layout, scent and design factors.

Product layout is important for successful in-store shopping. To achieve the best results, it is important to understand your customer and their habits. There are a few strategies that help to increase impulsive buying. For example, it may be a good idea to place complementary products next to common products or locating popular products at the back of the store – this forces the client to walk through all the store and be urged to buy other products.

According to the studies of North and Hargreaves (1998), as cited by Mattila and Wirtz (2001), music is capable of having different impact on consumers. Music influences the time a consumer spends in a shop and how much is bought. In a study by Millman, shoppers spend more time doing their shopping in a slow, quiet music tempo and accordingly purchase more products, while loud music is one of the major irritants of shopping which causes physical discomfort. In the opinion of Mattila and Wirtz (2001), it is crucial to highlight the influence of ambient scent in stores, which ultimately influences buying behavior of customers. It has been noticed that customers tend to buy more goods when the ready-made food and bakery sections are situated near the entrance of the shop. Buyers get the feeling of hunger and this results in them buying more than they intended to. An important aspect to mention is promotions and prices. It has been revealed that consumers are likely to buy more products if the price of first-hand products is lower than expected. This gives a feeling of saving up money and receiving the opportunity to purchase other goods. (Janakiraman, Meyer, Morales, 2006)

The second factor to consider are personal characteristics of the shopper. Psychologists have agreed that there is a special trait of impulsivity, in other words, some people are more inclined to make an impulsive purchase than others. One study by Rook and Fisher (1995) found that individuals who can be characterized as having the buying impulsiveness trait, only those who deem "buying on impulse" as a normative behavior, are likely to engage in such behavior. Other traits related to impulsivity may also play a role in mediating shopping behavior. For example, in 2010, Sharma et al. (2010a) found that those individuals who measure high in the trait of 'Optimal Stimulation Level' were more likely to indulge in impulsive buying behaviors, as a way of obtaining their optimal levels of stimulation via the "emotionally charged experience" of shopping on impulse. Aside from the traits, other personal factors play a role in impulse buying. It is said that a person, who is not confident in himself or feeling depressed is likely to buy on impulse to rise his self-esteem and to feel more in control of his/her life.

The final factor of psychological aspects of impulse buying is the buying conditions. The buying conditions include the time one has, money and who he/she is accompanied by. A study by Jeffrey and Hodge (2007) suggests that the more time a person spends in a shop before buying the item the more likely he will make an unplanned purchase. An accompanying person can alter even the planned buying list of a shopper. A friend or a relative can give information about his/her experience and share his thoughts on the quality or defects of goods during in-store shopping which will trigger the shopper to make certain decisions. Moreover, unplanned buying behavior can also be affected by out of store factors, such as word-of-mouth from family and friends.

All in all, impulse buying is an important question for marketers. It is a subject which has not yet been studied fully and needs more research. The human brain is too complex a mechanism to understand, but it's vital for professionals to understand how this practice can be influenced to implement the correct merchandising strategy. To succeed in this task you have to clearly understand your consumer, his/her needs and buying behavior, develop the most suitable strategy and marketing mix which will be aligned to your consumers' needs and which will be convenient.

REFERENCES

- Tyagi, C. L., & Kumar, A. (2004). Consumer Behaviour and Marketing Strategy. In *Consumer Behaviour*. Atlanta, 238-242.
- Bayley, G., & Nancarrow, C. (1998). Impulse Purchasing: A Qualitative Exploration of the Phenomenon. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 1(2), 99-114.
- Mattila, AS, Wirtz, J. (2001). Congruency of scent and music as a driver of in-store evaluations and behaviour. *J. Retailing*, 273-289.
- Janakiraman, N., Meyer, RJ, Morales, AC (2006). Spillover effects: How consumers respond to unexpected changes in price and quality. *J. consum. Res.*, 33, 361-69.
- Rook, Dennis and Fisher, Robert, (1995). Normative Influences on Impulsive Buying Behavior. *Journal of Consumer Research*, 22 (3), 114-126.
- Sharma, P., Sivakumaran, B., and Marshall, R. (2010a). Exploring Impulse Buying and Variety Seeking by Retail Shoppers: Towards a Common Conceptual Framework. *Journal of Marketing Management*, 26 (5-6), 473-494.
- Jeffrey, S. A., & Hodge, R. (2007). Factors influencing impulse buying during an online purchase. *Electronic Commerce Research*, 7(3), 367-379.

LES PARTICULARITES DES LOCUTIONS PHRASEOLOGIQUES FRANCAISES AVEC L'ELEMENT ANIMALISTIQUE

Tcholpane A.O.

Université nationale linguistique de Kyiv

Le mot phraséologie vient du grec (phrase et logos "discours"). Au XVIIIe siècle il est employé pour donner le nom à l'ensemble d'éléments linguistiques qui se trouvent dispersés dans des ouvrages de linguistique générale. La fin du XIXe siècle

est marquée par l'utilisation de ce mot à titre du terme linguistique qui se distingue par la présence de ses propres traits pertinents.

Ferdinand de Saussure a consacré la place considérable dans son "Cours de Linguistique Générale" aux unités phraséologiques nommées d'après lui "locutions toutes faites". Albert Sechehaye (1921), pour sa part, s'intéresse à deux types de phraséologismes, les locutions et les mots composés, qui se distinguent par la perte d'identité sémantique des composants dans le premier cas, et sa conservation dans le second. Le linguiste hollandais C. de Boer (1922), établit la démarcation entre ce qu'il nomme syntaxe figée ou locutionnelle et syntaxe vivante ou mobile.

Mais c'est Charles Bally, un linguiste suisse, qui était le premier de parler de la phraséologie en tant que discipline en 1909, dans son "Traité de Stylistique française". Il dit: "Si, dans un groupe de mots, chaque unité graphique perd une partie de sa signification individuelle ou n'en conserve aucune, si la combinaison de ces éléments se présente seule avec un sens bien net, on peut dire qu'il s'agit d'une locution composée (...) c'est l'ensemble de ces faits que nous comprenons sous le terme général de Phraséologie" (Bally, 1951, p. 65-66).

De nos jours les débats linguistiques s'accroissent autour de la question comment on peut considérer la phraséologie: comme une sous-discipline de la lexicologie ou bien comme une discipline à part entière, autonome et indépendante? Le terme de la phraséologie continue d'être polysémique puisqu'il peut refléter de plusieurs aspects dans le domaine de la linguistique. Tout d'abord il peut représenter une discipline au sein même de la linguistique. Dans ce cas, la phraséologie constitue une discipline autonome qui possède d'un objet d'étude et d'une méthodologie. Ensuite elle est considérée comme l'ensemble des éléments qu'elle étudie et qui font l'objet d'étude de cette discipline. Ainsi elle ne peut référer qu'à l'objet d'étude en question, envisageant l'ensemble des combinaisons lexicales fixes dans une langue donnée. Et enfin le terme de la phraséologie peut être compris comme une aire terminologique déterminée, également appelée jargon ou langue déspecialisée c'est-à-dire qu'elle appartient au domaine restreint de l'ensemble de termes propres à un milieu, à une activité, coïncidant ainsi avec la notion de terminologie.

Cette instabilité conceptuelle du terme scientifique relève également des particularités de la phraséologie comme la branche de la linguistique qui restent actuellement en question. Pourtant les linguistes trouvent des points communs dans la définition du terme de la phraséologie et de celui de l'unité phraséologique. Ce sont les ouvrages du linguiste suisse Ch.Bally, A.Sechehaye, J.Marouzeau et du linguiste russe V.V.Vinogradov qui servent de la base théorique à l'étude la phraséologie surtout des langues romanes et slaves (Виноградов, 2001, с. 46-48).

La phraséologie s'occupe des groupements stables (locutions phraséologiques) qui ne se créent pas au moment de la parole, mais y sont reproduits en tant qu'unités toutes faites, unités lexicales.

La définition des unités phraséologiques la plus commune est suivante: le phraséologisme est une unité de langage séparément présentée, caractérisé par une conversion partielle ou complète de composants sémantiques (Базарян, 1987, с. 5-11).

Les unités phraséologiques comblent les lacunes dans le système lexical d'une langue, qui ne peut pas fournir complètement tous les noms des différents aspects de

la réalité, qui dans de nombreux cas sont les seuls symboles des objets, des propriétés, des processus, des conditions, des situations, etc. La connaissance des phraséologismes affaiblit la contradiction entre les besoins de la pensée et les ressources lexicales de la langue. Dans les cas où l'expression stable possède du synonyme lexical, en général ils se diffèrent stylistiquement. La phraséologie est un trésor de la langue. Phraséologie se reflète dans l'histoire du peuple, l'unicité de leur culture et leur mode de vie. Les idiomes portent souvent le caractère national vif.

Dans de nombreuses langues, les différents phénomènes de la nature sont une partie intégrante de la parole y compris l'importance particulière des unités phraséologiques avec les zoonymes qui constituent un grand groupe de la phraséologie. Les composants les plus productifs sont les zoonymes les "chien", "vache" et "cheval", ce qui est causé tout d'abord par un contact prolongé et intime avec les gens et les animaux.

La plupart des concepts exprimés à l'aide des unités phraséologiques avec le composant zoonyme possèdent d'une connotation négative, ce qui signifie que la comparaison avec l'animal lui rabaisse, néanmoins beaucoup de phraséologismes sont même abusifs. Des concepts tels que AVIDITÉ, LACHETE, COLERE et STUPIDITE présentés dans les unités phraséologiques sont plus nombreux que des concepts tels que ENERGIE, FORCE, AMOUR et PAIX.

Dans une étude des concepts présentés dans les unités phraséologiques avec le composant des noms d'animaux la composante animalière possède une identité culturelle distincte, qui est déterminée par ses liens associatifs et par les rapports des animaux relation avec les gens, ce qui donne une certaine valeur au zoonyme et au phraséologisme dont il est composant.

Les unités phraséologiques avec les composants des noms d'animaux sont la couche particulière de la langue française. Possédant toutes les caractéristiques lexicales et sémantiques de l'unité phraséologique les locutions considérées se caractérisent par une grande expressivité et par un caractère imagé, qui sont dues aux valeurs significatives des phraséologismes.

LITTERATURE

- Bally, Ch. (1951). *Traité de stylistique française*. 2-e éd.: 2 vol. Paris: Klincksieck.
- Базарян, А.Г. (1987) *Фразеология современного французского языка*. М.: Высшая школа.
- Виноградов, В.В. (2001). *Русский язык. Грамматическое учение о слове*. 4-е изд. М.: Русский язык.

MARKETING AND THE PSYCHOLOGY OF PERSUASION

Teliakova D.A.

Kyiv National Linguistic University

Nowadays people live in the world of consumption and surrounded by hundreds of brands that are competing for consumer's attention with a power of marketing. The main goal of marketing is to create the relationship with the client by social and

managerial means and get value in return. Marketing is concerned with finding a way to satisfy customer's needs and desires.

To have a successful marketing campaign the understanding of the target customer is crucial. Simply knowing demographics and demand is not enough for today's realities. Usual market research is not as effective as it was decades ago, therefore marketers have to come up with new ways to understand and attract customers. For this matter, they have to dig deeper and unveil the hidden motives and persuaders rooted in the mind of a consumer. That is where psychology, a science studying behavior and mental processes, starts interacting with marketing.

As far as the majority of communication and decision-making occurs at the subconscious level, marketers need to consider the psychological underpinnings of purchasing behavior. By understanding the factors that apply at this level, marketers can be far more effective in convincing people to choose what they want them to choose and as a result to buy.

After all, knowledge of the human psychology opens up new opportunities to improve marketing communication. Being able to make the consumers "act" by the persuasive techniques is the main competitive edge any marketer could offer. Basing on the extensive psychological studies professionals create strongly effective techniques of persuasion. Altogether, they form the concept of the psychology of persuasion, which has many different theories and cannot be described shortly. For this reason, presented thesis stops only at the most common and set concepts that have application to marketing context.

According to Robert Cialdini, who is a professor in marketing and psychology and the author of "Influence: the psychology of persuasion" book, there are six essential psychological weapons of persuasion, which impact people's actions daily. They are reciprocity, commitment and consistency, liking, social proof, authority and scarcity.

Reciprocity – is the first universal principle of influence that builds on simply put, people are obligated to give back to others the form of behavior, gift or services that they have received first. An example that is common in the business world is giving away free samples/services. Once the company has offered a good quality content/service free, you are more likely to make a purchase of a product from their company in the future.

Scarcity – is the other universal principle. It simply makes people want more of those things they can have less. We tend to rush into things, which are rarely available. For example, we often hear the phrases "FOR A LIMITED TIME ONLY", "LAST 10 PIECES LEFT, HURRY!" in the advertisements. This is a way of increasing product sales by making the availability limited. It is not enough simply to tell people about the benefits of the exact product. It is vital to point out what is unique about a proposition and what clients stand to lose if decided not to buy. People are always drawn to things that are exclusive and hard to come by.

Authority – is the principle, which based on the idea that people follow the lead of credible, knowledgeable experts. Buying something means trusting someone.

For instance, if a person called Peter tries to sell you an apartment, you will be less inclined to buy it from him than if he was introduced to you as a real estate professional with 22 years of experience in selling and buying apartments.

Commitment and consistency – is the principle of selling by involving. Make people feel they are part of your community. If people have a say in what the brand, product or service brings to the market, people will buy you more. Starting small with this, you will see that once you get a commitment from consumers, you can snowball your marketing actions. Commitment is the basis of a loyal relationship.

Liking – means people prefer to say yes to those that they like. We tend to buy more from people who like us. We are narcissistic beings who easily buy from people who complement and appreciate us. Try inviting them to an online closed community for example and ask their opinion and feedback on what you are doing.

Social proof – the next principle that means people tend to do what other people do. Instead of telling them what to do in a certain situation, it is easier to get someone to change his/her behavior by telling him/her what other people did in similar situations.

To sum up, humans psychology is a very broad field that needs to be studied for improving marketing communications. Understanding the main principles of this science helps businesses to position their products in the most effective ways and create valuable tips on persuasion. The above-mentioned principles provide a big influence on potential consumers. They are the secret weapons of the science of persuasion for marketers.

LITERATURE

- Baryshnikova, E. (2017). *Persuasive techniques used in marketing and advertising based on psychological factors* (Unpublished master's thesis). Saimaa University of Applied Sciences. doi:https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/130959/Baryshnikova_Elizaveta.pdf?sequence=1
- Psychology*. (2018, March 06). Retrieved March 10, 2018, from <https://en.wikipedia.org/wiki/Psychology>
- The 6 Principles of Persuasion by Dr. Robert Cialdini* [Official Site]. (n.d.). Retrieved March 10, 2018, from <https://www.influenceatwork.com/principles-of-persuasion/>

COMMUNICATIVE STRATEGIES IN ENGLISH ADVERTISING DISCOURSE

L.O. Tkach

Kyiv National Linguistic University

Advertising is a phenomenon people face almost everywhere in their lives. We encounter it while watching TV, using public transportation, and even just walking outside. To attract the consumer advertisers use all possible means, including those communicative strategies that are to make people buy the product. According to

Pirogova (Пирогова, 2001), communicative strategies in advertising are methods of selection, structuring, and presentation of information about the object advertised in a way that is beneficial for its promotion (с. 3). It should not be forgotten that advertising itself is also a form of communication. It is communication between the advertiser and the consumer (Mohr, Nevin, 1990, p. 36).

To make the advertising message effective, verbal (the words through which information is represented) and non-verbal (signs, gestures, pictures) components of the message are to interact (ibid., p. 44). The word choice in advertising is important. Usually, the preference is given to short and understandable phrases that will become earworms for the audience. The usage of metaphors is also a good way to make the slogan catchy (such metaphors can refer to the name of the advertised product, the company's motto, etc.). In order to make the message even more effective the verbal components of information are supplemented with the non-verbal ones. Non-verbal components include images, foregrounding, the choice of colours, arranging different parts of a message in space (or their temporal order if we talk about the TV commercial), music and sounds (including the voices which pronounce the text). Even people involved in advertising can convey the message via non-verbal means. They use facial expressions, eye movement, gestures, postures, clothes, appearance, environment, objects that surround them, space use, time use, voice characteristics, and tactile communication. According to Mohr and Nevin (ibid., p. 44), the agreement of these components and the distribution of information between the text and the non-verbal communication channel is important. There are some special methods of such agreement. For example, one of them is the visualization of the verbal metaphor that is presented in the advertisement or the commercial.

If the sender puts the main influencing force into the semantic component of the advertising slogan, they use "semantically oriented communication strategies". If the most significant influencing component is the sound organization of the text, then this is the use of "phonetically oriented strategies". Important concepts of phonetically oriented communication strategies are the concepts of paronymy, alliteration, assonance and phonosemantics (Пирогова, 2001, с. 7). In those cases where both the semantic and phonetic components equally matter, we can speak about mixed communicative strategies. The difference between these strategies is reflected in the advertising slogans, e.g.,

- Semantically oriented:
 - Apple – "Think Different"
 - Skittles – "Taste the Rainbow"
 - Nike – "Just Do It"
 - L'Oreal – "Because You're Worth It" (BAS).

In these slogans it is the sense of the message that matters. The use of imperative makes them encouraging thus enhancing their persuasive potential.

- Phonetically oriented:
 - Heinz – "Beanz Meanz Heinz"
 - Typhoo – "You Only Get an 'OO' With Typhoo" (BAS).

The aim of such slogans is to be simple and catchy, so the best way to create one is to choose the words that rhyme.

- Mixed:
 - Jaguar – “Grace, Space, Pace” (BAS).

Here the sense and the sound form of words interact.

One more communicative strategy that is employed in advertising is the use of explicit and implicit information. Explicit information is the one that is expressed clearly, while implicit information is not manifested directly via the use of nominative units (Пирогова, 2001, с.10).

For example, let us consider the slogan of Jaguar “*Own a Jaguar at a price of a car*” (BASMB). It implies that Jaguar is something more than just a car, but still people can buy it at a reasonable price.

Another example is the slogan of the company FedEx: “*When there is no tomorrow*” (BASMB). It is difficult to interpret its meaning without knowing that this company deals with courier delivery. “FedEx” is a syllabic abbreviation of “Federal Express” and this company claims to deliver the parcels very fast. That is why “*there is no tomorrow*”, you will receive your parcel today.

Communicative strategies are the means of influence. The latter is an integral part of advertising. Thus, the reasonable use of such strategies will increase the effectiveness of any advertisement or commercial.

BIBLIOGRAPHY

- Пирогова, Ю.К. (2001). Стратегии коммуникативного воздействия в рекламе: опыт типологизации. *Труды международного семинара. Диалог'2001.* (с. 3-10). Москва. Взято з: https://cyberleninka.ru/viewer_images/5269170/f/7.png.
- Mohr J., Nevin J.R. (1990). Communication strategies in marketing channels: A theoretical perspective. *Journal of Marketing*, 54(4), 36-51.

LIST OF ILLUSTRATION MATERIALS

- BAS = *30 of the Best Advertising Slogans*. Retrieved from: <https://www.superdream.com/news-blog/best-advertising-slogans>
- BASMB = *40+ Best Advertising Slogans of Modern Brands*. Retrieved from: <http://www.advergize.com/advertising/40-best-advertising-slogans-modern-brands/2/>

TRAITS LEXICO-GRAMMATICaux DES MOTS ABUSIFS (BASÉS SUR LE MATERIEL DE LA LANGUE FRANÇAISE)

Tymofieiev R. I.

Université nationale linguistique de Kyiv

Le langage grossier, les mots vulgaires c’est un problème social. Il semblerait que la langue soit perpétuellement réinventée par chaque nouvelle génération, soucieuse de renouveler son vocabulaire pour mieux se l'approprier. Ceci ne doit cependant pas masquer des questionnements d'ordre sociologique, mais permet de relativiser les discours faisant du développement de la langue populaire un signe de déclin social. Ainsi, il est indéniable, toute autre considération mise à part, que le fait de parler l'argot des banlieues marque le locuteur et c'est une des fonctions de l'argot

en général comme venant d'un milieu socio-géographique déterminé, ce qui peut conduire ses interlocuteurs, qu'ils soient ou non du même milieu social, à se conduire en fonction de préjugés qu'ils auraient vis-à-vis de tel ou tel groupe. En ce sens, l'argot contemporain est un "marqueur social" plutôt qu'un facteur d'exclusion en tant que tel.

Mots et locutions considérés "vulgaires" en français, en d'autres termes, expressions idiomatiques, un langage obscène, tabou est "armes déraisonnables ou garde-corps – témoignage de ceux qui ont tort" (R. Ducharme, 1999). Les argotismes sont étudiés par des linguistes étrangers et ukrainiens.

Après avoir analysé en détail la composition lexicale du vocabulaire non-normatif, nous distinguons quatre champs principaux lexico-sémantiques: 1) sphère lexico-sémantique axée sur des traits humains internes, p. ex.: hypocrite, tu m'a vu, abruti; 2) sphère lexico-sémantique est orientée sur les traits extérieurs d'une personne, p. ex.: laid, bigleur, trouduc, trou du cul; 3) sphère lexico-sémantique est orientée sur les traits sociaux et nationaux de la personne, p. ex.: noir, nègre, noir piot; 4) sphère lexico-sémantique axée sur le sexe et la sexualité (anatomie humaine), p. ex.: putain, pouffiasse, pétasse, boudin.

Une grande partie des mots utilisés pour offenser ont un contenu spécifique. Par conséquent, nous sommes d'accord avec l'idée de linguistes français qu'il existe un cadre sémantique et des formules grammaticales qui sont utilisées pour offenser et vexer.

Les lexèmes qui se transforment en escrocs sont liés au monde animal, p. ex.: coq, cochon, dinde, mouton, oie; à la cruauté, p. ex.: salaud, salope, emmerdeur, chieur; à la paresse, p. ex.: cancre, veau, saindoux; à la méchanceté, p. ex.: rat, pisseux, pédé; utilisé dans certaines structures syntaxiques portant la formule de l'offense, p. ex.: va-t'en, tais-toi, m'as-tu-vu.

Tous les mots abusifs peuvent être divisés en trois catégories: 1) les insultes; 2) des mots désobligeants de sens péjoratif; 3) ceux qui peuvent être utilisés comme des insultes.

Enfin, le système de langage universel comprend la langue littéraire et ses éléments ou vernaculaires, dialectes, jargon.

A ces éléments linguistiques appartenant le vocabulaire vulgaire – vocabulaire guerrier comprenant des mots grossiers. Le vocabulaire traditionnellement significatif est appelé obscène, anormal, tabou.

L'étude du vocabulaire vulgaire devient de plus en plus le sujet des recherches linguistiques. Les dictionnaires des mots fantasmagoriques sont perçus contradictoire.

En résumé, on peut dire que, comme dans toutes les langues, selon le sens, il y a une division de ces lexèmes.

En termes grammaticaux, les jurons sont principalement: adjectifs, p. ex.: péteux, merdeux, morveux; substantifs, p. ex.: chien, avorton, bulletin de vote; adjectifs, p. ex.: sucé, vendu, fêlé.

Les particularités morphologiques sont caractéristiques de ce type de vocabulaire: les suffixes, p. ex.: grognasse, ananas, pétasse, conessa, pouffia; les préfixes, p. ex.: déjanté, demeuré, dérangé, enfariné, enfler, enculé, enfoiré; la présence de deux bases en un seul mot, p. ex.: demi-partie, casse-couilles, cul-terreux.

Les mots drôles de français sont accompagnés par: les pronoms indicatifs, les pronoms indéterminés; les épithètes estimées, p. ex. un gros-con, jeune con, et vente con, et vieux con; les exclamation, p. ex. Oh là là ..., Salut!, Bah!

Par conséquent, les mots d'escroquerie jouent leur rôle défini dans le langage et font un sujet intéressant pour d'autres recherches linguistiques.

ЛІТЕРАТУРА

Горбач О. Т. Арго в Україні. Львів, 2006. С. 8–40.

Ставицька Л. Українська мова без табу. Словник нецензурної лексики і її відповідники. Обсценізми, евфемізми, сексуалізми. Київ, 2008. 455 с.

Ducharme R. Gros mots. Montréal, 1999. 311 p.

Guilleron G. Le petit livre des gros mots. Montréal, 2007. 160 p.

Guilleron G. Petit dictionnaire des mots d'oiseaux. Montréal, 2013. 386 p.

REFERENCES

Gorbach, O. (2006) *Argo v Ukraine [Slang in Ukraine]* – Lviv [in Ukrainian]

Stavytska, L. (2008) *Ukrainska mova bez tabu. Slovnyk netsenzurnoi leksyky.*

Obstsenizmy, vfemizmy, sksualizmy [Ukrainian language without taboo. Dictionary of obscene vocabulary and its correspondences. Scenic, euphemism, sexualism] Kyiv : Crytyka [in Russian]

Ducharme, R. (1999) *Gros mots [Swearword]* Montréal : Gallimard [in French]

Guilleron, G. (2007) *Le petit livre des gros mots [The little book of swearword]* Montréal : First [in French]

Guilleron, G. (2013) *Petit dictionnaire des mots d'oiseaux [Small dictionary of bird words]* Montréal : First [in French]

PYRAMID SCHEME AND HOW IT WORKS

Vasilchenko D.S.

Kyiv national linguistic university

At first what is a pyramid scheme? It is a financial model that recruits members via a promise of payments for engaging others into a scheme instead of delivering investments or selling products or services. The main feature of a pyramid scheme is that it makes money by involving more members. There are many different kinds of pyramid schemes. For example, Ponzi scheme, Classical (multilevel) pyramid and innovative in our days multilevel marketing with elements of a pyramid.

Ponzi scheme is an investment scheme that provides income to earlier investors from funds received from the latter ones. At first, it may look quite legitimate, but Ponzi scheme is usually destroyed as soon as the inflow of funds from new investors becomes insufficient to make payments to the old ones. In some cases Ponzi scheme is initially used without malicious intent, and in order to make profit with the fulfillment of all obligations to investors.

However, in most cases, the scheme is created for fraudulent purposes in order to bring profit to its founders, who are practically not making an effort to earn

money for investors. There is a common misconception that Ponzi scheme is a variation of the classical pyramid scheme, but there are a few differences between these two schemes. While both strategies are examples of an illegal investment scheme that creates the appearance of a serious organization promising high returns within a short period of time, the Ponzi scheme has a central figure that receives most of the money from fraud.

By contrast, the pyramid scheme implies the creation of a network of investors who, in turn, actively attract new investors and usually receive percentage of any investment made as a result of their efforts. That is, in the classical financial pyramid all cash flows are not tied to one person. Moreover, Ponzi scheme does not rely solely on new investors to continue functioning. As an accompanying strategy, Ponzi scheme also implies returning to earlier investors who have already earned some income on their initial investment by persuading them to reinvest all these funds. This strategy is not typical for most financial pyramids, which rely mainly on the continued involvement of new investors to be able to continue operating.

The next type is a multilevel marketing. It is the concept of sales of goods and services, based on the creation of a network of independent distributors (sales agents), each of which, in addition to the sale of products, also has the right to attract partners with similar rights. In our days it is such firms as Mary Key, AVON, Oriflame, etc.

The basic reasons for making people to participate in financial pyramids are conscious participation in financial pyramids for the purpose of earnings and financial illiteracy of people.

LITERATURE

Wells, J. T. (2002). *Encyclopedia of Fraud*, Third Edition. Texas: Austin.

STRATEGIES OF CONVEYING POETIC ALLUSIONS IN TRANSLATION

O.D. Verkhovod

Kyiv National Linguistic University

At different stages of the historical development of culture the problems of translation and cross-cultural communication have always been closely connected and codependent. Translation has ever influenced the level and efficiency of cross-cultural communication, with the latter defining the quantity and quality of translation of works by representatives of different cultures. Literary translation has been considered the medium of unique spiritual and philosophical legacy of different cultures. It becomes possible to distinguish on what level the intercultural communication and interaction of corresponding countries is. Today, in the era of globalization and overcoming inter-territorial, cross-linguistic and cross-cultural barriers the translator has an honourable mission. His/her work is aimed at guiding readers on their way of learning about remarkable lyrical, dramatic and epic masterpieces. This work is hard. There are numerous pitfalls even for an experienced

translator. A considerable amount of background knowledge is required to provide a faithful translation.

Every text is a multidimensional system, which is closely connected with extra-textual context. This text diversity is preconditioned not only by the author's imagination and his/her language variety, but also by cultural and mental distinctive features. It is a difficult and sometimes almost impossible task to convey this uniqueness in translation. One of the trickiest traps that may stand on the way of the translator is a poetic allusion. There is even a term to describe it, introduced by M. Archer, 'a culture bump'. R. Leppihalme (1997) defines it as follows: "Culture bump occurs when an individual finds himself or herself in different, strange, or uncomfortable situation when interacting with persons of a different culture" (p. 4). This term is defined in the framework of literary translation, where the reader may not understand allusion until some explanation is provided.

Allusion is the core of the intertextual elements system, that is why the study and analysis of its meaning and functioning allows to understand particular patterns of cross-textual interaction. Allusion points to some implicit information in a text, which the translator should recognize and objectively transfer its meaning in order to convey the hidden message. Significantly, allusion moves only in one direction. For example, if we state that Shakespeare alludes to a particular part of the Bible, the reverse is not true. Classification of allusions may vary as follows: 1) according to the source of allusion (literary, biblical, mythological, historical, etc.); 2) according to the prominence of the allusion; 3) according to the presence or absence of the ethnic colouring (Бурковська, 2008, с. 187). Concentrating more on literary allusions, poetic allusions in particular, it is possible to point out the main tasks of the translator, dealing with this field. The work of primary importance is to preserve the association background necessary to understand the allusion. It is essential to ensure its recognition by the recipient that should eventually evoke needed associations. The vital thing is to reflect the entire complex of associations, which is evoked by allusions.

In translation the important factor is the background knowledge and experience of the reader, in the process of decoding intertextual information. Explicit allusions, which are known to both the reader of the original text and the reader of the translated text, can be conveyed with the help of citation. It is expedient for allusions that are widely recognized: biblical, mythological, folk, etc. Implicit allusions, which appeal to the national and individual knowledge, should be translated as follows: 1) the exact transfer of the lexical material followed by the translator's commentary; 2) the choice of a functional analogue in the recipient culture; 3) the explication of allusion; 4) the replacement of the allusion by a phraseological unit/idiom (which is more familiar or famous). The advantage of the exact transfer of lexical material with a comment is that it keeps the intrigue of the target source, which is based on the reader's background knowledge and encourages him/her to interpret it by him/herself. The advantage of choosing a functional analogue is also preserving conditions for the recognition of intertextual elements by the addressee, which is followed by the reaction, intended by the author. Another important factor is minding the function which allusion performs in a certain context. This is a starting point in searching for

ways of conveying allusions, as it should perform the same function and evoke the same feeling as in source text (Копильна, 2007, с. 6-8).

Taking a closer look at the poetic allusion it is possible to mention a remarkable example in literature, Shakespearian allusions. In many literary works there are allusions to his works, for example: "The Black Prince" by Iris Murdoch, "The Collector" by John Fowles, "Rosencrantz and Guildenstern are dead?" by Tom Stoppard. We can also refer to numerous stories based on "Romeo and Juliet", "Hamlet" etc. which contain direct and implicit hints on original work. Even the Disney cartoons contain Shakespearian allusions.

In general, the problem of recognising and conveying allusions is difficult. The translator should be knowledgeable of history, folk culture and literature of the corresponding country. Dictionaries of quotations and allusions, linguocultural dictionaries and encyclopedias may serve for this purpose.

REFERENCES

- Бурковська, Л.Д. (2008). Проблеми перекладу стилістичного прийому алюзії. *Вісник Житомирського державного університету ім. І. Франка*, 39, 187-190.
- Копильна, О.М. (2007). *Відтворення авторської алюзії в художньому перекладі (на матеріалі українських перекладів англomовної прози ХХ століття)*. (Автореф. дис. канд. філол. наук). Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ.
- Leppihalme, R. (1997). *Culture Bumps: An Empirical Approach to the Translation of Allusions*. Clevedon: Multilingual Matters.

KONZEPTIONELLE ANALYSE DER ROMANE (AM BEISPIEL „MEDUSA“ UND „REPTILIA“ VON TH. THIEMEYER)

Wowtschenko O.W.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Kognitive Linguistik bietet ein neues Angehen zur Textanalyse und befasst sich mit Psychologie einer Persönlichkeit. Ein Textverfasser beeinflusst sein Werk, sodass mehrere kulturelle Sinne darin entstehen. Eine tiefe Forschung davon ermöglicht die konzeptionelle Analyse - eine ziemlich neue Methode in der Linguistik. O.Seliwanowa nach ist das Ziel der Konzeptanalyse „...die Rekonstruktion der kognitiven Mechanismen vom individuellen oder kollektiven Bewusstsein“. Diese Mechanismen helfen bei der Bildung der Kenntnisse über die objektive Welt und Resultate innerer reflexiver Erfahrung (Селіванова, 2008, S. 419).

Die inhaltliche Struktur eines Textes besteht in der Regel aus den mehreren konzeptuellen Sinneinheiten, die das Ganze formen, sodass ein Konzept geformt wird. Unter der Konzeption versteht man ein System der Vorstellungen und Ideen, die subjektiv präsentiert werden. Deswegen gehört dieses System zur Darstellung einer sprachlichen Persönlichkeit (Селіванова, 2008, S. 419). Mithilfe der konzeptionellen (oder linguistischen) Analyse forscht man die Kenntnisse über der Welt, die Ansichten

eines Autors über beschriebene Wirklichkeit und mentale Besonderheiten seiner Gesellschaft. Das alles gehört zu den Konzepten – den Einheiten des Bewusstseins, die die menschliche Erfahrung wiedergeben. Einerseits gilt das Konzept als Charakteristik des konzeptuellen Weltbildes, andererseits ist Konzept ein Teil des kognitiven Niveaus einer sprachlichen Persönlichkeit (J. Karaulow).

Konzeptanalyse beschreibt die Strukturen der menschlichen Kenntnisse anhand verschiedener kognitiver Modellen, sie ist der Aussonderung und der Inhaltsbeschreibung der Konzepte gewidmet. Der Konzeptraum in den Werken „Medusa“ und „Reptilia“ von Th. Thiemeyer integriert kulturologische Konzepte (die Liebe, das Übel, der Verrat), ideologische Konzepte (die Gerechtigkeit, der Humanismus, der Sieg usw.), Archetypkonzepte (das Ich, die Finsternis) u.a. (Мазепова, 2008, S. 159).

Die Gesamtheit aller Konzepte im Text oder mehreren Texten eines Schriftstellers bildet ein Konzeptfeld. In Romanen „Reptilia“ und „Medusa“ von Th. Thiemeyer gibt es gemeinsame Konzeptfelder wie *Wissenschaft; Legende; Konflikt; Geheimnis; Tod; Liebe; Gefahr*. Um sie zu rekonstruieren, sollte man folgende Analyse durchführen: sein Abbild vorstellen, eine Emotion oder ein Gefühl vom Abbild aussondern und das benennen.

Die Hauptmechanismen der Konzeptualisierung sind in den obengenannten Werken durch folgende Erscheinungen dargestellt (Воробйова, 2011, S.9):

- Konzeptmetaphern: die Reichen sind mächtig, die Liebe tut weh, die Liebe ist eine Reise, Stille Wasser sind tief;
- Assoziationen, Triggers in den Konzeptmetonymien und Symbolen: der verborgene Goldschatz als der Zankapfel, die tötende Gestalt von Medusa;
- Kasuale logische Verflechtungen bei der Wiedergabe der stereotypischen Situationen (Framestrukturen, Skript): die Laborwissenschaften werden zu den Helden, um verschwundene Frau Emily Palmbridge zu finden; der Großwildjäger hilft den Ausländern in den Notsituationen (Thiemeyer, 2005, 2004).

Bei der Erarbeitung eines literarischen Textes entsteht die Aufgabe, seinen Sinn als Gesamtheit der unterschiedlichen Sinneinheiten zu betrachten, was ein Werk mit außertextlichen kulturellen Bezügen verbindet.

LITERATUR

Воробйова, О.П. (2011). Когнітологія як експерієнційний міф: методики концептуального аналізу тексту. Актуальні проблеми філологічної науки та педагогічної практики: Тези III Всеукраїнської науково-практичної конференції/ Дніпропетровськ, ДНУ імені Олеся Гончара, 8-9 грудня – Дніпропетровськ: ДНУ.

Мазепова, О. (2008). Застосування концептуального аналізу у процесі вивчення східного поетичного тексту. – Вісник львівського ун-ту. Серія філологічна. Вип. 45.

Селіванова, О.О. (2008). Сучасна лінгвістика: напрями і проблеми: Підручник. – Полтава: Довкілля.

Thiemeyer, Th. (2005). *Medusa*. München: Knaur Verlag.

Thiemeyer Th. (2004). *Reptilia*. München: Knaur Verlag.

LOS ASPECTOS DE LA FORMACIÓN Y LA CLASIFICACIÓN DE LOS NEOLOGISMOS EN EL ESPAÑOL COLOQUIAL

Yarémenko C.

Universidad Nacional Lingüística de Kyiv

A pesar del prejuicio de los lingüistas del siglo XVIII a un fenómeno como la neologización del lenguaje, la reposición del vocabulario es un proceso históricamente inevitable que es necesario para poder responder a las necesidades de la sociedad tanto en la comunicación como en el desarrollo y el enriquecimiento de la cultura popular en cada etapa de su desarrollo.

El objetivo de la investigación es el estudio de los modos de formación de los diferentes neologismos contemporáneos españoles, así como el área de su uso.

El objeto de la investigación lo constituyen los neologismos en el habla española coloquial.

Para investigar este problema es conveniente valerse de tales métodos de la investigación científica como el análisis de trabajos teóricos acerca de ese tema; el estudio de los problemas conectados con el tema; la comparación de los datos obtenidos; la generalización de los resultados.

La neología es un fenómeno de innovación léxica. La existencia de los neologismos en una lengua es siempre un indicador de su vitalidad, tanto cuando las palabras nuevas aparecen a menudo arbitrariamente y en plena anarquía de aceptación, como cuando la lengua realiza esfuerzos para sistematizar su existencia.

La importancia de una descripción científica de los neologismos, la resolución de los problemas de su ocurrencia, así como la comparación de los casos de neologismos en diferentes idiomas y la discusión de las posibilidades de su planificación, ha sido reconocida desde hace mucho tiempo. Los mayores éxitos en el desarrollo de cuestiones teóricas y metodológicas del neologismo han sido logrados por los lexicólogos franceses, en particular M. Cohen, A. Darmsteter, L. Deroy, B. Gardin, P. Gilbert, L. Guilbert. Desarrollan la investigación de los neologismos también los lingüistas rusos V. I. Zabotkina, N. Z. Kotelova, E.O. Levashov, V. M. Sergeev, etc. Asimismo, los problemas lexicográficos prácticos de los neologismos los solucionan los lingüistas ingleses y estadounidenses, a saber: J. Algeo, R. Baayen, G. Cannon, C. Cutler, W. Lee, J. Simpson.

El vocabulario de cualquier idioma es muy rico y variado. Las palabras pueden ser representadas como un sistema más o menos específico, que consta de distinto origen, el alcance y el uso del tiempo. Además, cada lengua tiene diferentes grupos estilísticos (clases) de palabras. Hablando sobre las unidades léxicas, se puede distinguir dos tipos que las caracterizan tanto desde el punto de vista funcional, como la evaluación emocional. Para cada estilo funcional es propia cierta selección de las unidades léxicas, de las construcciones sintácticas, la ubicación de las palabras en la estructura de cada una de las oraciones.

Antes de determinar este fenómeno lingüístico, hace falta mencionar dos enfoques, estrecho y comunicativo, en los cuales se basan diferentes signos de neologismos. Por lo tanto, los defensores del enfoque estrecho, asientan sus

argumentos en el criterio denotativo, o sea el propósito principal de los neologismos se ve solo en la designación de nuevas realidades (conceptos, objetos, fenómenos).

Algunos diccionarios determinan el neologismo como una palabra o receta lingüística que ha aparecido recientemente en el lenguaje para referirse a un concepto, tema, etc. nuevo o ya establecido.

Los partidarios del enfoque comunicativo argumentan que no siempre los cambios léxicos dependen únicamente de factores externos.

Los neologismos se utilizan con frecuencia en el léxico de diferentes géneros publicistas como reacción inmediata a nuevas realidades. Muy a menudo las palabras adoptadas de otros idiomas se emplean cuando hay equivalentes igualdades en la lengua materna.

Los neologismos encuentran, en muchas ocasiones, la resistencia de los sectores puristas que creen que la lengua puede perder la identidad con su incorporación ; sin embargo, los cambios son inevitables a través del tiempo y otros portadores de la lengua opinan que, por el contrario, los neologismos revitalizan el idioma y lo hacen más vivo.

Los neologismos no se construyen a partir de procesos específicos de formación de palabras, sino que utilizan, al menos como punto de partida, los mismos patrones y estructuras en los que se basan las unidades ya consolidadas y conocidas de una lengua.

En el siglo XX, como resultado del desarrollo rápido de la economía, ciencia y tecnología de los países de habla inglesa, y luego como resultado de la expansión global de la cultura de masas de los Estados Unidos, llevada al cabo con la ayuda de cine, radio y televisión, espectáculos, periódicos y revistas, literatura traducida, cómics y también a través de bienes de consumo y su publicidad, el idioma Inglés ampliamente penetró en español, como en otros idiomas.

La interpenetración de lenguas vecinas es el mismo fenómeno normal, como el uso de palabras y expresiones extranjeras en el proceso de aprendizaje del idioma. La coexistencia de idiomas genera dinamismo, compromiso, confrontación y, a veces, conduce a la formación de diversas configuraciones.

LE LANGAGE DES JEUNES EN TANT QUE VOIE D'ENRICHISSEMENT DE LA LANGUE FRANCAISE

Yaroshenko I. O.

L'Université nationale linguistique de Kiev

Le langage des jeunes en tant que voie d'enrichissement de la langue française fait partie du registre familier qui est parfois vulgaire, variable et expressif.

Ce qui nous intéresse est le langage des jeunes générations étudiantes, leurs moyens langagiers et surtout leur vocabulaire. Il est indispensable de rechercher, de relever et d'établir les caractéristiques structurelles et sémantiques du langage des jeunes. Il est à constater que le langage des jeunes fait partie de l'étude linguistique mais il est profondément maîtrisé par la sociolinguistique et la lexicologie. Ce langage se divise au fond en français de cités qui est épais en banlieues et en celui

branché qui est utilisé plutôt dans les villes (Boyer, 1997, p. 343). Quant à la sociolinguistique, le langage jouit surtout de la fonction identitaire. Dans la société on peut observer un innombrable compte de groupes sociaux. Également la génération des jeunes n'est pas homogène. Il y a plusieurs groupes différents des jeunes. Les groupes peuvent avoir leurs traits spécifiques, ils peuvent différer par les vêtements, les coiffures, les gestes, par la mimique, le comportement et sûrement par le langage.

Parmi les sphères les plus répandues d'application du langage des jeunes il faut nommer les suivantes : les courts messages (MDR pour "mort de rire") et la messagerie instantée, appelée "le chat" et des différents groupes et réseaux sociaux. Les sources dont nous avons tiré l'information sont les magazines français destinés aux jeunes celui de "Girls", "Lolie" et "Too Much", mais aussi les blogues.

Parmi les différentes sources d'enrichissement lexical il faut mettre en relief les emprunts anglo-américains (Big party : "Une soirée extraordinaire"), la troncation et resuffixation téloche : "télévision + -oche, burlingue: "bureau + -lingue"), notamment l'aphérèse et redoublement (zizique – de musique) et l'apocope (bouc – de "bookmaker") qui prédominent. Les emprunts aux autres langues cèdent considérablement aux emprunts anglo-américains d'après leur quantité, pourtant sont assez nombreux dans le langage des jeunes. Parmi les procédés stylistiques ce sont la métaphore, la métonymie qui sont les plus utilisés par les jeunes dans les magazines. Très vivantes et expressives sont surtout les métaphores qui désignent un objet par le nom d'un autre, à cause d'une similitude de forme (bocal pour désigner "l'estomac, la tête, une maison". Métonymie naît si l'on prend le nom de la cause pour désigner l'effet, le contenant pour le contenu, le signe pour la chose signifiée. Ainsi le mot de croûte signifiant le plus souvent "nourriture" ou "repas" est employé d'une façon métonymique, parce que la croûte est prise comme symbole de minimum alimentaire, ce qu'on jette aux pauvres.

L'argot, en tant qu'un inventaire du lexique pour Dauzat (1956), au sens étroit du mot, est le langage des malfaiteurs, autrement dit des vagabonds, des mendiants, des voleurs. Ce qui caractérise le plus nettement l'argot c'est sa tendance à altérer et à déformer les mots. Le vocabulaire argotique est assimilé par la langue commune et, exploité au quotidien et compris de tous, ayant ces fonctions, conserve simplement des connotations "vulgaire" ou "populaire". Il existe des argots qui ont été créés par utilisation d'un code conventionnel. Ce sont, par exemple, les argots appelés: largonji, louchébem, javanais, verlan, cadogan (Désirat&Hordé, 1976, p. 49).

Divers traits ont été identifiés comme typiques du langage des jeunes: du point de vue phonétique, les aspects suprasegmentaux (intonation, débit "haché", déplacement de l'accentuation vers la pénultième syllabe, etc.), la réalisation glottalisée de /r/, la présence d'un e muet prépausal; du point de vue de la morphosyntaxe, les formes verbales non conjuguées, le changement de construction de certains verbes (assurer et craindre utilisés comme intransitifs, par exemple), le changement de catégorie grammaticale pour grave, trop, genre, pour ne citer que les cas les plus répandus (Тимескова&Тархова, 1967, p. 189).

Donc les jeunes gens tendent à être indépendants et utilisent toujours assez fréquemment les expressions verlanisées, le langage SMS s'est avéré le plus populaire, les anglicismes et les expressions argotiques sont les plus répandus

(Denise, 2004, p. 25). Tous les plans linguistiques sont atteints par les modifications dûes à l'économie de signes, de temps et finalement d'argent. Cela est également justifié par le recours aux abréviations et aux acronymes. Le langage des jeunes est caractérisé par les traits suivants : omission des majuscules au début des phrases et dans les noms propres ; omission des signes diacritiques ; utilisation des majuscules à valeur d'appellation ; troncation ; écriture phonétique ; utilisation des numéraux et des logogrammes. On peut alors suggérer que la façon dont la génération contemporaine détermine un modèle langagier pour les prochaines générations.

Bien que le langage des jeunes soit assez ancien on voit toujours apparaître des nouvelles expressions qui servent à simplifier la communication ou bien à la rendre quasi secrète ce qui nous pousse à étudier les fonctions variées du langage de la jeunesse. Nous parlons du langage des jeunes, parce que ce sont surtout les jeunes générations qui sont le plus productives quant à l'enrichissement de la langue. Naturellement, le langage de la jeune génération n'est pas réservé uniquement aux jeunes. Les adultes parlent ou essaient souvent à parler jeune pour s'approcher aux jeunes, ou pour avoir l'air jeune.

ЛИТЕРАТУРА

- Boyer, H. (1997). *Nouveau français et parler jeune*. Paris, France: Minuit.
- Dauzat, A. (1956). *Les Argots*. Paris, France: Delagrave.
- Désirat, C., Hordé, T. (1976). *La langue française au XXe siècle*. Paris, France: Bordas.
- Denise, F. (2004). *Français parlé*. Paris, France: Gallimard.
- Тимескова, И. Н. и Тархова, В. А. (1967). *Лексикология современного французского языка*. Ленинград, Россия: Просвещение.

EL PAPEL DE LOS PROVERBIOS Y DICHOS EN LA LITERATURA ESPAÑOLA (ASPECTO FUNCIONAL)

Yasinska I., Navarenko I.

Universidad Nacional Lingüística de Kyiv

Entre las formas más variadas de arte popular oral, los proverbios y dichos son quizás la parte más activa de la riqueza popular, la más estrechamente relacionada con la vida. Están encarnados en sabias observaciones del hombre y la naturaleza, dan una evaluación precisa de los fenómenos sociales, las relaciones entre las personas, su comportamiento y características del carácter.

Proverbios y dichos son la fuente inagotable de sabiduría de los españoles, cuya experiencia se ha condensado durante siglos en las expresiones ingeniosas y coloridas. Las fuentes de la sabiduría popular volvieron, usándolas en su propio creatividad, escritores españoles tan destacados como Cervantes, Lope de Vega, Calderón y muchos más. Ya en el siglo XV aparecieron en España, las primeras ediciones ordenadas de la sabiduría popular, que luego se replicaron muchas veces y se reimprimieron (Acerete, 1967, p. 32)

Acumulada en proverbios y dichos, la sabiduría popular refleja la infinita variedad de relaciones humanas; debido a esto, algunos de los proverbios y refranes son mutuamente contradictorios: reflejan lo contrario de las situaciones de la vida, o puntos de vista opuestos sobre ellos (Julio Acerete, Carmen Marín Estremera, Victor Vinogradov).

Por lo tanto, la **meta** del trabajo es descubrir las peculiaridades del uso y la traducción de proverbios y refranes en la literatura española.

El **objeto** es el proverbio como un componente comunicativo del idioma español y su uso en la literatura.

El **sujeto** – varios proverbios y refranes en el idioma español, el estudio de las peculiaridades de aplicación de los proverbios y dichos y su campo de uso en la literatura española.

La realización del objeto establecido ha requerido la resolución de tales **tareas**:

- explorar la fuente de los proverbios y dichos;
- examinar los problemas de su definición correcta;
- investigar la relación de los proverbios y dichos españoles y ucranianos;
- averiguar las dificultades de su interpretación en la literatura.

Muchos autores, utilizando los refranes en sus obras literarias, reflejan las particularidades de la mentalidad nacional y las tradiciones culturales españolas. Temas que los proverbios extienden son extensos: se relacionan con todas áreas de la vida humana y de esa manera demuestran carácter de los españoles y su relación a diferentes esferas de la actitud – naturaleza, salud, política, tradiciones y costumbres. El famoso representante de la literatura española de la edad de oro Miguel de Cervantes manifiesta una abundancia de proverbios en su famosa novela Don Quijote de La Mancha (*Puede haber amor sin celos, pero no sin temores. El amor y la afición con facilidad ciegan los ojos del entendimiento. La buena y verdadera amistad no debe ser sospechosa en nada*).

El proverbio demuestra las peculiaridades de la comunicación y es un elemento de tradición literaria y etnia. El género literario dentro de la literatura española en general, uno de los que mejor permiten seguir sus líneas evolutivas. Esto ha sido posible también gracias a la existencia de grandes compiladores que en diferentes épocas se han dedicado a recoger ejemplos de este género. Pero lo que tuvo mayor influencia en el uso de los proverbios en la literatura fueron textos árabes del Corán y cristianos de la Biblia, porque la primera fuente de orientación y la meta final de todas las transacciones, que es considerado la guía espiritual del hombre, su sistema jurídico, su código de moral y sobre todo su forma de vida.

Las sagradas escrituras han influido y transformado muchas vidas, dejando una marca para siempre en la vida de millones de personas. Su influencia cultural incluso su impactó en el idioma Español, específicamente están reflejados en la versión Reina Valera. La versión Reina Valera tiene una historia especial porque era una versión común al Español que fue popular durante muchos siglos, que abarca desde el momento en que fue impresa por primera vez en 1569 y sigue siendo utilizada ampliamente a través del siglo 21. Las siguientes frases o proverbios populares en Español encuentran sus orígenes en las sagradas escrituras:

Muerde el polvo de los Salmos 72:9, “Ante él se postrarán los moradores del desierto, Y sus enemigos lamerán el polvo”.

El ciego llevando las persianas Mateo 15:13-14, “Pero respondiendo él, dijo: Toda planta que no plantó mi Padre celestial, será desarraigada. Dejadlos; son ciegos guías de ciegos; y si el ciego guiare al ciego, ambos caerán en el hoyo”.

Por la piel de sus dientes de Job 19:20. La Biblia de Ginebra traducido del hebreo literalmente que leí: “Y he escapado con sólo la piel de mis dientes” (La Biblia).

“El esclavo no puede ser un hermano tuyo”

“El esclavo del otro, es libre igual que tú, puesto que el Islam renuncia a la esclavitud y su criterio de preferencia entre la gente es el temor de Dios”

“Lo que invalida los buenos hechos es el no cumplir la promesa”, mientras que después del Islam se cambió por: “El cumplir con la promesa tiene su lugar para Allah” (El Corán).

En conclusión, es necesario admitir que gracias a los proverbios, podemos comprender los detalles de la vida nacional, el pensamiento común, los valores espirituales y las características nacionales de esta o aquella gente.

LITERATURA

Acerete, J. (1967). *Los refranes españoles*. Barcelona, España: Editorial Bruguera.

Lapesa, R. (1980). *Historia de la lengua española*. Madrid, España: Editorial Gredos.

Cervantes, M. (2005). *Don Quijote de La Mancha*. Kyiv, Ucrania: Dnipro.

EL FENÓMENO DEL COLOR EN LOS FRASEOLOGISMOS ESPAÑOLES

Yutovets V. V., Navarenko I. A.

Universidad Nacional Lingüística de Kyiv

El tema del trabajo se basa en la investigación de los fraseologismos del español moderno con elementos de los colores que se utilizan para expresar los sentimientos humanos. Por lo tanto, en el trabajo se consideran los principales conceptos de fraseología y el tema de su investigación, el concepto del color y su importancia para la esfera psicoemocional de la comunicación humana y formas de expresión de los sentimientos humanos a través de la paleta de colores en español moderno.

La fraseología como ciencia surgió solo a principios del siglo XX. Hoy en día el estatuto de la fraseología, el fundador de esta disciplina y gran cantidad de los problemas teóricos siguen sin resolver. A los problemas no resueltos se pertenecen indeterminación de las unidades fraseológicas y el sujeto de la fraseología. Muy productivos son investigaciones de los lingüistas rusos e ucranianos como V. V. Vinogradov, V. S. Alesina, N. N. Kurchatkina, A. V. Suprun. De los científicos extranjeros se distinguen Charles Bally, Uriel Weinreich, Corpas Pastor, Julio Casares y L. Ruiz Gurillo. Así Vinogradov definió los principales conceptos y tareas de fraseología. Bally es conocido como el fundador de la fraseología y su concepto se basa en descripción de las locuciones de palabras, y él dijo que la fraseología es parte de lexicología, porque las unidades fraseológicas equivalen a las palabras. G. Corpas

Pastor en su famoso trabajo presenta una nueva propuesta de clasificación de los fraseologismos del español (“*Manual de fraseología española*”, 1997).

La fraseología está estrechamente ligada con la psicología, porque la aparición de fraseologismos se debe a la mentalidad humana. En este estudio, los fraseologismos se consideran desde este ángulo de vista. Además, se consideran los nombres de color de estas unidades lingüísticas. Y el color, como es conocido, tiene un reflejo específico en la mentalidad humana. En la sociedad actual, se sigue una tendencia a aumentar el interés en los procesos psicológicos asociados con las emociones humanas. Por lo tanto, la investigación científica en esta área es muy actual.

En el arte, existe el término de gama de colores que es una serie de los matices de color armoniosamente vinculados. El color no solo ofrece la información importante sobre el tema, sino que también tiene la capacidad de provocar pensamientos y sentimientos. El aspecto psicológico de la percepción del color está asociado con aspectos emocionales, socioculturales y estéticos. El concepto del color es la percepción compleja del color por el hombre con una serie de imágenes, asociaciones y representaciones asociadas con el color. Las palabras que denotan color se usan en un sentido indirecto, por eso estas frases hechas forman la parte de la fraseología.

El objeto de la investigación es la esencia de los fraseologismos con colores como unidades de fraseología en español moderno.

El sujeto del estudio son los fraseologismos del español moderno, en cuya estructura se encuentran los nombres de los colores que son utilizados para expresar los sentimientos humanos.

El objetivo del trabajo es estudiar el uso de los fraseologismos con colores para expresar los sentimientos humanos y las peculiaridades de su uso.

El objetivo del trabajo se realiza a través de las siguientes **tareas**:

- 1) considerar la fraseología como una ciencia y sujeto de su estudio;
- 2) estudiar diferentes clasificaciones de fraseologismos y esferas de su uso;
- 3) determinar el lugar de los fraseologismos en la estructura de la fraseología española;
- 4) analizar el fenómeno de la gama de colores, el color y las características de su percepción;
- 5) analizar el uso de los fraseologismos con elementos del color para expresar sentimientos humanos en español

La percepción de los colores es diferente en diferentes países, y cada color tiene su significado especial. Las asociaciones de color dependen de las propiedades objetivas de los colores mismos, así como de las propiedades de la persona misma. Con frecuencia, las preferencias de color pueden variar según la percepción del color en una situación particular: ropa, calzado, automóvil, interior, artículos del hogar. Sabemos que el color blanco tiene el significado de limpieza, pureza, simplicidad. Negro, al contrario, significa algo mal, la tristeza o la muerte. El color de naturaleza es verde y los psicólogos dicen, que este color ayuda a persona a calmarse. Rojo está asociado con la energía, la vida, el amor y la pulsividad. Se puede ver que cada color tiene su significado establecido durante muchos años en la mente humana.

Los fraseologismos con elementos de color también tienen el significado indirecto. Por ejemplo “*príncipe azul*” tiene el significado del hombre ideal, “*estar verde*” se usa para describir la persona que es muy joven o no sabe algo, “*ser la media naranja*” se aplica a las personas o las almas gemelas, “*verlo todo negro*” tiene el significado del pesimismo. Todos estos fraseologismos expresan diferentes emociones o sentimientos humanos, y es posible concluir que los fraseologismos con colores en su mayoría se usan para la expresión de los procesos psicológicos y emocionales.

La importancia teórica consiste en comprensión de los fraseologismos, su clasificación y estructura.

La importancia práctica del trabajo es que los datos obtenidos en el estudio se pueden aplicar en el campo de la filología, la literatura y la psicología. Y el material léxico ayudará a profundizar los conocimientos del español moderno, enriquecer el vocabulario y extender los horizontes.

LITERATURA

- Алефіренко, М. Ф. (1984). *Проблема фразеологічного рівня мови*. Київ, Україна: Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні.
- Потебня, О. О (1985). *Естетика і поетика слова*. Київ, Україна: Либідь.
- Cabo Villaverde, J. (2001). *El color del lenguaje y el lenguaje del color*. Santiago de Compostela, España: Adaxe.

BESODERHEITEN DER VERBALISIERUNG VON GERMANISCHEN MYTHOLOGEMEN IN DER DEUTSCHEN PHRASEOLOGIE

Zeliurenko M. W.

Nationale Linguistische Universität Kyjiw

Mythologemen sind inhaltsreiche Einheiten des sprachlichen Bewusstseins, der Produkt des kollektiven Unbewussten, der im nationalen Gedächtnis dieses oder jenes Volkes bewahrt wird, und ihre Evolution in der konkreten nationalen Kultur widerspiegelt die Besonderheit ihrer Brechung im sprachlichen Weltbild.

Der Mythos, als die strukturelle Komponente des mythologischen Weltbildes, ist die Form der ganzheitlichen Massenemotion und der Deutung der Wirklichkeit mit Hilfe der sinnlichen-anschaulichen Gestalten, die für die selbständigen Erscheinungen der Realität gelten. Der Mythos ist synkritisch, harmonisch, darin fehlen die Ränder zwischen Natürlichem und Übernatürlichem, Objektivem und Subjektivem (Горюнов, 2009).

Der Baustoff für die Bildung der Gestalten der unwirklichen Welt, die von den Lexemen und von den Wortverbindungen bezeichnet werden, bildet sich aus der vorigen Erfahrung des Menschen und der Elementen der realen Welt, wo sich die unwirkliche Welt nach der Weise und der Ähnlichkeit des Realen widerspiegelt. Die phantastischen Gestalten entstehen mittels der Überarbeitung, des Kombinierens und der Umdeutung der Elemente der existierenden Gestalten oder der gedanklichen Gestalten, die die sinnlichen-anschaulichen und rationalen-logischen Komponenten aufnehmen. Das sind, nach der Meinung von A. P. Babuschkin, die idealen Gestalten,

die nicht mit der Beziehung der Verbindung außer uns mit dem existierenden Gegenstand und seiner Repräsentation innerhalb uns beschwert sind (Бабушкин, 2008, S. 47).

Also, gleich nach A.P.Babuschkin werden wir annehmen, dass das Mythologem die diskrete Einheit des kollektiven Bewusstseins, ein Konzept ist, dass die Objekte der möglichen Welten widerspiegelt, und in der Verbalform im nationalen Gedächtnis der Träger der Sprache dargestellt ist. Die Verbalweise der Vorstellung von Mythologemen verwirklicht sich mit Hilfe der Wörterbucheinheiten, der Lexeme und der Wortverbindungen, die in gerader oder übertragener Bedeutung angewendet werden.

Die Anhänger des Analytismus in der Mythologie meinen, dass sich die Mythen infolge der Anbetung der niedrigsten demonischen Wesen gebildet waren und gerade solche Anbetung hat zur Grundursache der Mythen gedient. Bei A.N.Afanasjew sind alle phantastischen märchenhaften Gestalten mit der allegorischen Vorstellung der natürlichen Kräfte und der Elementen verbunden (Афанасьев, 2006, S. 90).

Als Beispiel werten wir einen gründlichen Mythologem „Wasser“ aus:

Aus der mythologischen Vorstellung vom Wasser und ihrer Widerspiegelung in deutscher Sprache kann man folgende Sinnkette bilden:

1. Das Leben – die Geburt – die Mutterschaft – die Fruchtbarkeit - das Wasser des Meeres – der Ozean - das Universum – die Quelle – die ursprüngliche Einheit – das Ei.

2. der Sturm – der rebellische Charakter – der Autoritarismus – das Wüten – das Chaos – die Unklarheit – die Finsternis – die Vermischung – das Untier – die Unvernünftigkeit («der Traum der Vernunft gebärt der Untiere») – Das Unbewusste – Unerforschbar – das Geheimnis – die Tiefe der Seele.

3. Das Meer (die Geburt und der Tod) – der Aufenthalt hinter dem Rand der Welt – die Passivität – die Ausgestoßenheit – die Minderwertigkeit – das Opfer – der Tod – der Traum – die Zeitlosigkeit – die Ewigkeit – die Rückgabe zur Quelle – die Gaben – das Wunder.

4. Das Meer – das Tönen – die Stille – die Musik – der Gesang – die emotionale Anteilnahme – die Feuchtigkeit, das Wasser – das Element der Emotionen: der Verdruss, die Traurigkeit, die Schwäche, das Leiden (Duden, 2010).

Aus diesen Bedeutungen kommen folgende phraseologische Einheiten in der deutschen Sprache:

1. Das Wasser trüben – bedeutet seine Absichten, die unehrlich sind, zu verbergen.

2. sich auf dünnem Eis bewegen – bedeutet riskieren, sich in einer gefährlichen Situation befinden

3. Dampf ablassen – vor Zorn auffahren, sich austoben, abreagieren

4. Etwas in Fluss bringen – heißt etwas in Bewegung bringen

5. In Strömen fließen – die gleiche Meinungen wie die meisten Leute haben, sich nicht vom Durchschnitt unterscheiden

6. jemand ist mit allen Wassern gewaschen – heißt, dass jemand schlau ist

7. sie sieht aus, als könnte sie kein Wässerchen trüben – bedeutet 'harmlos, unschuldig aussehen'

8. bis dahin fließt noch viel Wasser den Rhein – 'etwas wird noch lange dauern'
9. Blut ist dicker als Wasser – 'Familie ist die wichtigste im Leben'
10. Nahe am Wasser gebaut haben – jemand beginnt schnell zu weinen (Duden, 1992)

Zusammenfassend kann man feststellen, dass die Grundlage des germanischen mythologischen Weltbildes die Mythologeme sind, die in Folge der Evolution der Sprache in Form der Phraseologismen verbalisiert wurden.

LITERATUR

- Афанасьев, А.Н. (2006). Народ-художник: Миф. Фольклор. Литература.
- Бабушкин, А.П. (2008). Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка, их личностная и национальная специфика. Воронеж.
- Горюнов, С.В. (2009). О соотношении мифологии и онтологии (в свете идей В.И. Вернадского) // Ноосфера и художественное творчество.
- Duden. (2010). Das Stilwörterbuch. 9., überarb. und aktual. Aufl. Mannheim ; Leipzig ; Wien ; Zürich: Dudenverlag.
- Duden. (1992). Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten. Wörterbuch der deutschen Idiomatik. Mannheim ; Leipzig ; Wien ; Zürich: Dudenverlag.

WOMAN IN LEADERSHIP POSITION

Znaida I.A.

Kyiv National Linguistic University

In modern society, there are traditional stereotypes of the role for men and women. They show a prejudiced attitude towards a woman. The study of these stereotypes helps to understand why there is a professional infringement of women.

Women's participation in business management in the UK, as well as all over the world, is very limited. Women in leadership positions earn 20% less than men who hold similar positions.

“A study conducted by the British Broadcasting Corporation (BBC) showed that less than a third of the country's influential jobs are held by women. On average, weaker sex occupies 30.9% of the highest management positions in 11 key sectors, including business, politics and the police. The least number of women in such positions in the armed forces and the judiciary: 1.3% and 13.2%, respectively.

In the secondary education system, on the contrary, most of all – 36.7% Four decades after the adoption of the Equal Pay Act in Britain, female directors earn 35% less than their male counterparts in similar positions”.

There is such a thing as a “glass ceiling”. It is a term for a kind of discrimination: it is denied in words, but in practice, it is almost impossible to overcome it to women and representatives of minorities. Now the situation has changed a little, but in many professional areas the prejudice against the female leader remains. The problem of the “glass ceiling” was described by the American psychologist Harry Levenson in the journal *American Psychologist*. In his opinion, “the orientation of a man is described as penetration and pressure as opposed to

female orientation toward envelopment and surroundings. The whole psychology of leadership is the opposition of aggressive tactics and domination, on the one hand, and helplessness, dependence and sacrifice, on the other”.

According to the ancient Chinese proverb “the strong dies first, the weak, survives” – and the situation when a woman, outwardly soft and dependent, overacts in the business situation of a hard and fast man is likely. It is generally accepted that if the leader who succeeds is a woman, then she has a masculine character.

Recently, there has been a tendency in Ukraine to increase the number of women holding senior positions in public administration. The younger generation of businessmen is more valued professional qualities of a specialist, rather than his gender identity. Qualification, skills, knowledge, a real contribution to the results of the enterprise's activities – that's what is important in the first place. Therefore, young women leaders are more numerous than older ladies.

According to Headhunter Ukraine, the largest number of women makes a career in such specializations as science and education, art, entertainment and media, fitness, beauty salons, tourism, personnel management and marketing. Women who succeeded in combining a whole range of personal qualities, both “male” and “female” they have good abilities, high self – esteem and clear ideas about their goals. Women of this category hold liberal views about their role in society, realizing their potential and not feeling constraints imposed by gender. The combination of female features (such as warmth and openness) and masculine qualities (judiciousness, assertiveness and independence) gives them great advantages in their work.

According to psychologist, women cannot get out psychologically from their comfort zone and rise above certain career heights. Therefore, the top managers are usually men. There is a stereotype that a man is the wet-nurse of family, so his job and salary should be higher. Most often, women are asked how many children are hindrances to career growth, and also to work in general

Also, in post-Soviet countries there was a list of professions that a woman cannot master, this list has remained to this day. For the Ukrainian women at the moment, 450 professions are prohibited, mainly this applies to such professions as drivers, train drivers and others. In my opinion, a modern woman can cope with the car and moreover is not inferior to men drivers in their knowledge and skills to drive a car.

The salary for women is often less than for men. This is because women often underestimate their importance, as well as their abilities, but a man always good about himself and his self-esteem is sometimes even overstated.

Women pay more attention to the team, the boss, the location of the work, while for the man the career development option is more important. A man is more desired for high positions, as they have the opportunity to work longer and devote more time to building a career. Women, in turn, at the same time need to cope with domestic obligations, as well as childcare

In general, it is too early to talk about the formation of gender equality in Ukraine. For the present, it is easier for men to knock out a raise and a bigger salary than their female counterpart.

ЗАСОБИ МЕДІЙНИХ ПРАКТИК ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЛІТЕРАТУРНИЙ ЖАНР: РОМАН-ІЛЮСТРАЦІЯ Ж. ФЕРРАНДЕСА ЯК ІНВАРІАНТ ПОВІСТІ “ЧУЖИЙ” А. КАМЮ

Алієва А.Г.

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасному світі можна спостерігати так звану “еру книжних сюжетів”. Історії повістей, романів все більше захоплюють такі галузі розважальної індустрії, як кіно та комікси: чи не найбільш захоплюючі блокбастери зняті за мотивами якого-небудь пригодницького роману, і не менш популярним стають тиражі коміксів різних творів світової літератури. Для того, щоб виявити вплив засобів медійних практик на літературний жанр, зокрема на роман-ілюстрацію А. Камю, в першу чергу згадаємо, що таке масова література.

Основною рисою творів даної літератури є відносно простий характер презентації, що робить твір легким для сприйняття та дарує читачеві приємні емоції. Головною характеристикою є простота форми та розважальний характер. Виконання зазначених принципів призводить до зростання кількості читачів, що робить літературний твір загальнодоступним і в свою чергу провокує зростання рівня тиражу (Фесенко, 2015).

У Франції масова література набула розвитку на початку ХІХ столітті, коли письменники заради комерційного успіху почали багато писати на замовлення видавництва. Естетичні вподобання широкої читацької аудиторії відтоді стали головною основою підставою у виборі сюжету, або жанру.

В 30-ті роки минулого століття широкої популярності набули комікси, як один з різновидів візуальної масової літератури. Друк подібної літератури був передусім комерційним проектом.

Наш час доводить, що поєднання словесної та візуальної літератур виявилось доволі вдалим комерційним експериментом, особливо з огляду на ретельно продумане оформлення та підбір текстів. До того ж цей прийом став “корисним” для тих читачів, хто, ознайомившись із ілюстративним сюжетом, вирішив звернутися до оригінального тексту. Роман-ілюстрація – це спроба покращити нинішню літературну ситуацію і привернути увагу нової аудиторії до класичної літератури (“Класики світової літератури”, 2012).

Жак Феррандес, автор роману-ілюстрації “Чужий”, намагається відтворити події відомої історії в картинках. Ілюстративний ряд будується за законами візуальної оповіді, де розлогі монологи героїв замінюються на жваві діалоги між ними.

Візуальний текст роману повинен за можливістю якомога точніше відновити тодішню епоху за характерними ознаками, наприклад, показати читачам місце дії (Алжир того часу). Зовнішність та манера поведінки персонажів мала достовірно передавати тодішні смаки і вподобання. Зачіска та одяг людей – відповідати історичному часу.

Але головною ідеєю для автора було зобразити духовний настрій тодішнього соціуму, носієм якого став головний герой Артур Мерсо. Яскравий представник абсурдної людини, він постав на сторінках роману-ілюстрації героєм з “порожнім поглядом”, людиною, відстороненою від навколишнього життя.

Традиційними візуальними засобами було вдало передано загальний емоційний настрій в ситуаціях, з яких складалась приватна історія героя. Ілюстрації містили чисельні художні деталі, окремі з них набували символічного характеру і перетворювались на знаки, за якими проглядався той чи інший культурний код. На малюнках знаходимо багато символів, простих для сприйняття. Наприклад, краплі навколо голови Мерсо вказують на спекотну погоду, фізичну напругу і невдачу героя. Або стилістична фігура, як ономотопея типу “rap-rap” супроводжує водночас декілька дій: звуки пострілу, виникнення аварійної ситуації у транспорті, коли пасажиром загрожує небезпека. Цим самим автор намагається передати читачам гостроту вирішальних для життя ситуацій.

Наступним цікавим прикладом є епізод з життя героя напередодні страти. Внутрішній стан Мерсо чудово передається зображенням темряви, яка врешті решт повністю поглинає його. Темрява виступає тут знаком, який має потрійне смислове значення (ніч / час доби, порожнеча / внутрішній стан людини, смерть / зникнення). До того ж, чорний колір здатний підкреслити екзистенційний контекст оповіді, коли сенс життя вимірюється абсурдністю існування.

В творі збережено головну проблему – парадоксальність абсурдного життя людини, що засуджена на смерть, але здатна пізнати почуття “вищої вседозволеності” (Сартр, 1943).

Отже, ми проаналізували роман-ілюстрацію Жака Феррандеса “Чужий” і дійшли висновків, що автор вдало адаптував відому повість Альбера Камю. Ілюстрації у книзі Феррандеса є досить промовистими, завдяки чому текст став більше доступним у сприйнятті.

В наш час, коли класична література поступається місцем в рейтингу популярності в порівнянні з масовим читивом, саме засоби медійних практик деякою мірою здатні підтримати її популярність у читацької аудиторії, яка віддає перевагу ілюстративному тексту на відміну від словесного. Внаслідок такої художньої практики виникають нові твори, жанрове визначення яких викликає певні труднощі. Але, завдяки ним у масового читача виникає інтерес познайомитися з класичною літературою.

ЛІТЕРАТУРА

- Класики світової літератури у форматі коміксів. (2012, Серпень 04). Якута. Відновлено з <https://vsiknygy.net.ua/neformat/20583/>
- Сартр, Жан-Поль (1943). Объяснение Постороннего. Критическая статья на роман Камю “Посторонний”. Перевод с французского Л. Андреева и Г. Косикова.
- Фесенко, В.І. (2015). Новітня французька література: Навч. Посібник. – К.: Вид. центр КНЛУ, 194-195.

Ferrandez, J. (2013, avril 12). L'étranger. *D'après l'œuvre d'Albert Camus*. Gallimard. Bande dessinée.

Francou, A. (2013, novembre). Entretien avec Jacques Ferrandez autour de L'Etranger d'Albert Camus. Reçu de <https://www.reseau-canope.fr>

ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ МОДЕРНІЗМУ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНІВ Д. Г. ЛОУРЕНСА “КОХАНЕЦЬ ЛЕДІ ЧАТТЕРЛІ” ТА “СИНІ І КОХАНЦІ”)

Арсененко Т. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Девід Герберт Лоуренс писав у час, коли література модернізму перебувала в апогеї свого розвитку, тобто, у першу третину минулого століття. Тим не менш, його важко назвати новатором у тому, що називається текстовою формою. Приміром, він не поділяв увагу інших письменників-модерністів (В. Вулф, Дж. Джойса) до стилю та інших методів її організації в творі. Його підхід був радше суб'єктивним, а в його роботах знаходили відображення як роздуми про безглузді наслідки процесів індустріалізації, так і теми соціальні.

У романах “Коханець леді Чаттерлі” та “Сини і коханці” Д. Г. Лоуренс зображує зовнішні та внутрішні стосунки соціальних класів, досліджує сексуальні потяги, інстинктивну поведінку, волю, здоров'я й життєву силу людини, а також викриває недоліки сучасного їй суспільства. Звісно, всі ці аспекти не можуть не пов'язати його творчість з роботами таких сучасних йому філософів, як А. Шопенгауер, Ф. Ніцше, А. Бергсон, а також не помітити вплив на його творчість психоаналізу З. Фрейда та міфокритики К.-Г. Юнга. Разом з тим, було б надто необережно й недалекоглядно наполягати на тому, що Д. Г. Лоуренс лише переймав їхні ідеї та вводив їх у свої романи.

Усі філософські вчення модернізму Д. Г. Лоуренс зіставляв, розвивав та поєднував з власними. Наприклад, ідеї Ф. Ніцше про світ як об'єкт різнонаправленої волі (“*Nachgelassene Werke von Friedrich Nietzsche*,” 1922). здобуває у Д. Г. Лоуренса зовсім інше трактування. Це вже не сукупність життєвих сил людини, а те цілком усвідомлене і руйнівне, що є всередині неї. Такою волею він наділяє двох персонажів свого роману “Коханець леді Чаттерлі” – Кліфорда Чаттерлі та Бертю, колишню дружину Мелорза. А от таким персонажам, як Мелорз властиві риси надлюдини Ніцше (“*Nachgelassene Werke von Friedrich Nietzsche*,” 1922). Мелорз різко протиставляє свою життєву позицію традиційним догмам сучасного йому суспільства та намагається принести в нього нове знання, виступаючи в ролі руйнівника догм та змушуючи леді Чаттерлі переглянути свої переконання.

Д. Г. Лоуренса також приваблювала ідея про те, що рушієм людської поведінки є не розум, а підсвідомість, сукупність інстинктів, пристрастей та бажань, які людина часто намагається придушити. Звідси походить інтерес Лоуренса до психоаналізу та, зокрема, робіт З. Фрейда (Ragachewskaya, 2012). Його роман “Сини і коханці” вважається одним з перших “фрейдистських

романів”, у якому віддзеркалилась відомий “едипів комплекс” (на прикладі взаємовідносин між Полом Морелом та його матір’ю).

Тематика творчості Д. Г. Лоуренса не обмежувалась лише рефлексіями в бік філософських та психоаналітичних наробок модернізму початку ХХ століття. Письменник також цікавився проблемами повсякденного життя пересічної людини, які мали прямий або опосередкований зв’язок з історією й суспільством. Однією з них був слід війни, який залишився у свідомості її очевидців.

У романі “Коханець леді Чаттерлі” війна не наявно присутня протягом усього твору. Разом з тим, говорити про пряме зображення воєнних подій також не можна, адже війна увесь час поставала лише фоном та допомагала виявити справжні причини поведінки таких персонажів, як Кліфорд Чаттерлі та Олівер Мелорз. Від самого початку Лоуренс зазначає: “Ours is essentially a tragic age... . We’ve got to live, no matter how many skies have fallen” (Lawrence, 1928, p. 2). Далі війна знову і знову повертається у твір і визначає долю його персонажів: “The war had brought the roof down over her head. *And she had realised that one must live and learn*” (Lawrence, 1928, p. 2) або “Crippled forever, knowing he could never have any children, *Clifford came home to the smoky Midlands to keep the Chatterley name alive while he could*” (Lawrence, 1928, p. 3).

Ще однією темою, спільною для обох романів, стає тема суспільного життя на початку ХХ століття. У романі “Коханець леді Чаттерлі” пагубний вплив цього процесу проявляється у протиставленні ліс / Ретбі-хол. Ретбі-хол описувався наступним чином: “There had been... not even a single flower. Only a dank ride in a motor-car up a dark, damp drive, burrowing through gloomy trees, out to the slope of the park where grey damp sheep were feeding, to the knoll where the house spread its dark brow facade” (Lawrence, 1928, p. 16). Лісовий же будинок Мелорза уособлював саме життя: “Till she... saw the green-stained stone cottage, looking almost rosy, like the flesh underneath a mushroom, its stone warmed in a burst of sun” (Lawrence, 1928, p. 122). Це місце святе як для Коні, так і для Мелорза. І воно ж стає місцем їхнього духовного та тілесного відродження.

Людське тіло, тілесність та сексуальність – ще один аспект, який об’єднує романи Д. Г. Лоуренса “Коханець леді Чаттерлі” та “Сини і коханці”. Як влучно зазначив Д. Шварц, “Lawrence made a claim for being the spokesman for the body pleasures” (Penda, 2017, p. 32).

“Коханець леді Чаттерлі” та “Сини і коханці” вважаються творами, які відбивають авторську концепцію Д. Г. Лоуренса. У них він робить наголос на стосунках людини з природою, наслідках індустріалізації та людській сексуальності, що і складає основу його філософії віталізму.

ЛІТЕРАТУРА

- Lawrence D. H. *Lady Chatterley’s Lover*. Retrieved from <http://www.planetebook.com/free-ebooks/lady-chatterlys-lover.pdf>
- Nachgelassene Werke von Friedrich Nietzsche (Dritte Auflage). (1922). Leipzig: Alfred Kröner Verlag
- Penda P. (2017). *Aesthetics and Ideology of D. H. Lawrence, Virginia Woolf, and T. S. Eliot*. Lanham: Lexington Books

Ragachewskaya, M. (2012). *Desire for Love: The Secret Longings of the Human Heart in D. H. Lawrence's Works*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing

КРАЇНА СОЛОДОЩІВ В КАЗЦІ Е. Т. А. ГОФМАНА «ЛУСКУНЧИК І МИШАЧИЙ КОРОЛЬ»: КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Браїлко М. І.

Київський національний лінгвістичний університет

Казка «Лускунчик і мишачий король» – один з найпопулярніших творів Е. Т. А. Гофмана. Вона неодноразово була об'єктом досліджень учених, з-поміж яких А. Ботнікова, Н. Литвякова, А. Полупанова, А. Поршнева, Т. Саїд-Батталова, В. Сахаров, Ф. Федоров, Д. Чавчанідзе, С. Шлапоберська та ін. Проте фантастичний світ німецького письменника-романтика, котрий пропонує читачу спрощений і водночас ускладнений шлях усвідомлення суперечливості життя, співіснування в ньому потворного і прекрасного, комічного і трагічного, дає невичерпний матеріал для літературознавчих пошуків.

Дослідники неодноразово звертали увагу на Гофманову двовимірність світу, органічне поєднання в його творах, зосібна і в «Лускунчику», реального та ірреального світів. Та в аналізованій казці фіксуємо ще один світ – «надреальний», чи «ірреальний у ірреальному» – Лялькове царство з Льодяниковою лукою, Медовою річкою, Печивним селом, Різдяним лісом, Помаранчевим струмком, Лимонадним потоком, озером Мигдалевого молока, Повидляним гаєм, Марципановим замком. Центром цієї смачної країни є «багатолюдне й веселе» місто Солодощів, яке, за спостереженнями А. Поршневої, є іронічно навантаженим образом небесного Єрусалима, раю (Гофман, Е. Т. А. (2003) Казки. с. 95). Це твердження не викликає сумнівів. Проте стосунки людини із видимим та невидимим світами створюються через жанрову парадигму та бачення дитини-персонажа й читача. Твір Гофмана є казкою, у якій Бог – це кондитер, а жителі солодкої країни сприймають його так само, як і середньовічні люди до Бога. Саме тому ми можемо асоціювати Солодку країну з небесним Єрусалимом.

Місто Солодощів – виразна алюзія, що веде до середньовічного фольклору. Зокрема, відомі жартівливі французькі й англійські фабліо про країну Кокань (у середньовічних німців вона мала назву Шлараффенланд). Це утопічне місце загального достатку, ситості, розкоші й неробства, де життя легке та щасливе. Країна Кокань краща навіть за християнський рай: «*Барвистий, веселий, яскравий є рай. / Кокань – чарівніша. Ти сам порівняй*». У цих творах «відбито мрії середньовічної людини, що часто перебувала в напівголодному стані, про щедрю трапезу. Свідомість людей містила пам'ять про біблійні чудеса, пов'язані з їжею (манною небесною в пустелі, можливістю кількома хлібинами нагодувати тисячі людей тощо)» (3, с. 139–140). Фантастична країна у спотвореному вигляді відображала закони реального життя: «*В Кокані є їжа, питва вдосталь є, / Без праці, турбот кожен все дістає, / А їжа – добірна, тут б'ють джерела / Напоїв і повно смачного їдла*»;

«Розливи річок там, і мчить бистрина / З олій, молока, і медів, і вина». В абатства стіни «... із тіста – солодкої здоби»; у будівлях «із білого борошна ... черепиця...»; «...крокви – ковбаски...». Порівняймо з казкою Е. Т. А. Гофмана: «...її (браму) було збудовано з білого й брунатного мармуру, всіяного жовтими цятками, та коли Марі підійшла ближче, вона побачила, що то не мармур, а мигдаль у цукрі й родзинки»; «Всі будинки навколо були оточені багатоярусними майстерно вирізьбленими цукровими галереями, посередині, немов обеліск, височів глазуrowаний медівник із крихкого тіста, круг нього з чотирьох по-мистецькому зроблених водограїв струменіли оршад, лимонад та інші смачні напої, а басейн був повний крему...».

Проте солодке царство Е. Т. А. Гофмана не є прямим наслідуванням середньовічного фольклору. Якщо в країні Кокань людині нічого не загрожувало, а джерелом збагачення була не робота, а сон (хто більше спить – той більше й заробляє), то в Ляльковому царстві існують проблеми (*«Недавно цьому чудовому замкові загрожувало страшне спустошення, а може, й цілковите знищення. Повз нього проходив велетень Ласун, швидко відкусив верх тієї вежі...»*); *«Бідолашним цукерчанам недавно загрожувала армія Комариного адмірала»*), його жителі не лише розважаються, але й працюють, навіть короновані особи (*«Королівни вмовили Марі й Лускунчика сісти і сказали, що зараз-таки власноручно приготують їм частування»*). Гофман іронічно вказує й на те, що в солодкому таїться небезпека: у Печивному селі *«...живуть гарні люди, але вони майже завжди сердиті, бо в них дуже болять зуби»*).

Загалом, на наш погляд, письменник трансформував середньовічну мрію про земний рай, утіливши його в Ляльковому царстві. І його «істівні» топоніми – лише тло для зображення щасливого казкового життя веселого, жартівливого, співочого і турботливого народу. Недаремно крім солодкого оздоблення автор використовує квіти – символ краси (дахи з вінків, гірлянди на вежах, на стінах *«розкішні букети фіалок, нарцисів, тюльпанів, левкоїв»* тощо). З переліку власних назв просторових об'єктів казкової країни помітновирізняються Рожеве озеро й Різдвяний ліс. Якщо другий є прямим відсиланням до часу дії у «Лускунчику», то перший, як і квіти, указує на те, що в людському житті важливий не лише матеріальний достаток, а й естетичні цінності. Звісно, змальований образ країни Солодощів не позбавлений іронії, зрозумілої орослому. Іронічною є й загалом її світобудова, у центрі якої замість Бога *«лиха доля, яка панує над цим маленьким народом»*, – кондитер. Ним *«тут звать невідому, але дуже страшну силу, що начебто може зробити з людини все, що хоче»*.

Тож у творі Е. Т. А. Гофмана «Лускунчик і Мишачий король» спостерігаємо двовимірність простору. Солодке царство є світом, що вивищується над ірреальним простором. Алюзивно вказуючи на середньовічну мрію про рай земний – країну Кокань, автор вибудовує бачення головною героїнею, Марі, ідеального місця, послуговуючись при цьому прийомом іронії.

ЛІТЕРАТУРА

Гофман, Е. Т. А. (2003) Казки. Київ. URL: http://ae-lib.org.ua/texts/hoffmann__nutcracker__ua.htm

- Поршнева, А. С. (2016) Щелкунчик Є. Т. А. Гофмана и ранний немецкий романтизм. Филологический класс, 3 (45), 91–97.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/schelkunchik-e-t-a-gofmana-i-ranniy-nemetskiy-romantizm>
- Яременко, Н. В. і Коломієць, Н. Є. (2012) Історія зарубіжної літератури. Епоха Середніх віків та Відродження. Кривий Ріг.

РОМАН “ПРОЦЕС” КАФКИ У МУЛЬТИМЕДІЙНОМУ КОНТЕКСТІ

Бурман Л. Є.

Київський національний лінгвістичний університет

Наука цікавиться взаємозв'язком літератури з іншими видами мистецтва ще з часів Арістотеля. В останні 50 років інтермедіальні студії набули особливої актуальності, що зумовлено, зокрема, розвитком кінематографу. Фільм Орсона Велса “Процес” із мелодією, що проходить червоною ниткою через увесь твір, і елементами театральності є яскравим прикладом синтетичного мистецтва (Камю, 2011). Тому світ Кафки, автора роману “Процес” (2014), показаний через призму кінематографу, є надзвичайно концентрованим. Це концентрат абсурдності, першоджерело якої – свідомість самого автора. Найбільш значну роль для якісного перетворення роману Кафки через візуалізацію зіграв монтаж. За словами Ейзенштейна (1968), монтаж застосовується для того, щоб через враження від зображуваного глядач найточніше зрозумів і відчув закладений автором сенс. Орсон Велс досягнув довершеності цього ефекту, тому його фільм – ключ до глибокої рефлексії твору.

Під час проведення порівняльного аналізу роману Кафки “Процес” і його екранізації ми відзначили, що майже наприкінці оригінального тексту знаходиться притча, мораль якої перегукується з ідеєю твору, проте у фільмі вона з'являється на початку. Таким чином, притча вводить глядача у суть твору і дозволяє провести паралелі між персонажами Кафки та героями притчі. Вона з'являється вдруге в епізоді фільму, який також є в тексті роману – розмова зі священником. Але тепер за допомогою засобів монтажу образ Йозефа К. і його монолог проектується на тло самої притчі, створюючи нову її інтерпретацію.

Важливо зазначити, що події роману розгортаються протягом року – саме стільки тривав “Процес”. Проте у фільмі час стиснутий. Кінематографічна інтерпретація є більш динамічною, тому здається, що всі події відбуваються протягом кількох днів. Чим ближче до кінця фільму, тим сильніше стискається час, і разом з ним простір. Приміщення стають вузькими, стелі нижчають. Стискання простору посилює глибину почуття безвиході та незручності у середовищі, відчуженому від людини.

Світ роману просякнутий образами огидного, глибина враження від яких посилюється завдяки прозорості мови Кафки (Подорога, 1975). Тому при перегляді екранізації роману емоційне враження від візуальних образів значно сильніше, аніж від діалогів, і дозволяє глибоко відчувати атмосферу “Процес”. Це

підтверджує, що роман “Процес” створений як кінематографічний, ніби Кафка передчував, що він може його твір може стати фільмом.

Важливий аспект, про який варто згадати – це явище “сновидності”, котрим просякнутий роман “Процес”. Про це свідчить не лише “стискання”, “згущування” простору, а також і те, що головний герой прокидається на початку роману і “засинає” в кінці. Майже так само відбувається і у фільмі. Історія, розказана Кафкою, починається з пробудження головного героя у жах, а під “засинанням” розуміється його смерть.

Трагічна розв’язка відбувається і в фільмі, і в романі. Проте суть її в екранізації і в оригінальному тексті різна. У романі два чоловіка, які виконують роль катів, з надзвичайною обережністю передають один одному ніж прямо перед очима К. Він відчуває, що мав би вихопити цей ніж і встромити його у своє тіло, але не може наважитися зробити це, і кричить чоловікам, що вони мусять убити його. Після цього один із катів встромляє ніж у серце К. і двічі повертає його. У фільмі, замість того, щоб убити головного героя ножом, кати виходять із ями і скидають на її дно динаміт. К. бере його до рук, і наївний глядач може очікувати, що він викине динаміт із ями, врятувавши себе. Але К. цього не робить і підривається на динаміті, божевільно сміючись. Так міг би сміятися Дон Жуан, який перед смертю усвідомив свою провину і приймає свій кінець як покарання, до якого був готовий (Камю, 2011).

З цього можна зробити висновок, що у книзі К. здійснює вибір між самогубством та стратою і обирає страту, бо не може наважитися на самогубство. У тексті роману перед смертю головний герой промовляє “як собаку” (Кафка, 2014, с. 352), у відчаї коментуючи те, як кати закололи його ножом.. Ці його останні слова ніби передбачають те, що він має здатність пережити власну смерть і дивитися на неї зі сторони, як абсурдна особистість дивиться на відчужений світ, коли остаточно піддається обставинам. Проте у кінематографічній версії К. здійснив вибір між життям та самогубством і обрав друге. Тут можна говорити про самогубство як спосіб виходу із ситуації абсурдності (Камю, 2011).

Отже, незбагненна, гнітюча і всеохоплююча кафкіанська абсурдність, риса епохи модернізму, проникає під шкіру наших сучасників через екранізацію роману Кафки, неначе вірус, який створює перелам у свідомості “буденної людини” (Камю, 2011). XXI століття. Але насправді ця абсурдність, подібна до страшного сну, вже живе всередині нас, в найтемніших закутках підсвідомого. І синтетичне мистецтво кінематографу з легкістю вивільняє її з глибин свідомості глядача, затоплює нею думки і хвилюватиме, можливо, ще не одне покоління, розхитуючи нетривкий фундамент душевної рівноваги.

ЛІТЕРАТУРА

Камю, А. (2011). Миф о Сизифе. Москва: АСТ.

Кафка, Ф. (2014). Процес. Київ: Фоліо.

Подорога, В. (1995). Выражение и смысл. Москва: Ad Marginem.

Ейзенштейн, С. М. (1968). Монтаж. Москва: Искусство.

ТРАНСГРЕСІЯ СВІДОМОСТІ КАТА ЛАЗАРЯ – ГЕРОЯ НОВЕЛИ М. КОЦЮБІНСЬКОГО “PERSONA GRATA”

Вітер М. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Як модерний письменник свого часу, в образі ката Лазаря з новели “Persona grata” М. М. Коцюбинський з достеменною точністю майстерного художника й психолога-експериментатора втілює трансгресивний досвід героя, який мало піддається логічному поясненню його поведінки, натомість спрямований до метафізичних кордонів, здатних докорінно трансформувати людину та її психіку. Убивця і психічний збоченець Лазар несподівано впадає у граничну рефлексію, що стала своєрідною реакцією на розпад особистості й знеособлення людини в хижацькому імперському світі. Досліджуючи діалектику свідомості Лазаря, важливо звернути увагу на природу людської агресії. Е. Фром запропонував розрізняти два її різновиди. Перший спільний для людей і тварин, – це агресія захисна, “*доброякісна*”, що сприяє виживанню індивіда та роду. Інший – агресія “*злаякісна*” – деструктивна та жорстока, властиві лише людині, яка, на відміну від тварин, здатна убивати (Фром, 2009, с. 272).

Лазар задовольняє одну зі своїх екзистенційних потреб – потребу зверхності над іншими, “*впливу*” на них. Його індивідуальна ситуація, створення для нього “*нових*” умов уможливлення вбивств на несвідомому рівні спричиняє примірювання на собі ролі “*невинного виконавця дії*”, а не убивці. Дозвіл убивати людей викликає у Лазаря когнітивний дисонанс та психологічні проблеми на рівні свідомого сприйняття дійсності. Зміна, яка відбувається в героєві, засвідчує нову модель поведінки, – “*каяття у скоєних злочинах*”, що є виявом розвитку його особистості. Тут цілком можна погодитись із думкою Е. Фрома про те, що “*людина не може існувати як гральний куб; вона сильно страждає, коли її зводять до рівня автоматичного пристрою, придатного лише для їжі та виконання певних дій*” (Фром, 2009, с. 278). Психіка Лазаря не може витримати того, що, як особистість, він зводиться лише до механічного виконання чийось наказів. Прагнучи якомога глибше змалювати складні психологічні процеси, які кояться в душі несвідомого убивці, М. Коцюбинський вдається до оригінального прийому застосування мотиву очей як своєрідної окремої метафізичної сутності, породженої хворобливо-болючою свідомістю Лазаря. Ці очі, що “*стежать та влазять в груди*” (Коцюбинський, 2015, с. 25), на рівні лаканівського “*уявлюваного*” можна розглядати як один із засобів візуального подавлення агресивності суб'єкта та встановлення над ним влади Іншого як витісненого каяття. Такий погляд уже з перших рядків новели відчуває на собі головний герой: “*Лазар ненавидів тюремного смотрителя, якому тюрма дала прізвище Морда. ... Ті рідкі випадки, коли їх очі стрічались, були пам'ятні Лазареві і віщували недобре. Через те Лазар відчував себе якось непевно, коли помітив, що Морда наче навмисне спиняв на ньому свої маленькі очі, мов мацав ними все його тіло..... Тоді Лазар залазив у себе, ... душив у собі злість, а після довго чув ще у зморшках обличчя чужий*

застраглий погляд” (Коцюбинський, 2015, с. 15). Такими ж очима Лазаря оглядає наглядач Каленик, “вимоклі очі” якого “спочили на Лазарі, а далі полізли по плечах, руках і ногах...”. Часом також йому здавалось, що “за ним стежать Іванові очі. Підкрадуться стиха, ляжуть на шию або на спину й шукають місця, щоб влізти всередину. Лазар притихне, причаїться і раптом крутнеться на місці. Але очі встигли втекти вже і сміються в Івана під лобом та переказують, що вони бачили. Лазар тоді приходив у люті і кричав на Івана: – Не дивися на мене! Забери свої очі, чуєш, бо видеру з лоба!.. Але очі верталися, лазили по обличчю, по шиї, грудях і, злегка лоскочучи, вертіли дірки углиб. Се драгувало, приносило втому” (Коцюбинський, 2015, с. 30). Якщо розглядати цей феномен з точки зору психоаналітичної теорії “погляду” Лакана, то можна дійти висновку, що такий погляд (gaze), на відміну від “роздивляння” (look) є активним: герой відчуває його силу на собі, він проникає в його єство і, таким чином, через його посередництво проектується зовнішня сила. Тому той, на кого звернений погляд (реальний чи уявний), вступає з ним в особливі відношення і стає деякою мірою його “відбитком”, або “слідом” (stain) [2, с. 74]. Тому-то для Лазаря і стають нестерпними людські погляди: їх власники передають йому свій біль та муки, роз’їдаючи його єство.

В кінці твору констатуємо своєрідне, за Лаканом, “повернення погляду”: “Йому уявлялось, що він такий, наче смотритель Морда: груба безвуса пика, маленькі жорстокі очі. Лазар підходить близько до нього, до самої пики, і каже: ти зло? – і бац-бац! по щоках. Ти лихо? Ти кривда?” (Коцюбинський, 2015, с. 29). Не бажаючи далі виконувати жорстокі накази, Лазар “повертає” злий погляд і жандарму, який вночі приходив за ним: “Лазар встав, але так швидко, що жандар аж відскочив. Відскочив й побачив нове обличчя, скривлене гнівом, два вовчі ока, голі широкі груди, покриті волоссям, і кулаки. І все те лізло на нього, пашило жаром, хрипіло” (Коцюбинський, 2015, с. 32). Такий поворот засвідчує не лише візуальну поведінку героя, а й увесь вибуховий протестний стиль його вчинків, неприборкувану агресію.

Насправді всі людські пристрасті, “позитивні” й “негативні”, слід розуміти не інакше як спробу подолати власне банальне існування у часі та перейти у вимір трансцендентного буття. Зміна особистості можлива лише в тому випадку, коли людині вдається “звернутися” до нових способів осмислення життя: Лазар починає сповідувати ідею “святості” та виявляти викривлення власної душі, співвідносити себе з гріхом та занепадом, тому він і вважає, що “не вартий навіть святого хліба взяти до рук” (Коцюбинський, 2015, с. 29). У ваді жорстокості набуває вираження парадокс: у пошуках власного сенсу життя обертається проти самого себе. І якщо на початку таких пошуків Лазар ще запитує себе “Як воно буде?”, “Коли ж се буде?” (Коцюбинський, 2015, с. 12), то згодом така запитальність перетворюється у байдужість: “неважливо як се буде”.

ЛІТЕРАТУРА

- Коцюбинський, Михайло. (2015). *Persona grata*. Київ, Виват.
- Lacan, J. (1981). *Of The Gaze As Objet Petit a*. Norton, WW.
- Фром, Еріх. (2009). *Анатомія людської деструктивності*. Київ, Знання.

КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ РОМАНУ В. М. ТЕККЕРЕЯ «ЯРМАРОК СУЄТИ»

Войтенко І. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Роман без героя – засудження сучасного світу, де головну роль грають гроші, а не люди.

Теккерей не ділить героїв на добрих і злих. Як писав Бальзак: «Немає добротинців, є обставини». На цій «Ярмарці» більшість людей злі, деякі комічні, а добрі, якщо і зустрічаються – одурманені або знищені злими. Негативні персонажі стали такими не за своїм бажанням. Як приклад, Ребекка з дитинства була обділена батьківським піклуванням, що і стало причиною її нелюбові до власного сина. В Теккерей свій філософський принцип – «таке життя».

«Геройский поступок» – нахабство, на яке не наважиться вихована, поважна дама. Найвищий вияв зневаги до людини, вищої за званням. Сарказм, висвітлено негативний бік тогочасного «нижчого» класу.

«смертельно-бледное от злобы, озарилось улыбкою» - особисте задоволення від «помсти» своїм покровителям

«Слава богу, я vyrвалася из Чизика!» – пансіон не справляв враження добротного величного помешкання. Зовсім інша справа, потрапити в замок якихось можновладців. Однозначно в будинку повинно бути щось, що піднімало б статус хазяїнів, як от крісло, на якому колись сиділа королева Англії. Цей факт безумовно піднімає статус сім'ї, яка проживає в цьому домі. Тому для Ребекки пансіон став лише перехідною ланкою від жебрацтва, яке чекало її з батьками, до вершин. Цього не можуть зрозуміти ті, в кого з народження було все: гроші, дім, іграшки і любов батьків. Ребецці ж це все треба здобувати самій.

«будто меня высек доктор Рейн!» – проводиться паралель з думками Емілії. За докорами совісті, за принципами виховання, за правилами, які встановлені вдома, треба поважати і толерантно ставитись до всього, в іншому випадку твій непослух чи погана витівка будуть покарані, а сором за скоєне буде переслідувати тебе все життя. Цього немає в Ребецці. Її поведінку пояснює відсутність матері, яка б про неї піклувалась, як піклувались про інших дівчат, влаштовуючи їх благополуччя шляхом вигідного шлюбу. Своє щастя Беккі повинна будувати сама, при чому її уявлення про щастя не відрізняються від уявлень інших людей. Дві різні картини домашнього інтиму.

Тверезість, пунктуальність, працелюбність, економність та хазяйновитість цінувались і раніше, але у вікторіанську епоху стали домінуючою нормою. Амілію виховували за такими принципами. Її батьки вірили, що для процвітання, статусу і прибутку слід творити добро і будь-якому випадку. Саме з цієї причини Амілія так відреагувала на вчинок подруги: «Как это можно, Ребекка?-, адже її виховання і статут не дозволили б такого зробити.

«и прикажет мне сесть в карцер?»- сказала Ребекка, смеясь... Вона розуміла, що вчинок недостойний. Виразила зневагу, викинувши словник, і, описавши презирливе бажання смерті міс Пінкертон. Дівчина, як яскравий представник нищого класу тогочасного суспільства, цими діями хотіла поставити себе вище ,ніж могла доскочити. Ребекка в пародійно-сатиричній формі є відображенням Луї Філіппа, французького монаха ,який тікав в Англію під час повстань у Франції. Це не відповідало моральним і етичним нормам ,які прививали порядні люди дітям, тому Емілії здавалось все, що відбувається, «диким». Ребекка знала етикет і правила поведінки, вела себе тихо і виховано в спільноті, але виключно для корисних цілей, але зовсім не була набожною. Вже тоді люди перестали пояснювати все через бога. Головним рушієм стала наука. Тільки людина навчена і начитана, може належати до вищих кругів спільноти. Ребека це розуміла, і не соромилась показати це своїй подрузі, яка жила за давно прийнятими принципами, «старомодна».

«Тише! - вскричала мисс Седли» -, дівчина, яка б нізащо не підняла голосу на подругу, не змогла змовчати. Амілія завжди підкорюється долі ,адже з народження має статок і майбутнє, ні над чим не задумується, головною її метою є лише люблячий чоловік. Останню точно можна назвати “self make man”, адже грала на піаніно, мала майже оперний голос та знала 3 мови (рідну, французьку ,а пізніше вивчила німецьку).

«оскорбления и обиды; не было ни единого друга; Меня заставляли...; опротивел мой родной язык» Ребекка «навчена» життям і вміє використовувати вдалі звороти для підсилення тієї емоції ,яку хоче виразити. В даному випадку вона хоче відчувти жалість з боку подруги. Звісно ,Амілія цього не зрозуміла б сама ,адже в пансіоні її всі любили і печалились через її від'їзд. Також іронія в ситуації зі словником. Викинувши його перед самим носом міс Джеммайми, зухвало сказала: «Вам, безграмотним, він більше знадобиться».

«побуждение, но вполне естественное» Ребекка не бачить в своїх діях чогось неправильного чи незаслуженого. Світ, це дзеркало, що відображає тебе. Відповідно, якщо до неї погано ставились, то вона давала для цього привід, а до Амілії, в свою чергу, все верталось сторицею в зовсім іншому світлі.

Ребекка є яскравим представником тогочасного героя роману: зовнішня самовпевненість, вічна незадоволеність вже досягнутим, внутрішній неспокій і тривога, гостре відчуття власної вразливості, «великі сподівання» в майбутньому. Вона повинна на свій страх і ризик, індивідуально прокласти собі шлях до суспільства, до бажаної мети. Амілія в свою чергу а давно прийнятими принципами і традиціями, які склалися з попередніх поколінь.

ЛІТЕРАТУРА

- Теккерей В. М. «Ярмарка тщеславия» 2010 р. Видавництво: «Эксмо», Серія «Библиотека всемирной литературы» Переклад: М. Дьяконов;
П. Лайза «Викторианский Лондон»
Б. Брайсон «Краткая история быта и частной жизни»

Уривок

После того как мисс Шарп совершила геройский поступок, упомянутый в предыдущей главе, и удостоверилась, что Словарь, перелетев через мощеную дорожку, упал к ногам изумленной мисс Джемаймы, лицо молодой девушки, смертельно-бледное от злобы, озарилось улыбкой, едва ли, впрочем, скрасивше его, и, со вздохом облегчения откинувшись на подушки кареты, она сказала:

- Так, со Словарем покопчено! Слава богу, я вырвалась из Чизика!

Мисс Седли была поражена дерзкой выходкой, пожалуй, не меньше самой мисс Джемаймы. Шутка ли - ведь всего минуту назад она покинула школу, и впечатления прошедших шести лет еще не померкли в ее душе. Страхи и опасения юного возраста не оставляют некоторых людей до конца жизни. Один мой знакомец, джентльмен шестидесяти восьми лет, как-то за завтраком сказал мне с взволнованным видом:

- Сегодня мне снилось, будто меня высек доктор Рейн!

Воображение перенесло его в эту ночь на пятьдесят пять лет назад. В шестьдесят восемь лет доктор Рейн и его розга казались ему в глубине души такими же страшными, как и в тринадцать. А что, если бы доктор с длинной березовой розгой предстал перед ним во плоти даже теперь, когда ему исполнилось шестьдесят восемь, и сказал грозным голосом: "Ну-ка, мальчик, снимай штаны!" Да, да, мисс Седли была чрезвычайно встревожена этой дерзкой выходкой.

- Как это можно, Ребекка? - произнесла она наконец после некоторого молчания.

- Ты думаешь, мисс Пинкертон выскочит за ворота и прикажет мне сесть в карцер? - сказала Ребекка, смеясь.

- Нет, но...

- Ненавижу весь этот дом, - продолжала в бешенстве мисс Шарп. - Хоть бы мне никогда его больше не видеть. Пусть бы он провалился на самое дно Темзы! Да, уж если бы мисс Пинкертон оказалась там, я не стала бы выуживать ее, ни за что на свете! Ох, поглядела бы я, как она плывет по воде вместе со своим тюрбаном и всем прочим, как ее шлейф полощется за ней, а нос торчит кверху, словно нос лодки!

- Тише! - вскричала мисс Седли.

- А что, разве черный лакей может нафискалить? - воскликнула мисс

Ребекка со смехом. - Он еще, чего доброго, вернется и передаст мисс Пинкертон, что я ненавижу ее всеми силами души! Ох, как бы я хотела этого. Как я мечтаю доказать ей это на деле. За два года я видела от нее только оскорбления и обиды. Со мной обращались хуже, чем с любой служанкой на кухне. У меня никогда не было ни единого друга. Я ласкового слова ни от кого не слышала, кроме тебя. Меня заставляли присматривать за девочками из младшего класса и болтать по-французски со взрослыми девицами, пока мне не опротивел мой родной язык! Правда, я ловко придумала, что заговорила с мисс Пинкертон по-французски? Она не понимает ни полслова, но ни за что не признается в этом. Гордость не позволит. Я думаю, она потому и рассталась со мной. Итак, благодарение богу за французский язык! Vive la France! Vive

l'Empereur! Vive Bonaparte! {Да здравствует Франция! Да здравствует император! Да здравствует Бонапарт! (франц.).}

- О Ребекка, Ребекка, как тебе не стыдно! - ужаснулась мисс Седли, - Ну, как ты можешь... Откуда у тебя эти злобные, эти мстительные чувства?

- Мечь, может быть, и некрасивое побуждение, но вполне естественное, - отвечала мисс Ребекка. - Я не ангел.

МІСЦЕ ТА ФУНКЦІЇ ПОЛІТИЧНИХ КОЛІЗІЙ У ЖАНРОВІЙ СТРУКТУРІ ТРИЛОГІЇ-АНТИУТОПІЇ Ю. ЩЕРБАКА “ЧАС СМЕРТОХРИСТІВ”

Голомедова Ю. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Важливою складовою антиутопії як жанру, тісно пов'язаного із зображенням суспільств чи державних устроїв певного типу, сучасні літературознавці визначають політичний дискурс. В антиутопіях він набирає таких ознак, як: тяжіння до акцентуації можливих протиріч існуючої політичної системи, зображення державного устрою із використанням засобів комічного (іронія, сарказм), охудожнення політичної дійсності (Іленьків, 2015, с. 370).

Політичний дискурс антиутопії сприяє реалізації її основних функцій (прогнозування, попередження, застереження) та головної мети, яка, на думку дослідниці жанру Г. Сабат, полягає у викритті негативних передумов розвитку сучасного суспільства, що можуть призвести до катаклізмів, застереженні згубності тих процесів, які “ніби ведуть до його процвітання, досконалості та достатку, а насправді – до деградаційного фіналу” (Сабат, 2002, с. 19).

Актуалізація жанру антиутопії в постмодерній українській літературі пов'язана передусім із суспільно-політичними чинниками, а тому вважаємо за доцільне з'ясувати місце та функції політичних колізій у жанровій структурі сучасної національної антиутопії на прикладі трилогії-антиутопії Ю. Щербак “Час смертохристів”.

Як політик і дипломат із багаторічним досвідом Юрій Щербак ґрунтовно зображує не лише державний устрій країни, у якій відбуваються основні події, але й прагне сформувати нову художню модель сучасності, змінюючи геополітичний ландшафт карти світу. Тому в художньому світі його роману на світовій арені з'являються уявні мегадержави, які постійно змагаються за територію і владу: Конфедерація Держав Північної Америки, до якої входять сучасні США, Канада та Мексика; Чорна Орда – ісламо-монгольське об'єднання, розташоване на території підкореної та знищеної Російської Федерації; Піднебесна народно-демократична імперія – держава, що розміщується на частині Азії та за політичними орієнтирами є прототипом сучасного Китаю; ЕллаПол – об'єднання Греції та слов'янських держав.

За допомогою карикатурного моделювання (скажімо, суспільний лад Піднебесної яскраво виражений політичним оксюмороном *народно-демократична імперія*) Ю. Щербак вдається до комплексної критики

політичних орієнтацій усіх держав, тим самим зауважуючи країнам-лідерам на необхідності зміни власних політичних амбіцій з метою уникнення в майбутньому Третьої та Четвертої світових воєн, природних катаклізм, атомного вибуху, тощо. У такий спосіб Ю. Щербак сконструює власну художню концепцію апокаліпсису, передумовами якого стають політичні заворушення між мегадержавами, що згодом призведуть до війни.

Головною епічною подією у романах виступає війна – “ніким офіційно не оголошена, повзуча, перманентна, глобальна” (Щербак, 2013, с. 40) – Четверта світова війна, яка завершується атомним вибухом. Аналіз цієї події у романах письменника дозволив зробити висновок про її комплексний метафоричний характер та виділити три основних метафоричних контексти її зображення:

Війна-стихія. У романі вона постає у метафоричному образі неконтрольованих людьми руйнівних стихій: “*Буде війна. Нас будуть спалювати і змивати з усіх сторін. Ми не готові*” (Щербак, 2013, с. 277). Асоціація війни зі стихіями вогню та води є типовою для української ментальності (наприклад, фразеологізми *вогень війни*, *війна розгорається* та *пройти крізь вогонь війни*) та літератури (повість О. Довженка «Україна в огні»). Метафора *війна як руйнівна стихія* ілюструє те, що людина може розпочати війну, однак її контроль над цим процесом може стати неможливим.

Війна-гра. Метафоричне зображення війни як гри полягає у тому, що вона вимагає стратегічних рішень та продумування дій, ходів заздалегідь. Також війна є грою, бо вона провокує відчуття азарту та у романі має декілька рівнів складності (чотири рівні – чотири світові війни), наприклад: “*...насправді вже два роки тому розпочалася війна «четвертого рівня» – між великими конкуруючими корпораціями, визвольними рухами, окремими бандформуваннями і місцевими іредентистами*” (Щербак, 2013, с. 92).

Війна-пекло. Як показник руйнівних процесів, війна у романі виражає повну деконструкцію суспільства, його метафоричне перетворення у пекло: “*Попереднє керівництво довело Територію та народи, що її населяють, до повної руйни, пішовши на злочинне руйнування основ економічного і політичного життя, зважившись на підтримку самовбивчих процесів, спрямованих на розпалювання міжнаціональної та міжрелігійної ворожнечі*” (Щербак, 2013, с. 409).

Отже, політичний дискурс є важливим жанротворчим елементом трилогії-антиутопії Ю. Щербака «Час смертохристів», що створює основу для реалізації авторської художньої моделі апокаліпсису. Політичні колізії, зображені у романах, призводять до Четвертої світової війни, яка є головною епічною подією, що прирівнюється до апокаліпсису.

ЛІТЕРАТУРА

- Іленьків, Галина. (2015). Літературна антиутопія як форма відображення політичної дійсності. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії*, 7, 364-372.
- Сабат, Галина. (2002). *У лабіринтах утопії та антиутопії*. Дрогобич: Коло.
- Щербак, Юрій. (2013). *Час смертохристів. Міражі 2077 року*. Київ: Ярославів Вал.

КОНФЛІКТ ЛЮДЕЙ І МИШЕЙ У КАЗЦІ ГОФМАНА “ЛУСКУНЧИК І МИШАЧИЙ КОРОЛЬ”: КУЛЬТОРОЛОГІЧНА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ

Зубова О.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Поняття “боротьба зі щурами” виникло ще у добу Середньовіччя і стало його жахливою проблемою. Християни, інквізиція та “свідомі громадяни” знищували кішок, як “бісівське кодло”, у таких обсягах, що до XVI століття їх кількості ніяк не вистачало, аби боротись з новою напастю. Тварини, що були неохайними за своєю природою та способом існування, поширюючись Європою, приносили туди чумну блоху, через що загинуло, як відомо, від чверті до третини населення Європи. Люди того часу нічого не знали про інфекції, проте помітили, що слідом за щурами у міста приходять нищівні хвороби, тому вони сприймалися як вороги та вісники смерті. Таке уявлення попередніх поколінь знайшло чимало відголосків у легендах і хроніках Середньовіччя.

У новостворених умовах необхідною стала професія щуролова. Ще при дворі Якова I (1603-1625 роки правління) у переліку придворних слуг можна було побачити посаду щуролова (ratcatcher).

Професія, що виникла, була суспільно необхідною, хоча і вважалась нешанованою. Її представники подорожували від міста до міста і, розхвалюючи себе, запевняли громадян, що їх спосіб знищення мишей – найефективніший. Використовувались пастки і отрута, дехто користувався обрядами з магічними заклинаннями, про що свідчать стародавні рукописи. Вимагали за свою роботу зазвичай чималу суму грошей. Якщо містянин погоджувався на умови щуролова – було укладено угоду і працівник ставав до роботи. Проте, пропри їх зусилля, мишей у містах не меншало.

Серед легенд про щуроловів можна зустріти одну – найпоширенішу. Інеса Малинкович у своїй роботі “Судьба старинної легенди” (1999) згадує про цю версію. Вона трансформувалася у різні фольклорні тексти, а також була оброблена й зафіксована у збірнику братів Грімм.

Протистояння людей та мишей, як і легенда про Щуролова, захопили увагу і уяву різних постів та письменників Німеччини, Англії, Росії та інших країн на майже 130 років. Їх було інтерпретовано у роботах Генріха Гейне, Марини Цветаєвої.

Зі свого боку Гофман не використовує легенду прямо. У казці героями є миші, а не щури. До того ж ані до мотиву укладання угоди, її порушення та помсти за це, ані до зникнення дітей Теодор Амадей не вдається у власному творі.

Історія у Гофмана трансформується. За основу своєї казки автор бере відому модель казки про тварин, наділяючи своїх героїв здатністю говорити та дублює світ людей задля створення схожого тваринного світу. У казці “Лускунчик і Мишачий король” два світи – мишачий та людський – існують паралельно.

Миші до того ж мають двоїсту природу зображення: вони постають як миші (вони мають тваринний зовнішній вигляд, предмети харчування) і як

люди. З людського в них здатність говорити, соціальний устрій (є королева, панує матриархат, оскільки світ мишей очолює Королева, не зважаючи на те, що в неї є син та чимало родичів чоловічої статі) і закони соціуму.

Важливим для розуміння конфлікту в казці є архаїчні уявлення про мишу як хтонічну істоту. Зазвичай у казках про тварин вони мають протистояти людям та іншим тваринам завдяки хитрощам, бо фізично слабкі. Міфологічний словник (Мелетинський, 1991) зазначає, що хтонічна істота *“пов’язана одночасно з продуктивною силою землі (води) і вбивчою потенцією пекла”*. Вона існує і у підземному світі, і у світі людей, в той час як людина тільки в одному з них. Казка *“Лускунчик і Мишачий король”* має подвійного адресата, і автор прагне, аби і дорослі, і діти були готові до читання та розуміння цього архетипного образу. Отже, миша наділена магичною силою і здатна чаклувати. Але якщо у зовнішності Мишачої королеви немає навіть натяку на її сили, то факт того, що її син має сім голів замість однієї, як у звичних тварин, допомагає візуально побачити надздібності та відрізнити його від інших мишей.

Сили людей і мишей у казці протягом тривалого протистояння не є рівними. Королева не просто так пригощає Мишачу королеву салом, а з метою задобрити. В основі цих відносин знаходиться модель угоди *“я тобі – ти мені”*, що означає обопільне проживання представників паралельних світів, баланс, при якому ніхто не втручається у життя іншого.

Конфлікт виникає тоді, коли баланс між світами руйнується. Це відбувається в момент, коли одна зі сторін порушує *“угоду”*. Саме тоді сили набирають закони соціуму, що проявляються у обов’язковій помсті – і миша мстить.

Теодор Амадей Гофман використовує мотив помсти, що наявна і у легенді про Щуролова. Відомий персонаж легенди мститься за те, що жителі міста Гамельна розривають з ним угоду, а Мишача королева – за руйнування *“угоди”*, що свідчила про мир між світами людей та мишей.

Важливим моментом у конфлікті є те, що вирішити його не може звичайна людина, оскільки не має достатніх сил, аби протистояти хтонічній істоті. Саме тому у події втручається *“третья сторона”*, наділена особливими властивостями: *“Цей твердий горіх мав розлуцити перед королівною юнак, який ще ніколи не голівся й не носив чобіт”* (Гофман, 2003). До того ж Лускунчик у боротьбі з Мишачим королем постає перед читачем людиною озброєною, полководцем, воїном. І йому вдається побороти навіть хтонічну істоту, як у боротьбі із закляттям Мишачої королеви, так і у війні з семиголовим Мишачим королем.

Теодор Амадей Гофман застосовує у написаній ним казці, що має подвійний сюжет, архетипну модель двох паралельно існуючих світів. Порушення балансу між ними відображено відповідно до старовинної легенди про Щуролова, яку інтерпретовано згідно з сюжетом та адресатом читання – дитиною.

ЛІТЕРАТУРА

Абсентис, Д. (2006). Средневековая Европа. Штрихи к портрету. Взято з http://old.absentis.org/abs/lsd_0_add_europe_rats.htm

- Гофман, Е.Т.А. (2003). *Лускунчик і мишачий король*. Взято з http://ae-lib.org.ua/texts/hoffmann_nutcracker_ua.htm
- Малинкович, І. (1999). Крисолов. *Судьба старинной легенды*, с. 4-8. Взято з <http://ec-dejavu.ru/r/Ratcatcher.html>
- Мелетинський, Е. М. (1991). Хтонічні істоти. *Міфологічний словник*. Взято з <http://bibliograph.com.ua/mif/199.htm>

РОМАНТИЧНІ МЕТАМОРФОЗИ ЛУСКУНЧИКА

Іванов Є.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Об'єктом дослідження даної роботи є шлях Лускунчика в казці Гофмана Е.Т.А. "Лускунчик і мишачий король". Робота присвячена вивченню й висвітленню наступних питань: що собою являє історія Лускунчика; у чому полягає символічність його дій; чому Гофман використав саме ляльку як об'єкт, у який перетворюється герой.

Історія Лускунчика повторює обряд ініціації. В сюжеті казки можна виокремити три стани, в яких він перебував: ставний юнак, бридка іграшка, король Марципанового замку. Саме вони й зображають опосередковано давній обряд ініціації, який автор поклав в основу свого твору. Цей обряд відбувався при настанні статевої зрілості й символізував перехід юнака у повноправні члени родового об'єднання. Даний обряд передбачав випробування, пройшовши які молода людина отримувала усі соціальні права та обов'язки, серед яких варто виділити право на одруження, адже саме воно фігурує в тексті як нагорода за успішне завершення перевірки на дорослість.

Розглянемо випробування, які виникли на шляху нашого героя. Спершу він мав розкусити горіх і, віддавши із заплющеними очима зернятко королівні Пірліпат, пройти задки сім кроків. Дане випробування є цілком символічним. Розкусити горіх – зрозуміти суть, докопатися до того, що знаходиться всередині, адже, спираючись на романтичну естетику, саме внутрішній світ є найголовнішим. Відійти сім кроків спиною назад із заплющеними очима – довіритися серцю й почуттям, заперечивши раціональне, наприклад, можливість упасти. У першому випробуванні ми бачимо Лускунчика, який відповідає критеріям романтичного героя.

Після цього Лускунчик перетворився на ляльку. Оскільки в обряді ініціації передбачалося, що хлопець на час обряду помирав, а потім воскресав уже новою людиною, й це була так звана тимчасова смерть, стає зрозумілим, чому автор використав саме ляльку як нову подобу героя. У цьому проявляється особисте ставлення письменника до ляльки і захоплення сучасників автоматами. На його думку, це були прояви чи то омертвілого життя, чи то оживленої смерті. Тож лялька – образ тимчасової смерті Лускунчика-людини.

Наступне його випробування – поміщення в тіло ляльки, з якого він може звільнитись тільки тоді, коли самого Лускунчика, незважаючи на його потворність, покохає дівчина. Щоб це стало можливим, Марі має відкинути

раціональне й покохати іншого попри його потворність, побачити в ньому важливіші за красу чесноти.

У образі ляльки Лускунчик постає перед нами як маріонетка. Він позбавлений сили, беззахисний. Сам по собі він не є самодостатнім і не здатен піклуватися про себе самостійно. У нього немає сформованого світобачення, він лише має бажання знайти опору й цінності, щоб слідувати ним. У тілі ляльки він відчуває психологічний дискомфорт від хаотичності існування, адже не він керує собою, а навпаки, будь-хто може зробити з ним будь-що, як наприклад Фріц, що знічев'я зламав йому кілька зубів. Та Марі, керуючись власними бажаннями, завдяки уяві й фантазії, не приймає реальну дійсність і створює власну. Вона готова до змін й погоджується відмовитись від усього, як наприклад її жертва цукровими ляльками, заради втілення її мрій у реальність. Вона хоче бачити Лускунчика героєм, і її бажання дає йому шаблю в руки, як в прямому, так і в переносному значенні, для здійснення вчинку, подвигу. Так Лускунчик стає героєм, який переміг Мишачого короля.

Пройшовши успішно останнє випробування, Лускунчик змінюється, проте залишається маріонеткою, залежною від Марі. Він, король Марципанового замку, запрошує її до себе в королівство. Та це є виключно бажання Марі, адже столиця його королівства символізує ніщо інше, аніж мрію маленької дівчинки, яка полюбляє солодощі, й думає про них, адже вони ототожнюються зі святом, а дія казки відбувається напередодні та під час Різдва.

Неймовірно важливим моментом є освідчення Лускунчика й пропозиція Марі вийти за нього заміж. Звісно це також тільки бажання й мрії Марі, які втілюються в реальність завдяки її уяві. Та також, одруження символізує перехід у доросле життя що є наслідком проходження обряду ініціації. Лускунчик мав випробування, пройшов тимчасову смерть у тілі іграшки, й тепер став повноцінним членом соціуму й отримав одне з найважливіших прав – одружитися, яке він одразу реалізував.

Необхідно підкреслити, що разом з випробуваннями Лускунчика Марі також ставала дорослішою. Її поведінка, поки що у фантазіях, грі, нагадувала дії та стани дорослої жінки, зовсім не дитини. Вона любила, захищала й жаліла свого героя, була готова заради нього на самопожертву, на одруження, дарма що ігрове

Перед Лускунчиком постають випробування, які він вирішує, опираючись на бачення світу людиною доби романтизму. У його історії наявно видно, що емоційна складова, яка переважала в романтизмі, є джерелом істинного. Дотримуються основні категорії романтичної естетики як уява – Марі бачить його героєм, фантастика – ми до кінця не розуміємо, чи це все відбувається насправді чи все є лише уявою Марі.

Отже, ми можемо стверджувати, що історія Лускунчика – зображення обряду ініціації. Символічність дій полягає у вираженні важливості внутрішнього світу людини. Лялька є символом смерті. Лускунчик у казці Гофмана Е.Т.А постає як романтичний герой.

ЛІТЕРАТУРА

- Гофман Е. Т. А. (2010). *Лускунчик і мишачий король*. Харків: Мікко
- Лотман, Ю. М. (1993). *Избранные статьи: В 3-х т. (Т. 3)*. Таллінн: Александра
- Пропп, В. Я. (2000). *Исторические корни Волшебной сказки*. Москва: Лабиринт

«КУЛЬТУРНА ЗАБЛОКОВАНІСТЬ»: ЛЕСЯ УКРАЇНКА В РЕЦЕПЦІ ЛІНИ КОСТЕНКО

Кашпрук А.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Література динамічна, вона не стоїть на місці, а повсякчас створюється, видозмінюється, переписується. Літературний процес як вияскравлює, так і поглинає собою сотні цікавих імен. Як зазначає Ліна Костенко: *“Завжди у наших лісах блукає та невидима сокіра. Вона обрубє комунікації зі світом. Вона залишає гіллячки тільки в один бік і щепить до них свої райські яблучка..... І це навіть не замкнутість. Це заблокованість...”* (Костенко, 1991). Безсумнівно, ця багатоступенева заблокованість діє на різних рівнях: видимих і невидимих.

Маючи в серці те, “що не вмирає”, Лесі Українці довелося на власному досвіді відчутти усю складність ситуації культурної заблокованості українського слова. Ця довгорічна “блокада” впливала на соціум, мову, творчу особистість, деформуючи та викривляючи панівні тенденції. Зазвичай кожний невідомий у світі український геній не завжди був упевненим чи приймуть його, чи зрозуміють. Ситуація бездержавності оприявнювала в ньому образ *“віками підрубаного під корінь”* раба. Євген Маланюк вважав, що протягом століть підневільного “бездержавного” життя в українців сформувався і став переважати тип раба, “хохла-малороса”, який став байдужим до проблем державності й самостійності України, що звикла до свого малоросійського стану і статусу. Звідси й причини виникнення комплексу меншовартості. Замкнута сама в собі культура та втрата духовного потенціалу сприяли занепаду віками переслідуваної, приниженої нації.

Таку *“сонячну сліпоту”* Леся Українка яскраво відобразила у своєму лаконічному драматичному діалозі *“В домі роботи, в країні неволі”*, репрезентуючи два світоглядних типи рабів: раба-гебрея та раба-єгиптянина. Проаналізувавши діалог, розуміємо, що кредо першого: *“Ой, спати, спати, спати хоч хвилину, бо вже не видержу!.. Ой боже, помсти!..”* Коли єгиптянин запитує: *“Що б ти зробив, якби ти вільним став?”*, гебрей відповідає: *“Розруйнував би усі ті храми ваші й піраміди! Порозбивав би всі камінні довбні! Всіх мертвяків повикидав би геть! Загородив би Ніл і затопив би увесь сей край неволі!”* (Українка, 1906). Отож, світоглядними категоріями, якими послуговується раб-гебрей виявляються руйнація та помста. В той час єгиптянин цілковито задоволений своїм становищем. Він має роботу, яка може приносити йому творче задоволення, що позбавляє від помислів про рабське

існування: *“Ну, втопився, ну, фарба, ну, болото – що ж такого? На те робота”* (Українка, 1906).

До речі, німецький філософ Кант зазначав, що письменник невід’ємно пов’язаний та залежний від “грунту” (місця, де народився), так само як і тип раба-египтянина. Проводячи таку паралель, простежуємо, що Ліна Костенко у статті “Геній в умовах заблокованої культури” мала рацію: *“Всі великі генії були робітниками. Геній тільки те й робить, що вчиться спершу класти каміння, а потім будувати з нього; він завжди в пошуках матеріалу і завжди займається його обробкою”* (Костенко, 1991).

Недаремно у творах Лесі Українки наскрізним символом постає камінь, що втілює потаємну силу, яка криється в образі “сплячого раба”. Візуальний код каменю у драмі “Камінний господар” має надпотужну силу. Антитеза “камінь – воля” у Лесі Українки знаходить втілення в альтернативі “мрія – дійсність”.

Звертаючись до народу літературою, “з якої не було виходу”, письменниця була приречена на нерозуміння. Якось вона згадувала: “Моя помилка у тому, що я народилася у волинських лісах, які дуже любила”. Бо ті волинські ліси певною мірою також спричиняли заблокованість. На прикладі Лесі Українки Ліна Костенко красномовно засвідчує, що геній-просвітитель, який має пояснювати народу самого себе, приречений на духовну задуху. Звідси виникає тенденція до непоправних деформацій у його творчій свідомості, а відтак і до самотності.

Трагедія заблокованості культури й досі не полишає український простір, позбавляючи його культурної ідентифікації в художній свідомості людства. На думку Ліни Костенко, такі генетично запрограмовані проблеми як лихоманка та вірус поширюються серед “заблокованих” поколінь, здійснюючи вплив на курс змінності культурних орієнтирів. В такій ситуації література не припиняє свого існування, проте зникає здатність і бажання людей пізнавати та розуміти її, виникає синдром “звуженого стану свідомості”.

Ліна Костенко наголошує: *“Українська література – література заборонених і загиблих, розстріляних і зацькованих, вигнаних і забутих, через десятиліття згаданих, через півстоліття надрукованих”*... (Костенко, 1991). Коли у швидкозмінному часі з пам’яті стираються рештки текстів, вивчених у межах шкільної програми, коли відсутність часу втискає читача у чіткі рамки, встановлюючи розпорядок дня, місце для літератури відводиться за залишковим принципом. Неструктуровані потоки інформації тяжіють над людством, залишаючи мінімум часу для найважливішого. А чи не призведе це до катастрофи? Варто замислитися.

Бажан назвав Павла Тичину *“надтріснутим генієм нашої поезії”*; і таких геніїв в нашій літературі чимало. То хто ж винуватець культурної заблокованості? – розмірковуючи в тому числі й над творчою долею Лесі Українки, запитує видатна сучасна поетеса. На жаль, і по сьогодні це питання залишається актуальним.

ЛІТЕРАТУРА

Українка, Леся. В домі роботи, в країні неволі / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.l-ukrainka.name/uk/Dramas/VDomuRoboty.html>

Костенко, Ліна. Геній в умовах заблокованої культури / [Електронний ресурс].
– Режим доступу: <https://www.twirpx.com/file/1281619/>

ОБРАЗ НОВОЇ ЖІНКИ У ТВОРЧОСТІ ОЛЬГИ КОБИЛЯНСЬКОЇ: АСПЕКТИ НОВАТОРСТВА

Клімчук Ю. С.

Київський національний лінгвістичний університет

У літературному просторі України Ольга Кобилянська посідає особливе місце, оскільки наважилася кинути виклик домінуванню чоловічої традиції і прийшла до нового трактування жінки як сильної особистості. Авторці вдалося відкрити для загалу те жіноче потаємне, яке не вписувалось у традиційні патріархальні уявлення. Через власну творчість вона вперше спробувала асимілювати європейські феміністичні ідеї в українській літературній процес, що сприяло творенню нового образу жінки – інтелектуальної, самодостатньої.

Фемінізм, націоналізм і модернізм Кобилянська пов'язала в одну культурну парадигму, спроектувавши її у майбутнє. Відтак основною конструктивною моделлю її художнього світу стала ідея модерної української нації. Устами своїх героїнь письменниця стверджувала ідею жіночої емансипації як необхідну умову розвитку модерної нації і модерної культури. Таким чином, в модерній українській літературі вперше було піддано сумніву романтизований культ народності, за яким природною функцією жінки мало би бути суто родинне життя, а буття нації не мало би входити у сферу її духовних уявлень. Поставивши на перший план питання індивідуального вибору, жіноча емансипація підважувала не лише основи сімейного життя і суспільні структури, але й традиційний погляд на ідентичність. У творах Кобилянської фемінізм ставав оболонкою модерної національної ідеології.

Проаналізувавши твори Ольги Кобилянської, можна диференціювати три ролі-ідентичності жінки, які цілком відрізняли її від усталених традиційних уявлень. Серед них виділяємо: «жінка-товаришка» – це жінка, яка свої стосунки і з чоловіками, і з жінками будує на принципах рівноправності. У стосунках із чоловіками вона здебільшого проявляє власну волю і силу, натомість чоловік – як це бачимо, зокрема, у випадку Наталки та Орядина з повісті «Царівна» – постає слабшим. Другим типом є «жінка-природа», або жінка незалежна, емансипована «за інстинктом». Вона є самодостатньою та не вимагає будь-якого доповнення, що втілюється у чоловікові. Цей тип жінки ілюструється у творах «Природа», «Некультурна», «За ситуаціями». Третім типом є «меланхолійна жінка», або, за висловом Т. Гундорової, «жінка кастрована» (Гундорова, 2002). Варто зазначити, що вона репрезентує особистість, позначену самотою і в певний спосіб травмовану нерозділеним коханням, негідним чоловіком, прив'язаністю до матері тощо. Цей тип зустрічається у творах «Valse mélancholique», «Ніоба», «Через кладку», «Царівна».

Розглядаючи новелу «Valse mélancholique», спостерігаємо, що вона ввібрала в себе три образи жінки – «простодушної», «сентиментальної» і

«відважної». Насправді авторку цікавить у тексті не так аналіз різних натур, як типи взаємин між ними, тому Ольга Кобилянська змальовує «вибране» середовище – жіноче «тріо». Марта втілює «старий», старосвітський жіночий тип, вона є водночас оповідачем і дійовою особою цієї новітньої драми, посідаючи центральне місце в структурі новели як таке, що тотожне чоловічому погляду на описувану історію. Ганнуся – «артистка» та Софія – «музика» репрезентують новітній модерний тип жінки. Сама «артистка» в новелі має виразні ознаки *«жінки стверджувальної»* (Гундорова, 2002). Вона не здатна нікому підкорятися, але може одружитися з розрахунку, щоб завдяки цьому ще більше віддатися малярству.

Ольга Кобилянська наголошувала на рівних природних правах чоловіків і жінок як індивідів. Вона підкреслювала, що жінка, окрім призначеної їй самою природою функції стати жінкою й матір'ю, має ще й надане тією ж природою право стати *«собі самій ціллю»*, зреалізуватися в тому ж сенсі, як реалізується й чоловік. Проте відтворюючи жіночу емансипацію, авторка акцентує, насамперед, не на боротьбі статей, а на потребі порозуміння. Таким чином Ольга Кобилянська виокремлює першочергову роль «нової жінки», мета якої в тому, щоб виховати з себе «вищу» людину – повноцінну культурно, рівну за можливістю реалізувати себе з чоловіком. Варто звернути увагу на широке розуміння письменницею поняття жіночої емансипації, яке зовсім не полягало в перейманні жінкою чоловічого способу життя. Йдеться про вияв широкого культурно-антропологічного розуміння природи жінки. Позиція авторки полягає у тому, щоб розглядати жінку як людину, що нарівні з чоловіком упривілейована, як і він, правом *«людяності, індивідуальної свободи, поваги людської і справедливості»* (Гундорова, 2002).

Серед обставин, які обмежують жіночу свободу та викривляють її природу, письменниця називає односторонність її виховання, що особливо яскраво простежується у повісті «Людина». Тут маємо широкий спектр розуміння поняття «людської» природи жінки. Вона – чуттєва й слабка, вона – несаможиттєва, вона – потребує батога, вона – зломлена, вона – сама собі ціль. Усе це різні статуси жінки – «людини» з погляду її «природи» – з одного боку, ті, що панують у суспільстві, соціокультурні й патріархальні; з іншого, – ті, які належать до сфери самооцінок героїні, суб'єктивно пережитих, автентичних і тілесних. Так, на думку Т. Гундорової, уперше в українській літературі жінка стає тілом, а не іконою. Модерний світ і воля до «вищого» життя, до самореалізації, поривання до майбутнього в жіночих образах прози Кобилянської реалізується через їх боротьбу за «вищу» культуру і протистояння традиційному патріархальному началу.

Отже, Ольга Кобилянська стала однією з перших українських письменниць, які пов'язали поняття модерної нації з культуротворчою функцією жінки. Творчість цієї авторки відображає втілення «нової жінки» у модерній українській літературі, яка є інтелігентною, освіченою, сильною духом. Однією з основних у її прозі стає тема формування модерної української свідомості та розрив із традиційною народницькою культурою.

ЛІТЕРАТУРА

Гундорова, Тамара. (2002). *Femina melancholica*. Стаття і культура в гендерній утопії Ольги Кобилянської. Київ: Критика.

МЕТАФОРА ТРОЩІ В ОДНОЙМЕННОМУ РОМАНІ ВАСИЛЯ ШКЛЯРА «ТРОЩА»

Кузьомко К.С.

Київський національний лінгвістичний університет

Восени минулого року Василь Шкляр презентував свій новий історичний роман «Троща», який заслужено назвали найочікуванішою новинкою 2017 року. Автор ґрунтовно підійшов до процесу написання свого твору, використовуючи різноманітні історичні довідники, розповіді людей, безпосередньо пов'язаних із подіями минулого століття, думки сучасних дослідників.

Роман розповідає про події останніх років боротьби УПА за вільну Україну. Йдеться про блокаду військами НКВС загонів УПА та підпілля в Карпатах узимку 1945-1946 років. Цей фрагмент української історії і змалював автор у своєму творі.

Події роману зображено у двох площинах. Перша – «*козацьке місто на Дніпрі*», де в 1974 році старий боєць випадково знаходить могилу свого товариша, який начебто загинув у далекому 47-му році. Проте дата смерті на пам'ятнику вказує, що він пішов із життя лише два роки тому. Інше місце подій – плавні понад річкою Стрипою: між селом Ішків, хуторами Багатівки, а вгору за течією селом Купчинці розкинувся живописний трикутник – троща. Місце, яке для кожного з героїв стане відліком небуття.

Загадкова знайдена могила роз'ятрила за давнену рану, і головний герой на прізвище «Місяць» починає згадувати події минулих років. Саме в трощі восени 1947 року переховувалися бійці УПА, які навіть не здогадувалися, що через якусь мить опиняться під прицілом більшовицьких гвинтівок. Проте якою страшною не здавалась би ситуація, найжахливіші події стануться попереду: їх зрадили. Герої мають не лише вийти з трощі живими, але й зрозуміти, хто зрадник. Адже про криївку знали тільки свої. Троща була доволі просторою, звивистою та потайною, без попередніх відомостей знайти в ній когось було неможливо. «Місяць» обіцяє собі, а найбільше своєму загиблому другу Пластуну знайти зрадника. Він упевнений – виживе, адже трощу знає, «*як свою кишеню*». До того ж, із ним компас, а «*щоб не вийти з трощі з компасом, потрібно бути останнім дурнем*» (Шкляр, 2017, с. 107). Але примхи долі ніхто не скасовував.

«Троща» є унікальною драмою про самотність і складність людського життя. Про те, що від сходу і до заходу сонця людина приймає мільйони рішень, які впливають на її подальшу долю. Про те, як складно залишитися вірним собі й своїм ідеалам, коли, здавалося б, усе навколо підпорядковується іншим принципам. Роман «Троща» – про систему, яка ламала людей, і людей, які намагалися зламати систему. Він дає чутливу анатомію зраненої людської

душі, яка кожного дня бореться за власну свободу та життя в найжорстокіший спосіб. Психологічна колізія роману В. Шкляра полягає в тому, що кожен із його героїв опиняється перед вибором життя і смерті. «Місяць» розмірковує, адже варіантів небагато: або вирватися з пастки, або ліпше загинути в сутичці з ворогом, ніж дострілювати себе в болотах.

Вибір здійснив і боєць Стодоля, за нього він і поплатився. Характер цього героя письменник зображує суперечливим. Прагнучи врятувати своє життя, він вагається, перекидаючись задля власного порятунку на сторону більшовиків. Хоча з перших сторінок роману Стодоля постає як відданий своїй меті героїчний боєць, а, вже перебуваючи у ворожому таборі, прагне допомагати своїм побратимам. За його сприяння більшовики перестають товктися навколишніми селами, не роблять засідок, не провадять ревізій. Проте Організація зрадників не терпить – у секретній операції герой гине. Однак і після смерті Стодолі інформація продовжує надходити до більшовиків.

Відшукуючи зрадника, «Місяць» виконує обов'язки перед Організацією. Як слідчий, він має вести протоколи доповідей усіх причетних до провальної операції. Ось тут автор роману й відкриває перед читачем повну картину зламаных і покалічених режимом людських душ. Ми бачимо родини й близьких людей тих, хто зрадив, і тих, кого зрадили. У 1947 році УПА переживала не найкращі часи, чим і скористалися більшовики. Бійці розуміли і щоразу наголошували на тому, що боротьба Організації втрачає свою силу, що кращі люди гинули, і ріками лилась невинна кров. Однак письменник залишає їх вірними своєму вибору: до останнього подиху самотужки боротися за ідею вільної України, не здаватися, не обрати легшого шляху, що міг стати шляхом зради.

Невипадково Василь Шкляр у заголовок свого твору обирає метафору «трощі». На перший погляд, очерет, у якому переховувалися герої – це лише тимчасовий їх прихисток. Проте, з іншого боку, – це найважче випробування у їх житті. Троща у романі символізує систему, навіть більше, боротьбу з системою, яка ламає на шматки, руйнує, збиває з ніг і розбиває на частини. Вона залишає людину беззахисною перед одвічним питанням: чи готова вона загинути в боротьбі за свободу? Тут, у непролазних хащах і густих болотах, де з одного боку наступають вороги, а, з іншого – поволі стихають останні спалахи полум'я, яке горить за свободу батьківщини, кожен має здійснити свій вибір. І кожен герой роману такий вибір зробив. Хтось виявився занадто слабким, аби боротися до кінця. А хтось, як-от «Місяць», навіть після перемоги над трощею, так і не зміг до кінця збагнути, хто ж із його друзів був здатним на зраду. Як зміг той, із ким він щоночі засинав, ділив хліб і сіль, розтоптати їх спільні мрії про вільне життя? Не знайшовши відповіді, «Місяць» все ж виніс із трощі історії усвідомлення того, що він боротиметься до останнього, і хоча таких, як він, залишається небагато, але герой збагнув одну важливу річ: вийти із трощі ще не означає залишитися живим.

ЛІТЕРАТУРА

Шкляр В. М. (2018). *Троща*, Харків, Клуб сімейного дозвілля.

УРБАНІСТИЧНИЙ ПРОСТІР МІСТА: ВУЛИЦІ ПАРИЖА В РОМАНІ Е. ЗОЛЯ “ДАМСЬКЕ ЩАСТЯ”

Кулібаба В. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Еміля Золя називали “революціонером у літературі” (Гі де Мопассан), “етапом у свідомості людства” (Анатоль Франс). Його мову характеризували як могутню, а творчість як безкомпромісну, чесну. Але чи не найточніше визначив сутність цього великого письменника Генріх Манн: на його думку, Золя “не лише писав твори, а й утверджував істину. Істина стала душею його творчості”.

Темою нашого дослідження є урбаністичний простір Парижа в романі Е. Золя “Дамське щастя”. Місто не є центральним образом роману, проте його простір виконує значну художню функцію.

Уже з перших рядків роману читач знайомиться з Парижем, а саме з його ХІХ округом (відповідно до адміністративного розподілу, здійсненого ще 1795 року). Розповідь починається з вокзалу Сен-Лазар (Gare Saint-Lazare), звідки пішки йшла Деніза зі своїми братами. Це і не дивно, адже саме біля майбутнього вокзалу Сен-Лазар (раніше на його місці були просто Гаврська та Руанська станції) було відкрито у 1865 році перший універсальний магазин, названий “Весна” (“Printemps”) (3). Величезний магазин, який ніби продавав усе на світі, став просто сенсацією для тогочасного Парижа.

Для людей, які приїхали з провінції до великого міста, все має бути надзвичайно цікавим та незвичним, саме тому автор використовує виразну художню деталь – новоприбулі (сестра та брати Бодю) всю дорогу розглядають будинки, повз які проходять.

Наступною визначеною Е. Золя географічною точкою стала площа Гайон, що знаходиться уже в ІІ окрузі, тобто майже в самому серці міста. Нині як такої площі Гайон на карті Парижа немає, тепер же є вулиця Гайон (Rue Gaillon), що так само перебуває в ІІ окрузі. Недалеко від неї знаходиться церква Сен-Рок (Igreja de São Roque). Перекладач цього твору з французької (Данилина Ю.І.) подає нам назву цієї церкви саме Сен-Рок, хоча можливі ще переклади Сен-Рош, Сен Роха та Святого Роха. І саме тут, на розі вулиць Ла Мишодьєр (Rue de la Michodière) та Нев-Сент-Огюстен (Rue Saint-Augustin) поблизу авеню Опері, розташована центральна будівля оповіді – магазин новинок “Дамське щастя”. Усі вищезгадані географічні точки знаходяться в ІІ окрузі Парижа, і що є цікавим, цей округ є найменшим серед двадцяти округів Парижа. Також, вулиці які є центральними в романі, насправді не є найбільшими або найзнаковішими, вони лише перетинають більші вулиці. Така локалізація виявилася доречним прийомом, адже так, на фоні невеликих вулиць, краще можна відчутти величність “Дамського щастя”.

Автор недаремно використав чіткі й реальні топографічні координати. Мета цього – надати максимально можливої достовірності існуванню магазину. Відомо, що перед написанням та виданням свого роману Еміль Золя вів записи з перших універмагів Парижа – “Бон Марше”, “Лувр” та “Пті-Сен-Тома”. Він

вивчав їх планування, торгіву статистику, роботу з персоналом та покупцями, публікував десятки робіт на цю тему. Завдяки цьому художня реконструкція виявилася надзвичайно вдалою (2).

Усередині цей магазин мав такий же захопливий вигляд, як і зовні: планування було настільки правильним, що будь-яка жінка-покупець була просто вражена величезним різноманіттям товарів, могла вдовольнити всі свої потреби; серед жіночого товару були і дрібнички для дітей та чоловіків, і жодна клієнтка не могла встояти, аби не порадувати своїх близьких.

Повернемося до вулиці Ла Мишодьер. З приводу її назви можна сказати наступне: у другій половині XVIII століття ця вулиця була названа на честь місцевих купецьких старшин або членів міської управи (ешевенів) (3).

Окрім величезного, яскравого “Дамського щастя”, яке приваблювало погляд, на вулиці Ла Мишодьер автор розташував також велику кількість невеликих магазинів із роздрібним товаром, проте зробив їх непримітними. Таким же був і магазин дядька Бодю (“Старий Ельбеф, тканини і фланелі. – Бодю, приємник Ошкорна”). Не викликає сумніву, що в цьому випадку письменницькою метою було створення художнього контрасту.

Щодо етимології назви цього магазину, то Ельбеф – це місто на півночі Франції, у якому масово виробляли сукно та інші бавовняні тканини (4), які і були представлені в магазині дядька Денізи. Епітет “старий”, на нашу думку, дуже доречний, адже таким чином Золя показав, що прийшла ера нового комерційного світу. Він змінюється, і популярними тепер стають магазини новинок (такі як “Дамське щастя”), гіганти, які і поглинають “старі” магазини, адже хто володіє комерцією – той володіє і світом.

Якщо ж ми продовжимо говорити про публічні місця, які стають місцем дозвілля та спілкування урбанізовано зміненої спільноти, то і їх ми можемо знайти у величезному “Дамському щасті”. Власник магазину (Октав Муре) ніби не давав можливості своїм покупцям знаходитися деінде, окрім його магазину, заманюючи новими та новими цікавостями (буфет, галерея).

Узагальнюючи, можемо сказати, що урбаністичний простір відіграє важливу роль в романі Е. Золя “Дамське щастя”. Використовуючи точні географічні деталі, автор дає змогу перенестися в місце опису, зрозуміти кожен відстань, а також краще відчувати на собі всі емоції, пережиті головними героями. У творі яскраво помітно, що кожна чітко підібрана географічна деталь “несе в собі відбиток вкрай специфічної психологічної реальності” (1).

ЛІТЕРАТУРА

- Башляр, Г. (2004). *Избранное. Поэтика пространства*. Москва: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН) – с.184-188
- Герман, М. (2017). *Импрессионизм. Основоположники и последователи*. Санкт-Петербург: Азбука, Азбука-Аттикус.
- Мильчина, В. А. (2016). *Имена парижских улиц. Путеводитель по названиям*. Москва: Новое литературное обозрение. – 320 с.

Брокгауз, Ф. А. и Ефрон, И. А. (1890 – 1907). *Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона*. Санкт-Петербург: издательское общество Ф. А. Брокгауз – И. А. Ефрон. – с.668.

КАРТИНА І ФОТОГРАФІЯ ЯК ВІЗУАЛЬНІ ОБРАЗИ В РОМАНІ А. ПЕРЕСА-РЕВЕРТЕ “БАТАЛІСТ”

Ланкіна Л. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Візуальний образ є одним з найпоширеніших способів відображення дійсності від часів появи літератури. Синтез вербальних та візуальних елементів спричиняє зміни в сприйнятті художнього образу як такого. Саме тому актуальним для розкриття теми візуальності в літературному мистецтві буде висвітлення питань екфразису та візуальних образів картини та фотографії в романі А. Переса-Реверте “Баталіст”.

Важливим буде зазначити, що в романі “Баталіст” наявні два способи реалізації візуальності: живопис та мистецтво фотографії. Незважаючи на той факт, що обидва види мистецтва впливають на нас через зорове відчуття, картина та фотографія протиставляються одна одній. Головний герой роману, колишній фотограф Андрес Фольк, здобув світові славу та визнання завдяки фотознімкам, які були зроблені у різних гарячих точках по всьому світу. В романі відмічається, що Андрес вже не займається фотомистецтвом. Жанр воєнної фотографії безумовно залишив відбиток на свідомості фотографа і також змінив його погляди на мистецтво, оскільки Андрес Фольк завершив кар’єру військового фоторепортера та надав перевагу батальному живопису.

Екфразис – це літературний прийом, який полягає в описі витвору мистецтва у тексті. “Екфрастичні дослідження орієнтовані на практичне й обґрунтоване розкриття закономірностей примноження художності за рахунок взаємодії мистецтв, при чому література також може породжувати певні мистецькі форми” (Бовсунівська Т. В., 2013, с. 7). З перших сторінок роману «Баталіст» читач має змогу ознайомитись з фрескою Андреса Фолька: “Він уважно роздивлявся фреску і тріщини, які утворились на ній. (...) Безкрайній тривожний пейзаж, без імені та часу; на його фоні був напівзасипаний піском щит, заплямований кров’ю середньовічний шлем, гвинтівка над дерев’яними хрестами, обнесене стіною давнє місто, сучасні вежі зі скла та бетону були скоріш за все мимовільними сусідами, аніж символами часу” (Перес-Реверте А., 2006). Наведений уривок з роману містить в собі елемент екфразису, оскільки є настільки детальним описом фрески художника-баталіста, що завдяки засобам словесної образності читач здатен уявити, майже побачити на власні очі, картину Фолька. Екфразис картини складається з елементів, протилежних один до одного за часовими рамками (“заплямований кров’ю середньовічний шлем, гвинтівка над дерев’яними хрестами, обнесене стіною давнє місто, сучасні вежі зі скла та бетону...”, що створює конфлікт між Середньовіччям та сучасністю, які завдяки магії живопису поєднані в одному

витворі мистецтва, хоча автор зазначає, що вони “... були скоріш за все мимовільними сусідами, аніж символами часу”).

Фреска Андреса Фолька є особливим витвором мистецтва. Зображені на ній люди, що запекло боряться за власне життя, їхні обличчя, скривлені від люті та жаху пролитої крові: абсолютно усі елементи портретного живопису, що використані для створення фрески, існували раніше. Кожен з героїв картини вже знайшов своє відображення на негативах фотознімків, які були зроблені Фольком-фоторепортером, тим Фольком, якого на момент розповіді вже не існує. Фреска є підсумком досвіду який Андрес отримав, перебуваючи на гарячих точках військових конфліктів, і водночас є символом створення нової особистості, а саме Андреса Фолька-художника, який чітко виокремлює фотографію від живопису: ““Все це [фотографія] повна протилежність мистецтву. Гармонія ліній та форм переслідує єдину мету – натиснути на невидимі пружини...” – роздумував Фольк. Мистецтво перетворювалось на холодну, розважливу формулу. Безпристрасний інструмент для спостереження за життям” (Перес-Реверте А., 2006).

Загальноприйнятою вважається думка, що фотознімок професійного фотографа перевершує намальовану художником картину: “Мистецтво фотографії пододало шквал критики та сформувало на шляху свого розвитку власну художню мову (...) Фотографічне мистецтво має перевагу над живописом” (Лопатина А. А., 2013, с. 1). Однак, живопис у романі А. Реверте-Переса володіє більшою силою, аніж фотографія та інші види мистецтва: “– Отже, я також зображений на Вашій фресці? – неочікувано спитав Маркович. Його голос звучав схвильовано. Щиро. У глибині душі Фольк посміхнувся: – Не лише Ви, проте і я сам... Усі ми тепер там” (Перес-Реверте А., 2006).

Конкуренція живопису з фотографією є одним з вічних питань мистецтва, яке й досі залишається відкритим. “Жорстока фотографія не заохочується сьогодні. Відвертий жах є соціально некоректним (...) Фотографія перестала бути свідком, який допомагає людині зрозуміти дійсність, що його оточує” (Перес-Реверте А., 2006).

У реальному, матеріальному світі види мистецтва ніколи не існують окремо. Роман “Баталіст” переконує, що картина, фотографія та текст співіснують разом та доповнюють один одного. Як висновок, живопис “перемагає” фотографію та утворює симбіоз з літературою. Обидва види мистецтва є, по-перше, творчо безмежними на відміну від фотографії, а по-друге, повністю є продуктами уяви, в той час як фото мистецтво претендує на правдивість, на те, щоб бути доказом та свідченням певної події.

Написання фрески завершується разом з романом: “... він обернувся і подивився, як його сліди на прибережному камінні зникають, висихаючи під вранішнім сонцем, ніби мазки на завершеній картині” (Перес-Реверте А., 2006). Можливо, усе наше життя і є намальована кимось фреска?

ЛІТЕРАТУРА

Бовсунівська Т. В. (2013). Екфразис & інтермедіальність / Т. В. Бовсунівська // Літературознавчі студії. Вип. 39(1). С. 109-115. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Lits_2013_39\(1\)_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Lits_2013_39(1)_17).

Лопатина А. А. (2013). Фотография как способ запечатления реальности. *Jazyk a kultúra*. Вип. číslo 14/2013. С. 1-3. Режим доступу: http://www.ff.unipo.sk/jak/14_2013/lopatina.pdf.

Перес-Реверте А. (2006). Баталист. М.: Эскмо. 367 с. - ISBN 5-699-20046-0. Режим доступу: <https://www.livelib.ru/book/132993/readpart-batalist-arturo-peresreverte>

МІФОПОЕТИКА РОМАНУ ХУАНА ЕСЛАВИ ГАЛАНА “В ПОШУКАХ ЄДИНОРОГА”

Лебедєва М.

Київський національний лінгвістичний університет

Стаття присвячена міфопоетиці роману “В пошуках єдинорога”, але знайомлячись з книгою, неодмінно звертаєш увагу на деталізацію Середньовіччя та реалістичність сприйняття світу тогочасною людиною, помічаєш її недалекоглядність, благородність, вірність службі та званню, віру в Бога та пошуки Його волі в усьому, навіть у негараздах, вбачаючи в них своє покарання за гріхи. Таким чином помітно, що роман написаний істориком, який відчуває дух тієї епохи, відтворює її не лише за допомогою предметного опису, але й “менталітетом”, що відповідає рівню знань, можливого в ту пору.

Так наприклад, більшість арбалетників не знає факту, що Земля подібна до кулі й довіряє це питання лише досвідченості монаха фрая Жорді. Або європейці, які тоді ще не дослідили досі Африку, не мають уяви про фауну та флору цього континенту, тому ми розуміємо про якого звіря йде річ лише за описом, а не за назвою, що вживається.

Аспект історичності пом’якшує відчуття міфічності та фантастичності подій. Назва роману та його початок, де описується місія, що покладена на Хуана де Оліда, доводять це. Проте протягом подальшого читання приходиться усвідомлення, що це не вимисел, а світогляд тогочасної людини, якій притаманна міфологізація невідомого та приписування магічних властивостей малознайому створінню, що не мешкає на території Європи, зокрема в Іспанії.

Звичайно для передачі таких уявлень, автор роману черпнув відомостей у міфах та легендах. Розглянемо кілька можливих джерел, де є постать єдинорога та опис його магічних властивостей.

“Єдиноріг – міфічна загадкова істота з довгим гострим рогом на лобі, з яким у стародавні часи пов’язувалася згідно забобонній уяві людей думка про надприродні силу і мудрість. Зазвичай це білий кінь з передніми ногами антилопи, цапиною бородою та довгим гвинтоподібним рогом, що стирчить на лобі. Єдиноріг наділявся безжальним і лютим норовом та надзвичайною силою, був здатний своїм рогом підняти слона, але разом з тим розглядався як символ чистоти та цнотливості (Энрике IV не бессилён. 2014)” – так це фантастичне створіння змальовувалось в європейській міфології. Також, згідно середньовічним повір’ям, єдинорога можна приманити цнотливою дівчиною,

обов'язково християнкою, що для тогочасних європейців парадоксально посилювало впевненість у правильності своєї віри.

Хуан Еслава Галан, описуючи носорога, якого тоді сприйняли як єдинорога, зробив його більш подібним до китайського прототипу, що мав назву Кілін. “Це головна з істот, що живе на суші. Тулуб у нього оленя, хвіст бичачий, копита кінські, на лобі зростає м'який короткий ріг (Енріке IV не бессилен. 2014)”.

Опис Кіліна набагато ближче відповідає дійсності, ніж той, що змальований в європейській міфології. Але не можна стверджувати про вплив китайської міфології через те, що для обох культур був взятий носоріг для опису того ж самого небаченого звіря.

Звертаючись до історії розвитку фауни на території Європи, можна побачити, що в євразійських степах у льодовиковий період дійсно існував вид носорога, який мав бичачий хвіст, товсту і волохату шкіру, тобто був прообразом для вище згаданих міфів. “Цей носоріг, якого зараз називають Еласмотерій, був подібним до коня з довгим рогом на лобі. Його зображення можна знайти в наскальному живописі. Можливо, саме ці зображення породили уявлення про існування такого створіння ще до реальної зустрічі середньовічних європейців з носорогом (Легенди народів мира. 2008). Ця версія гармонійно вписується у витоки уявлення про чарівного звіря – єдинорога.

Слід також відзначити віру в магичні властивості еліксиру з рогу єдинорога, яка теж була причиною пошуків цього звіря. Символіка крученого рога була багатозначною, зокрема його називали “лобовим фалосом”, або “психічним фалосом”, так би мовити надсексуальним атрибутом, який виходить прямо з мозку звіря для духовного запліднення. Також йому приписувалась властивість подовжувати молодість та зміцнювати потенцію. З ним пов'язана тема родючості та духовного запліднення, за своїм значенням він ідентичний божественному світлу, яке пронизує дух людини (Легенди народів мира. 2008).

Дійсно король Іспанії Енріке IV був відомий історії як Безсильний через проблеми з потенцією та схильністю до гомосексуалізму (Еслава Г. Х., 2011, 320 с.). І в романі ми маємо натяки на його жіночність: надмірність в парфумах та сумнівні стосунки з чоловіками, про що Хуан де Олід дізнається вже під час подорожі. Тим не менш справжня ціль приховується та оголошується, як господня місія для вірного васала, зброєносця конетабля Кастильського.

Проте сумний перебіг подій обертає в прах всі надії та сподівання вірних християн, призводить до гибелі численних молодих та хоробрих рицарів, злочасної долі жінок, що брали участь у поході. Автор ніби змальовує той злам середньовічного світу, коли потреба в рицарях та хрестоносцях анулювалася, і багато ідальго, подібно Дон Кіхоту, даремно шукали пригод та слави у Новому Світі.

ЛІТЕРАТУРА

Fischer L. P., Cossu Ferra Fischer V. La licorne et la corne de licorne chez les apothicaires et les médecins / Histoire des sciences médicales [Електронний ресурс] Vol. 45. № 3. P. 265–274. – Режим доступу:

[/http://onlinemedicaljournals.blogspot.com/2014/03/histoire-des-sciences-medicales.html](http://onlinemedicaljournals.blogspot.com/2014/03/histoire-des-sciences-medicales.html).

Единорог: от мифов к реальности [Електронний ресурс] // Livejournal – Режим доступу до ресурсу: <https://senseisekai.livejournal.com/5571314.html>.

Легенда о Единороге [Електронний ресурс] / Легенды народов мира. – 2008. – Режим доступу: <http://www.onelegend.ru/unicorn.html>.

Энрике IV не бессилён [Електронний ресурс] / Форум альтернативной истории. – 2014. – Режим доступу: <http://fai.org.ru/forum/topic/35104-enrike-iv-ne-bessilen/>.

Эслава Г. Х. В поисках единорога / Хуан Эслава Галан. – Москва.: Астель, Corpus. – 2011. – 320 с.

ДИСКУРСИ ВЛАДИ В СУЧАСНИХ ТЕОРЕТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

Милорадович С.М.

Київський національний лінгвістичний університет

Поняття “дискурс” має багато визначень і є міждисциплінарним; воно позначає складний феномен, котрий у різних потрактуваннях проходить шлях від такого, що перебуває виключно в лінгвістичних межах, до такого, що включає в себе і перебуває в межах надмовних факторів: оціночних суджень, візуальних образів, ситуативного, соціокультурного контексту (Битко, 2015, с. 67-68).

Дискурс можна окреслити як “семіотичну систему, яка здатна одночасно як конструювати соціальний світ, так і бути їм зумовленою” – в такому ключі це поняття розглядали представники критичного дискурс-аналізу Т. А. ван Дейк та Н. Феркло (Битко, 2015, с. 67). Дискурс у цьому значенні постає чимось, що виходить за суто мовні рамки і містить у собі потужний політичний потенціал. Намагання віднайти у дискурсах та їх сукупності те, що цей потенціал використовує – соціальне, політичне – об’єднує певну кількість суспільних та гуманітарних наук, що зумовлює міждисциплінарність підходів до дослідження владних дискурсів (Битко, 2015, с. 67).

Ключовими для існуючих підходів або методів вивчення та аналізу дискурсів з огляду на їх політичну природу є праці французького філософа М. Фуко, котрий ґрунтовно розглянув дискурси як засоби вираження та конструювання владних відносин (Битко, 2015, с. 67). Його дослідження разом з ідеями Ж. Дерріда стали основою окремого підходу, котрий в україномовних дослідженнях фігурує як “дискурс-аналіз М. Фуко” (Foucauldian discourse analysis).

До цих підходів можна віднести й деконструкцію Ж. Дерріда, зокрема, через його критику авторитету та ідентичності, що, в свою чергу, уможлиблює критику політичних дискурсів та інституцій (Newman, 2001).

До інших основних підходів, що розглядають взаємодію мови та влади належать концепції Е. Лакло та Ш. Муффа, а також Т. А. ван Дейка (Битко, 2015, с. 66).

Концепція дискурсу Е. Лакло та Ш. Муфф базується на тому, що усі практики є дискурсивними і спрямованими на підтримку вже існуючих дискурсів. У їхніх межах існують ключові терміни або знаки, вузли, надаючи конкретне значення яким, дискурс формує соціальну картину світу (Битко, 2015, с. 68).

Концепція Т. А. ван Дейка має за основне поняття “модель ситуації”, котре він розуміє як «особистісні знання носіїв мови, що акумулюють їхній попередній індивідуальний досвід, установки і наміри, почуття і емоції» (Битко, 2015, с. 67). Також, у критичному дискурс-аналізі Т. А. ван Дейк та Н. Феркло, як і в концепції М. Фуко, дискурс, крім сукупності письмових текстів і розмовної усної мови, включає ще й візуальні образи. Таким чином, у дослідженні дискурсу враховуються особливості візуальної семіотики, взаємозв'язку мови і образу (Битко, 2015, с. 69).

У сучасних дослідженнях проблематичним є саме поняття методу та підходу. Ті з перерахованих підходів до аналізу владних дискурсів, що найменше пов'язані із лінгвістичними шуканнями і базуються на постструктуралістських концепціях, а саме деконструкція Ж. Дерріда та аналіз дискурсу на основі ідей М. Фуко мають певну особливість: вони, як пише Л. Грем (2005), посилаючись на Гарвуда, є критикою самої науки та правди. Відповідно, для того, щоб відповідати своїм засадам, ці методи не можуть в свою чергу утверджувати свої моделі як “правильні”, коли їх позиціонують як методи. Водночас, уникання дослідником чіткої позиції може розглядатись як непевність. Л. Грем (2005) пропонує в даному випадку вдаватись до того, що вона називає “методологічною анархією”: не *наслідувати* певну модель, приймаючи її за догму, а натомість *звертатися* до думок інших, підкріплюючи ними свої, вдаватись до діалогу, не диктуючи модель для наслідування іншим.

ЛІТЕРАТУРА

- Graham, L. J. (2005). *Discourse Analysis and the Critical Use of Foucault*. Sydney: QUT. Взято з http://www.forschungsnetzwerk.at/downloadpub/2689_2005.pdf
- Newman, S. (2001). *Derrida's Deconstruction of Authority*. Sydney: MU. Взято з <https://theanarchistlibrary.org/library/saul-newman-derrida-s-deconstruction-of-authority>
- Битко, А. (2015). Теоретичні засади соціологічного дослідження політичного дискурсу. Запоріжжя: ЗНУ, с. 66-69. Взято з <http://www.sau.kiev.ua/docs/magazine/USM2015.pdf#page=66>

ОБРАЗ ЛУСКУНЧИКА У ТВОРІ "ЛУСКУНЧИК ТА МИШАЧИЙ КОРОЛЬ" Е. Т. А. ГОФМАНА

Мороз С. В.

Київський національний лінгвістичний університет

"Лускунчик" – декоративний інструмент для розколювання горіхів. Це людиноподібна фігурка, зроблена з дерева, що лущить горіх "ротом". Часто

його роблять із ялини та буку, а в декоруванні використовують такі матеріали, як хутро, шкіра, текстиль та яскраві фарби. Сьогодні лускунчик є невід'ємним елементом Різдва (2). Велику літературну славу лускунчик здобув у 1816 році після написання Е. Т. Ф. Гофманом різдвяної казки "Лускунчик та Мишачий король", де він є центральним образом. Спочатку персонаж постає у вигляді забавної та, разом із тим, бридкої іграшки з неправильними пропорціями тіла. Неприваблива дерев'яна оболонка, яка, насправді, приховувала зачарованого племінника пана Дроссельмайера, все ж не змогла перешкодити чуттєвій Марі розгледіти добрі очі й ласкаву посмішку дивної іграшки (1).

Таку незвичайну фігурку подарував Марі на Різдво її хрещений батько Дросельмайер. Серед усіх подарунків, дівчинка з першого погляду вподобала саме цього потворного чоловіка-гусара *"зі здоровенним довжелезним тулубом на тоненьких ніжках"* (1). Цікаво, що решті іграшок Марі та Фріца (а їх була значна кількість), автор майже не приділяє уваги. У своєрідній війні, що веде дівчинка на захист непоказної іграшки, малого потворного Лускунчика, такими нікчемними та незначними виявляються саме дорогі ляльки, загони блискучих гренадерів, та механічні чоловічки, зроблені хрещеним.

Лускунчик, незважаючи на свою огидну зовнішність, мав досить приємний вигляд, адже посмішка не сходила з його обличчя з першої хвилини знайомства з Марі. У ясно-зелених очах віддзеркалювалося добро та привітність. Біла ватяна борода використовується письменником як символ світлої, радісної натури персонажа. Починаючи з портрета Лускунчика та інтересу саме до цієї дивної, непростой іграшки, автор передає читачеві-дитині конкретні ціннісно-сміслові орієнтації (5). У першу чергу, ця "променисто-святкова казка" (4) створена Гофманом як життєствердний гімн ласкавим і добрим людям (3). Ціннісні мотиви світла, добра, любові найповніше втілюються в образі Лускунчика, його зовнішності, діях, характері, стосунках із іншими.

Автор надає героєві найважливіших рис, що повинна мати людина, але побачити їх можуть не всі; тільки Марі вдається це зробити і, отже, дати шанс молодому чоловікові на втілення практично недосяжної мрії. Фріц, наприклад, сприймав Лускунчика бридким та бездарним, адже той не зміг розтрити його горіх. Він вважав смішними і незрозумілими переживання сестри та її прихильність до Лускунчика, який є зовсім нецікавим (1). Уже в зовнішній непривабливості, яка так сильно заважає людям у будь-якому суспільстві досягати своїх мрій, та цілій низці інших серйозних перешкод на шляху Лускунчика, автор втілює свою ідею віри в найнедосяжнішу мрію. Яскрава казкова фігура виразно показує, що навіть неможливе може стати можливим, а мрії можуть здійснитися за найнесприятливіших, як здається, умов. Із цієї перспективи, Лускунчик сприймається як промінь надії для кожного, як мотивація до прагнення та старань, коли здоровий глузд і раціональне оцінювання підказує логічний висновок, що не має жодних шансів на перемогу чи успіх. Важко переоцінити значення такого впливу на людину, адже мотивація, прагнення, запал – це те, що рухає кожним із нас, а без віри й надії вони неможливі.

Треба відзначити, що образ Лускунчика все ж є неоднозначним, що робить його ще більш складним, багатогранним, а, відтак, цікавим для читача, змушує думати та осягати нові й нові шари сенсу й для власного життя. Саме ім'я персонажа має подвійну семантику (5). Пригадаємо, що це не тільки іграшка, але й корисний інструмент, який виконує конкретну функцію: розколювання горіхів. Розколювання, в свою чергу, містить у собі значення як руйнування, так і здобування, і одне, скоріше за все, неможливе без іншого. На прикладі горіха Кракатука, який можна вважати символом мудрості та вищого знання, очевидно, що без сили величезних гострих зубів, не здобудеш правди (5). Інакше кажучи, не зруйнувавши силою, не звільниш чогось цінного та важливого. Такі ціннісні орієнтації, що їх пропонує автор маленькому читачеві, пояснюють можливість негармонійних, часом огидних рис зовнішності, таких як страшних зубів, певною світлою метою та смислом.

Багатозначність та складність образу розкривається і в його діях, цікавій долі та численних таємницях, які дозовано розкриваються автором. На початку першої битви з мишачим королем, Лускунчик виглядає досить безпорадним, коли стрибає з шухляди в обійми мамзель Кларуні. Водночас із цим, вона зве його володарем, адже той стоїть на чолі величезної армії (1). Неможливо не відзначити й хоробрість та кмітливість героя, яку він проявляє в боротьбі з мишами, керуючи своїми солдатами, даючи їм мудрі поради й спритно вбиваючи ворогів.

Із казки Дроссельмаєра про твердий горіх, Лускунчик постає в зовсім інакшому образі. По-перше, він, виявляється, є племінником хрещеного – милим, чепурним юнаком, до того ж неймовірної вроди. По-друге, персонаж виступає героєм, який рятує королівну Пірліпат. Він унікальний, бо єдиний у світі ніколи не голився, не носив чобіт і, водночас із цим, неперевершено лущить горіхи. Під кінець подорожі Лускунчик, колись іграшка Марі, перетворився на "найяснішого королевича", брата вельможних дам, володаря Лялькового царства (1).

Усі перипетії підводять до висновків, сповнених віри в силу людського добра та щирих емоцій і почуттів, які вочевидь важливіші за зовнішню оболонку. Із усього вищеперерахованого, можемо підсумувати: для оточення Лускунчик – дерев'яна потворна іграшка, для Марі, яка не зважала на зовнішність, яка почула героя, він розкривається в багатьох образах. Це кумедна гарно одягнена іграшка з добродушними очима, яка відразу припала дівчинці до душі. У війні – відважний солдат. Колись – племінник Дроссельмаєра, насправді вродливий юнак, герой. Тепер – переможець і королевич дивовижної країни. Проте найважливішим є те, що іграшка "лускунчик" – це хоробра, великодушна та благородна людина.

ЛІТЕРАТУРА

Гофман Е. Т. А. (2003). Казки. Київ. – 140 с.

Лускунчик. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki> (дата звернення: 18.03.2018).

- Міхеєнко В. (2003). *Учимося бути щасливими. Система уроків із позакласного читання у 5 класі. Краса справжня й удавана у казці Е.Т.А. Гофмана «Лускунчик» // "Зарубіжна література". № 48. – с. 6–7.*
- Шлапоберская С. (1983). *Сказка и жизнь у Э.Т.А. Гофмана // Гофман Э.Т.А. Новеллы. Москва: Худ. лит. – с. 4–32.*
- Ціннісні орієнтири дитячої свідомості в повісті Е. Т. А. Гофмана "Лускунчик і Мишачий Король". Актуальні проблеми іноземної філології. URL: <http://www.book.net/index.php?p=achapter&bid=5623&chapter=1> (дата звернення: 18.03.2018).

ПРОДУКУВАННЯ ОБРАЗІВ В МАСОВІЙ ЛІТЕРАТУРІ: КОМІКСИ ПРО АСТЕРІКСА

Науменко М.В.

Київський національний лінгвістичний університет

З давніх часів мистецтво поділялося на “високе” і “низьке”. Ці дві гілки літератури не перетиналися аж до кінця 19 ст., коли відбулося злиття цих літератур в одне ціле, яке потім отримало назву “масова література”.

Масова література розрахована на читача, який невибагливо до неї ставиться, який хоче відволіктися від реальності. У творах масової літератури герої діють у звичних соціальних ситуаціях, долаючи проблеми та труднощі, знайомі для більшості читачів. Така література має позитивний пафос, уникаючи при цьому неприхованої повчальності, проте ледь не з першої сторінки зрозуміло, що добро перемаже, а зло буде покарано.

З появою коміксів в Америці в 1892 році, почав закладатись фундамент цього різновиду розважальної літератури. Комікси представляли собою серію малюнків, які містили в собі гумористичний та розважальний сюжет, здебільшого для дітей чи малограмотних людей.

Популяризація коміксів відбувалася поступово. Спочатку вони малювалися, щоб надати розумового відпочинку від важкого робочого дня. Але згодом стало зрозуміло, що комікси можна застосовувати в інших сферах людського життя.

Інтерес до коміксів не пропадає вже два століття. Ні поява мультиплікації, ні телепередач не витісняють їх з ринка масмедіа. Комікс можна вважати попередником мультиплікаційного (анімаційного) кіно, де використано метод послідовної зйомки намальованих рухів об'єкта. Характерною рисою коміксу є те, що слова персонажів вміщені в поле картинки (часто у виді фраз, або реплік “в колі”).

Комікс досяг своєї популярності у Франції через те, що мальовані історії для дітей виявили свої можливості зацікавити підлітків, а пізніше й дорослих зверненням до цікавих для них тем. В результаті, з появою журналу “Pilote” читачі познайомились з новими суто французькими персонажами: Barbe-Rouge, Blueberry, Iznogoud та Astérix. Комікси про Астерікса створювалися Госінні та Удерзо, які вже раніше мали вдалий досвід в цій справі. В 1961 році була

опублікована перша збірка з заголовком “*Asterix the Gaul*” (René Goscinny, 1961). В них розповідається про пригоди жителів селища галлів, які чинять супротив римській окупації. В них розповідається про пригоди жителів селища галлів, які чинять супротив римській окупації. Вони використовують чарівне зілля для протистояння, приготоване друїдом Панораміксом, яке дає надлюдську силу. Саме завдяки цьому маленьке селище досі не приклонилося перед Цезарем. Головного героя, який є невеликого зросту, на всі випробування супроводжує його друг Обелікс, якому не потрібно зілля, адже він упав в дитинстві в казан, і назавжди залишився сильним. Вони подорожують по всьому стародавньому світу, розказуючи різні історії, цікаві відкриття і тим просто розважають публіку. Астерікс згодом перетворився в своєрідний символ Франції, адже деякі його жарти можна було зрозуміти лише тоді, коли розумієш менталітет французького народу, риси його характеру та мову жестів.

Комікси про Астерікса швидко набрали великої популярності, спочатку їх почали друкувати, переклавши репліки понад 100 іншими мовами світу, а згодом зняли 8 мультфільмів і 4 повнометражні фільми за мотивами найвідоміших сюжетів з них.

Комікс поєднав в собі вербальні та іконічні знаки, забезпечуючи цим простоту сприймання, зв'язок між сюжетами та знайомі персонажі надають можливості впізнавати відомі історії, але традиційна композиційна напруга завжди викликає різні емоції. Хронотоп комікса виявляє чітку сегментованість і тим трохи схожий на хронотоп кіно. Тут простір і час розділені на кадри, кожен епізод відносно ізольований і цілісний, але при цьому пов'язаний з попереднім і наступним епізодами. Фактично час в коміксі можна прирівняти до простору. В коміксі драматична оповідь домінує, тому можна сказати, що дія відбувається зараз (Didier Pasamonik, 2012). Також варто зазначити важливість кольору і лінії в коміксі, адже вони можуть ставати засобами для створення візуальної метафори. Всі лінії несуть в собі емоційні відчуття, які потім доповнюються кольором. Колір допомагає краще відчуті фізичну форму об'єктів. Як вважає У. Еко (“Дослідження з семіотики текстів”, 2004) “комікси приваблюють людей тому, що викликають відчуття відпочинку, сприяють розслабленню після важкого дня”.

Комікси – це унікальний феномен мистецтва. Не дивлячись на велику конкуренцію з боку інших видів масової культури, які існують поряд з ними, вони залишаються в колі найулюбленішого виду масової літератури сьогодення.

ЛІТЕРАТУРА

Еко У. 2004 Роль читача : Дослідження з семіотики текстів; [пер. з англ. М. Гірняк]. – Львів : Літопис. 384 с.

Didier Pasamonik (2012, mars). Une étude sur la BD dans La Pratique culturelle des Français. Reçu de <http://www.actuabd.com/Une-etude-sur-lq-BD-dans-La>
René Goscinny 1961. Asterix the Gaul. Bande dessinée

СУЧАСНИЙ ФРАНЦУЗЬКИЙ ТЕАТР: П'ЄСА “РОБЕРТО ЗУККО” Б.-М. КОЛЬТЕСА

Нікітенко І.В.

Київський національний лінгвістичний університет

У цій статті ми розглянемо феномен сучасного французького театру на основі творчості Б.-М. Кольтеса – одного з найпопулярніших драматургів у сучасній Франції. Становлення сучасного французького театру стало складним і переломним етапом в історії французької драматургії. Модернізований французький театр є відносним новаторством, тому дослідження, які вже були проведені, не є повністю вичерпними. Вивчення сучасної французької драматургії є безмежним полем для нових відкриттів та експериментаторських пошуків. У цій роботі ми будемо аналізувати особливості оновлення французького театру на прикладі твору “Роберто Зукко” Б.-М. Кольтеса.

У другій половині ХХ століття європейська драматургія пережила важкий кризовий період. “Театр абсурду” втратив свою популярність, французька драма була невизначеною і, зрештою, знайшла своє відображення в повсякденності. “Театр буденності”, “театр голосів”, “театр слова” ставали все більш актуальними. Фундаментом нової драми стало скасування всіх принципів аристотелівського театру.

Дотримання правил поєднання часу та простору видавалося все більш складним, лінійність сюжету стала неактуальною. За Роботягою (2015), у результаті бурхливих експериментів ХХ ст. драма зазнала звільнення від канонів, яке вже встигли пережити в літературі роман і поезія, а також інші форми західноєвропейського мистецтва. Б.-М. Кольтес належить до покоління драматургів, становлення яких відбувається у цей проміжок часу. Тексти цього французького автора реалізувались чи не у найбільшій кількості світових театральних постановок. Вони є зразком висвітлення сучасною драмою актуальної проблематики водночас у соціальному та метафізичному аспектах.

Сучасний французький театр отримав нові ознаки. Перш за все слід зазначити про феномен зникнення катарсису. Жоден персонаж не отримує моральних оцінок, що відповідає не тільки принципам актуального мистецтва, а й сучасному світогляду. Звернемося до твору Кольтеса “Роберто Зукко”. Ми бачимо безжального серійного вбивцю, який є цілком негативним персонажем. Проте, як і в кожному драматичному творі, автор не висловлює жодних суджень з приводу цього персонажу, що дозволяє читачу самому вирішувати, як ставитися до головного героя. У творі висвітлені дві сторони життя Роберто. На одній чаші терезів важким тягарем висять його незчислені злочини, на іншій ми бачимо ширі роздуми героя, якому важко жити в жорстокому світі, який волів би не бути людиною. Роберто волів би народитися собакою, щоб не бути таким бездоляним, він хотів би бути колупайлом смітників, щоб ніхто його не помічав (Кольтес, 2003).

Іншою характерною рисою сучасної французької драматургії є той факт, що більшість вистав має “відкриті фінали”, коли реципієнтові пропонують самому

додумати закінчення. Так і доля Роберто не є відомою читачу. В кінці твору він падає, проте, його подальша доля залишається таємницею. Слід звернути увагу на оновлення мови в творах. Вона є радикально новою, в ній немає місця гекзаметру, ямбу та хорею, тепер тут використовується винятково розмовний стиль, жаргонізми, ідіолекти. У творі “Роберто Зукко” ми бачимо цілком розмовну мову, забарвлену повсякденністю, з незліченою кількістю жаргонізмів та стилістичних фігур. Слід зазначити, що персонажі, колізії та сюжети не є вигаданими, їх беруть із повсякденного життя, в чому особливо значиму роль відіграють журналістика та телебачення. Так і історія серійного вбивці Роберто не є вигадкою. Твір розказує історію італійського серійного вбивці, який жив у другій половині ХХ століття. Беззаперечно скасовано поняття сюжетної лінії, цілість драматичної дії розпадається на численні епізоди, в яких задіяні персонажі. У творі “Роберто Зукко” ми можемо спостерігати уривки тих чи інших подій, відірвані від сюжету роздуми, монологи героїв.

Остання третина ХХ ст. – це період напруженої суперечки між драматичним текстом і сценічною постановкою за першість у театральному мистецтві. Експериментування з поетикальними формами у театрі авангарду стало точкою неповернення до традиційної моделі відносин режисер/драматург (Роботяга, 2015). Феномен Б.-М. Кольтеса став поворотним моментом у цій суперечці, заново закріпивши за текстом статус визначального чинника новітнього французького театру. П’єса “Роберто Зукко” була представлена на сцені більше двадцяти разів у різні періоди часу, що підтверджує її популярність, актуальність і невичерпність трактувань в різних постановках. Сучасна драма розкриває неправильність світу, який наповнений катастрофами. Сучасне суспільство у французькій драмі найчастіше представлене як інформаційне суспільство, людина існує у стані тотального перенасичення даними про довколишнє життя. У творі Кольтеса “театр голосів”, концентрується на монологах, на внутрішньому мовленні персонажів, які понад усе хочуть виговоритися.

Отже, були проаналізовані особливості сучасного французького театру на прикладі твору Б.-М. Кольтеса “Роберто Зукко”. Важливим є зазначити, що театр завжди був найбільш провокативним мистецьким жанром, адже він безпосередньо впливає на людину, штовхає її до роздумів про сьогоденні реалії. Саме тому вивчення сучасного французького театру на основі творів сучасних французьких драматургів, таких як Кольєс, є завжди актуальними. Сучасна драматургія є невичерпним джерелом дослідження реалій повсякденного життя, образу людини в світі. Сучасний театр задає вектор роздумів для людини в сьогоденні, змушує задуматись над катастрофами повсякденності, формує незалежність сучасного читача.

ЛІТЕРАТУРА

- Кольтес, Б.-М. (2003). *Роберто Зукко* / з фр. Пер. А. Перепадя. Київ: Юніверс.
- Роботяга, Г. (2015). *Поетика подій у французькій драматургії 80-90 років ХХ ст.* Київ: Київський національний лінгвістичний університет.
- Sarrazas, J.-P. (1999). *L’Avenir du drame*. Paris: Circé.

ПОЕТИКА СОЦРЕАЛІЗМУ В КОМЕДІЇ О. КОРНІЙЧУКА “КАЛИНОВИЙ ГАЙ”

Приступа М. Л.

Київський національний лінгвістичний університет

У радянські часи панівним літературним методом став соцреалізм, який усіляко культивувався комуністичним режимом. Література “нового часу” мала на меті збудити в людей любов до Комуністичної партії та створити ілюзію добробуту в країні. Сформувавшись як нова якість реалістичного методу моделювання дійсності, соціалістичний реалізм мав у своїй основі принцип правдивого, конкретно-історичного підходу до зображення явищ дійсності у їх революційному розвитку і поєднувався з великою художньо-емоційною силою (Кудін, 1961, с.13). Драматургія Олександра Корнійчука складає одну з найяскравіших сторінок літератури, що органічно вписалася у радянський літературний канон.

Протягом багатьох років О. Корнійчук був провідним українським радянським драматургом, ще за життя його проголосили класиком. Усі твори письменника пронизані класовою спрямованістю та комуністичною ідеологією. В історії радянської літератури він залишився взірцем ідейного більшовика – на те працювали його титули академіка АН СРСР, Героя Соціалістичної праці та п’ятиразового лауреата Сталінської премії.

Проаналізувавши основні образи та засоби їх творення у комедії драматурга “Калиновий гай”, виокремлюємо найприкметніші риси поетики соціалістичного реалізму.

Мистецтво, яке втілювало Комуністичну ідеологію, було покликаним, насамперед, зосереджуватися на перевагах радянського устрою, який найрельєфніше простежується у сфері буденного (не героїчного) життя громадян. Тож головним художнім об’єктом у комедії стала соціалістична реальність, втілена в образі типового українського села, змальованого переважно у двох сферах: побутовій (зростання добробуту людей, отримання квартир, належна нагорода за добросовісний труд) та людській, зосередженій на ідеологічному житті країни.

Тема праці постійно присутня в діалогах і монологів героїв, які усвідомлюють свої обов’язки перед державою, працюючи на її благо.

Цікавим з точки зору втілення комуністичної ідеології у комедії виступає сільський голова Романюк. Комічність персонажа виявляється у його нехитрих прагненнях до показовості та окомилування. Герой усіляко підкреслює своє шанобливе ставлення до керівної верхівки країни та шанує “велику державу”. На його піджаку виблискують три медалі, ордени Вітчизняної війни та “Знак пошани”. Останнім, зокрема, нагороджували за досягнення високої продуктивності праці, високих виробничих показників у промисловості, сільському господарстві, плідну державну й суспільну діяльність. Такі деталі красномовно натякають на те, що герой завжди сумлінно і віддано працював для держави.

Образ Романюка, що цілком закономірно для твору драматичного жанру, розкрито через діалоги та монологи, які дозволяють глибоко простежити мотивацію вчинків та риси його характеру: він занадто переймається собою і думками про себе партійного керівництва. Гордість героя виражають його слова, сказані на адресу Василяни: *“А ти чого без ордена? Непорядок. Уряд дав тобі орден, щоб він завжди на твоїх грудях сіяв. Непорядок”* (Корнійчук, 1989, с. 318). Разом із тим, вони підкреслюють і його прагнення вивищитись над своїм оточенням, бути прикладом для наслідування.

Найповнішої реалізації образ Романюка досягає у сценах із приїжджими до села письменником та художником. Іван Петрович наказує провести екскурсію для гостей: *“Мартине, як секретар сільради після сніданку покажеш йому наше село... Проведіть по головній вулиці, зверніть коло Мотрі Бабенкової праворуч...”* (Корнійчук, 1989, с. 323), але не водити їх місцями невіпорядкованими, аби вони не написали поганого про село. На заперечення Мартина: *“та й чого його звертати”*, – голова наполягає: *“Не треба прямо, слухай, що тобі говорять. Там же місток розвалений перед правлінням колгоспу. Та й саме правління дуже облупилось, треба його спішно побілити. Я дав команду, сьогодні побілять... На місток вдосвіта вийдуть люди, щоб видно було, як дбаємо про дороги...”* (Корнійчук, 1989, с. 323). У цьому зауваженні – весь герой, головною мотивацією поведінки якого є прагнення показувати речі кращими, аніж вони є насправді. Таким чином, створюється враження прикрашання, ідеалізації життя, невідповідність якого дійсному стану речей породжує комічний ефект твору.

Коли до села їдуть гості, Романюк акцентує, насамперед, – *“Лавріят сталінської премії”* (це про письменника). Знову ж таки зауважується на слові *премія*, адже одним із завдань у п'єсі О. Корнійчука було поставити за приклад нагороджених людей. Часто повторювані слова *Герой, Союз, Червона армія* засвідчують пропагування партійної ідеології, а головні герої п'єси декларують основні засади політики керівництва.

Слово *Герой*, таким чином, маркує основну цінність людини епохи соціалізму. В більшості випадків у тексті воно пишеться з великої літери. У радянську добу партійне керівництво неабияк цінувало людей, які були корисними державі та прислужували їй, тож повсякчасне нагадування про героїзм та звеличення цієї якості вказувало на почесність робити корисні справи для країни.

Отже, підсумовуючи все сказане вище, констатуємо, що комедія О. Корнійчука *“Калиновий гай”* написана в руслі класичних традицій літератури соціалістичного реалізму, яскравими доказами чого служать засоби творення образів та мовленнєве оформлення твору.

ЛІТЕРАТУРА

- Корнійчук, Олександр. (1989). *Драматичні твори*. Київ, Наукова думка.
Кудин, В'ячеслав. (1961). *Соціалістичний реалізм*. Київ, Наукова думка.
Соціалістичний реалізм – творчий метод радянської літератури (1975). Київ, Знання.

АРТУРІАНА В РЕЦЕПЦІ ТОМАСА МЕЛОРИ

Хланевська О. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Артурівський цикл, британський міф або артуріана – всі ці терміни позначають цикл легенд, перекази та художні переробки, які містять в собі історію Британських островів, ключовими фігурами яких є рицарі Круглого столу та король Артур.

Перша писемна згадка короля Артура була в вельській поемі “Гододдін”, що вважається шедевром ранньої кельтської літератури. Створена на південному сході Шотландії приблизно в 600-х роках, і хоча, в основному, описує саме королівство Гододдін (біля Единбургу), досить часто згадувалась і Північна Англія (Cessford С. (2013, Листопад 20). На жаль, достовірність даних легенд важко перевірити, оскільки через заборону друїдів записувати знання тепер важко сказати, де історичний факт, а де вигадка.

Через 200 років валлійський чернець Неній пише поему “Історія бритів”, в якій описує історію Британії від заселення острова і до епохи короля Артура, який зображений воєначальником, що стоїть вище королів. Вважається, що реально-історичний Артур був римлянином, або кельтом із римським вихованням, був вагомою фігурою в боротьбі бриттів проти саксів. Поява Артура сприяла виникненню та формуванню ідеалізованого образу національного героя.

Продовження артуріани проглядається в французьких лицарських романах Кретьєна де Труа і Роберта де Боррон. В дусі Кретьєна і Роберта створюються численні продовження, доповнення, переробки сюжетів, які в сукупності складають одну з основних літературних течій у французькій літературі XIII ст., а “Персеваль” – це перший прозовий роман французької літератури.

Середньовіччя було неоднозначним і досить політизованим. Вже тоді легенда про Артура перестає бути суто національним та набуває зонального європейського характеру. Особливо активно він функціонує в Англії та Франції. Відбувається процес інтернаціоналізації сюжету. Наприклад Гальфрід навмисно замовчує майбутнє повернення короля, оскільки сам шукає покровительства у нормандського вельможества, на відміну від чернця Лайамона, який в той же час згадує повернення Артура. Кретьєн де Труа взагалі не цікавиться ні долею Артура, ні його держави, будучи французом, він фокусується на сюжетних відгалуженнях, що пов’язані з Івейном, Ланселотом та інших. Одночасно з’являється роман Етьєна де Руєна “Draco Normannicus”, в якому автор відверто знущається з ідеї майбутнього повернення Артура. Ці факти дають нам зрозуміти, що вже тоді історія Артура є політизована, а сюжет трансформується відповідно до політичних поглядів.

Чимало популярних артурівських сюжетів у німецькій літературі, наприклад, у творчості Гартмана фон Ауе, Вольфрама фон Ешенбаха, Готфріда Страсбурзького, хоча сюжет про Ланселота не знайшов у Німеччині яскравого поетичного втілення. Італійська література приходиться до артуріани через

французьке посередництво, переосмисливши її через перекази про Карла Великого. Виникає своєрідний сюжет, в якому Круглому Столу короля Артура протиставлений більш ранній Круглий Стіл його батька Утера Пендрагона, де показано передусім діяння батька Трістана Меліадуса. Перший італійський артурівський роман – “Меліадус” (біля 1275) Рустичано да Піза, в якому вже наявне розділення на “Старий стіл” і “Новий стіл”.

Однак Артура по-справжньому центральною, ключовою фігурою почали вважати лише в 1485 році, коли Вільям Какстон вперше видав книгу Томаса Мелорі, яка називалась “Morte d’Arthur” (“Смерть Артура”). Ця книга являла собою збірку легенд про короля Артура та рицарів Круглого столу. Легенди були викладені прозою, джерелами слугували, передусім, французькі куртуазні лицарські романи (“Трістан” Люс де Гаске, “Мерлін” Роберта де Борроні, “Ланселот” і ін.).

Серед сучасної йому аристократії книга Мелорі набула дуже широкої популярності, ставши епохальною для того періоду.

Оскільки і сам Мелорі був лицарем по рангу, то тема була неймовірно актуальною, близькою для нього (Серенков Ю. (2009). В своїй книзі Томас намагається реабілітувати втрачену, на момент п’ятнадцятого століття, актуальність лицарських устоїв шляхом “артурівської” ідеології. В своїй роботі він “окультурював” норми та свідомість рицарів, (оскільки на той час насильство останніх було частою, нерідко необґрунтованою, практикою), беручи за взірєць ідеологічного короля та його двір. Таким чином, можна звернути увагу, як Мелорі намагається впливати на процес контролю за суспільним порядком: в його час це була серйозна проблема, а лицарі Артура мали, так би мовити, свою систему покарань: певну таблицю проступків та покарань. А отже і для сучасників Мелорі почала існувати своя класифікація злочинів.

Загалом Мелорі належать 8 книг: “Повість про короля Артура”, яка розповідає про походження Артура, “Повість про короля Артура та імператора Луція” (битва з римлянами). “Доблесна повість про сера Ланселота”, “Книга про сера Гарета Оркнійського”, “Книга про сера Трістана”, “Книга про сера Ланселота та королеву Гіневру” та “Смерть Артура”.

Ставши своєрідним ідеологічним метатекстом, набувши неймовірної популярності та визнання, проза Мелорі згодом буде переписуватись, інтерпретуватися та на нього посилатимуться інші автори.

ЛІТЕРАТУРА

- Cessford C. (2013, Листопад 20). *Northern England and the Gododdin Poem*. Взято з <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1179/007817297790175019>
- Серенков Ю. (2009). *Артуриана Мэлори как нормативная этическая модель рыцарской культуры*. Вестник ТГУ. Взято з: <https://cyberleninka.ru/article/v/arturiana-melori-kak-normativnaya-eticheskaya-model-rytsarskoj-kultury>

ІГРАШКИ МАРІ ТА ФРІЦА У ТВОРІ Е. Т. А. ГОФМАНА „ЛУСКУНЧИК І МИШАЧИЙ КОРОЛЬ”

Чабан А. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Дитинство є найважливішим періодом життя людини, саме в цей період людина формується як особистість. А одними з найважливіших чинників, які спряють уявленню дитини про її місце в суспільстві та поведінку в дорослому житті, є наслідування дорослих та ігри з іграшками. Останні два фактори тісно переплітаються між собою: „Зрозуміло, що все це передбачалось для молодшого віку. Але мимоволі задаєшся запитанням: чи було так завжди, чи колись всі перераховані тут іграшки належали світу дорослих? Деякі з них з’явилися завдяки дитячій потребі наслідувати дорослих, масштаб зменшувався до їхніх розмірів” (1, с. 77).

За даними дитячих психологів: „Іграшки виникли в історії людства як засіб підготовки дитини в сучасній їй системі суспільних відносин. Іграшка – предмет для забави та розваги, одночасно є засобом психічного розвитку дитини” (4, с.175). Саме тому в творі Е. Т. А. Гофмана: „Лускунчик і Мишачий король”, одразу можна помітити різницю між іграшками Марі та Фріца. Марі гралася ляльками, зокрема, Кларуньюю та Трутоньюю, які уособлювали в собі всі жіночі чесноти. Фріц – гусарами. На нашу думку, розподіл іграшок відбувається за гендерною ознакою. Якщо Марі іграшки повинні були підготувати до майбутньої ролі турботливої матері та дружини, то Фріца – до ролі розсудливого та справедливого воєначальника. Також у дітей було дві спільні іграшки: автоматичні іграшки хрещеного Дроссельмеєра та Лускунчик. Але навіть ставлення до деяких з цих спільних іграшок у брата і сестри кардинально відрізнялось.

До автоматичних іграшок діти поставились однаково, особливо ними не зацікавилися. Іграшки, які майстрував Дроссельмеєр, швидко набридали дітям, оскільки Марі та Фріц хотіли бути частиною гри, бачити певні деталі, а автоматичні іграшки не надавали такої можливості. Про це свідчить фраза Фріца: „Слухайте, дядечку Дроссельмеєре, якщо ваші вичепурені чоловічки в замку можуть робити тільки весь час те саме, то вони нічого не варті й мені нудно дивитися на них. Не те, що мої гусари, - ті не замкнені в домі, а можуть рухатися і вперед, і назад, куди я схочу” (2, с. 11). Автоматичні іграшки більш відтворювали реальний світ, але це відтворення позбавляло їх того поля для дій, а, отже, реалізації себе, яка притаманна звичайним іграшкам: „Почуття неприродності переривчастих і стрибкоподібних рухів виникає саме при погляді на заводну ляльку або маріонетку, в той час як нерухома лялька, чий рух ми собі уявляємо, такого почуття не викликає” (3, с. 368).

А до лускунчика ставлення дітей було абсолютно протилежним. Фріц сприймав його як солдата, дещо жорстко: „Нездара! – сказав Фріц. – Який із нього Лускунчик, коли він не має порядних зубів. Дай його сюди, Марі! Хай

лускає мені горіхи, поки не поламає всі зуби, навіть щелепи! Так йому й треба, ледащові!” (2, с. 14).

А ставлення Марі до Лускунчика поступово змінювалось. На відміну від Фріца, вона була більш поблажливою до Лускунчика, звертала увагу на його внутрішню красу. Якщо спочатку вона турбувалася про нього, як про маленьку дитину, лікувала та опікала його: „Марі познаходила зуби, що випали в Лускунчика, підв'язала йому щелепу гарненькою білою стрічкою, яку відчепила від своєї сукенки, і ще дбайливіше закутала його в носовичок”, „Так Марі тримала його на руках, заколисуючи, як малу дитину”. То згодом почала поводитись, неначе подруга. Вона показувала свою підтримку, дала свою стрічку, коли він перебував на полі бою: „Добрый, вірний лицар волів оздобити свою курточку простенькою стрічечкою Марі” (2, с. 24). А пізніше стала його нареченою і дружиною: „І Марі зразу ж стала нареченою Дроссельмеєра” (2, с. 82). Це свідчить про те, що діти поводитися навіть з однаковими іграшками різним чином, відповідно до своєї гендерної приналежності, так, як прийнято, як від них цього очікувало суспільство.

Іграшки, особливо, ляльки, були і залишаються засобом впливу на моральну сторону особистості дитини, саме тому ними так опікується Марі, керує Фріц, а механізовані пристрої не особливо захоплюють дітей, а більш цікавлять дорослих. Отже, у творі Е. Т Гофмана прослідковується прийнятий у соціумі розподіл ролей, підготовка до майбутнього життя в процесі гри, поведінка відповідно до гендерної приналежності. Такий поділ відбувається й в наш час, оскільки: „Діти – найбільш консервативна частина суспільства” (1, с.77).

ЛІТЕРАТУРА

- Арбес. Ф (1960) Ребенок и семейная жизнь при старом порядке. URL: <http://www.rulit.me>
- Гофман Е.Т (1892) Лускунчик і мишачий король URL: <http://ae-lib.org.ua> (дата звернення : 6. 03.2018)
- Лотман Ю.М (1992) Избранные статьи. В 3-х.т. URL: <http://ec-dejavu.ru/d/Doll.html> (дата обращения: 6. 03.2018)
- Мухина В. С. (1985) URL: <https://sheba.spb.ru/shkola/pedagogika-muhina-1985.html> (дата обращения: 9. 03.2018)

ІНТЕРМЕДІАЛЬНІ ЕЛЕМЕНТИ У РОМАНІ ДОННИ ТАРТТ “ЩИГОЛЬ”

Ярова Н.О.

Київський національний лінгвістичний університет

Активізація процесу інтермедіальності в наш час пов'язана, як зазначає Н.Тішуніна (2001), з розумінням конвенцій різних мистецтв як їхніх “мов”, а сукупностей цих мов у синхронії як “художніх систем”; виходом поняття “текст” за суто лінгвістичні межі; нарешті, впровадженням в ужиток та полісемантизацією терміну “медіа” (с.149). “Інтермедіальність передбачає

організацію тексту через взаємодію мов різних видів мистецтва й визначається як особливий спосіб організації тексту та специфічна методологія аналізу й окремого художнього твору і мови художньої культури в цілому”

(Мочернюк, 219)

Термін “інтермедіальність” був запропонований одним з перших його дослідників А. Гансеном-Льове. Інтермедіальність можна визначити як своєрідний переклад мови одного виду мистецтва мовою іншого. Тобто інтемедіальність гармонізує зв’язки між різними видами мистецтв.

Коли ми говоримо про інтермедіальність, то не можемо обійти увагою такі дотичні поняття, як екфразис та гіпотипозис. Перше – це вербальний опис інших видів мистецтва, а друге – зображення візуального предмету за допомогою слова.

Роман Донни Тартт “Щиголь” можна сміливо назвати інтермедіальним романом. Адже він насичений описами творів художнього мистецтва. Тут представлено надзвичайну кількість описів картин, меблів, антикваріату. Загалом роман надзвичайно деталізований, що дає можливість цілком поринути у нього.

Найбільше автор була сконцентрована на творах голландських художників. В одному зі своїх інтерв’ю Донна Тартт розповіла, що виношувала ідею створення роману декілька років, робила нотатки в блокнот, і саме живопис мав на неї надзвичайний вплив і це підштовхнуло її до написання роману.

“Щиголь” – це свого роду роман-картина, надзвичайно деталізована, скрупульозно вималювана картина життя однієї людини, в яку було вписано інші витвори мистецтва.

Більша частина роману сконцентрована на живописі, а саме на картині голландського художника Карела Фабріціуса - “Щиголь”. Ця маленька картина є центральною у романі. Весь сюжет побудовано навколо неї. В цьому романі розкривається ідея неподільності мистецтва і людського життя. Людина – фактично сама є частиною мистецтва, вона є творцем і руйнівником одночасно.

У своїй праці “Інтермедіальність як явище мистецтва і метод аналізу” Віра Просалова (2013) висунула надзвичайно цікаву думку щодо поєднання живопису та літератури: “У системі інтермедіальних відносин перекодування знаків однієї

семіотичної системи в іншу супроводжується взаємодією смислів. Вербальна і живописна картини, наприклад, суттєво різняться, адже властива образотворчому мистецтву статика замінена в художньому творі динамікою літературного образу, що виникає внаслідок смислових асоціацій і тому набуває нових відтінків.” (с. 48)

Тобто можна сказати, що вони є взаємодоповнюючими, текст потрібен, щоб краще зрозуміти інший твір мистецтва.

Для прикладу можна взяти опис картини “Щиголь” – “...Спочатку мені подобалася пташка, як тобі, наприклад, подобається домашня тварина або щось подібне, а закінчила я тим, що мені стало подобатись як вона написана... Я підсвідомо нахилився вперед і глянув на картину. Вона була невеличкою,

найменшою на виставці і, мабуть, найскромнішою: на простому блідому тлі жовтавий щиголь, прикутий до жердки за лапку-гілочку. ... це найдивовижніша картина на виставці. Фабриціус показує нам щось таке, чого раніше не знав жоден інший художник..." (Тартт, 27-31). Цей опис допомагає краще осягнути витвір живопису. Навіть якщо ми не маємо можливості його побачити, ми можемо уявити його у найменших деталях. Складається відчуття присутності у галереї, разом з головними героями, що робить наше сприйняття твору більш емоційним, змушує нас повірити, що все що тут відбувається – правда.

ЛІТЕРАТУРА

- Мочернюк Н.Д. (2003) Художній простір у контексті інтермедіальності (поезія та образотворче мистецтво), Науковий вісник Чернівецького університету, вип.156, 219-227
- Просалова В. (2013) Інтермедіальність як явище мистецтва і метод аналізу, *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки*, вип.16, 46-53
- Тартт Д. Щиголь. (2016). *Щиголь* (813,с. 27-31) Харків: Клуб Сімейного Дозвілля
- Тишунина Н.В. (2001) Методологія інтермедіального аналізу в світлі междисциплинарних досліджень // Методологія гуманітарного знання в перспективі ХХІ століття. Матеріали міжнародної наукової конференції. Серія «Symposium». Випуск №12. – СПб.: Санкт-Петербурзьке філософське товариство. – С. 149 – 154.

МЕТОДИКА ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

ФОРМУВАННЯ РЕЦЕПТИВНОЇ ГРАМАТИЧНОЇ НАВИЧКИ У МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ З ВИКОРИСТАННЯМ АВТЕНТИЧНОЇ ВІДЕОФОНОГРАМИ

Абрамова В. Г.

Київський національний лінгвістичний університет

Сьогодні в Україні існують сприятливі умови для успішного навчання іноземних мов (ІМ). Тим не менш, багато студентів відчують труднощі в оволодінні граматичними навичками, які є невід'ємним складником граматичної компетентності. У зв'язку з підтвердженням провідної позиції граматики у формуванні комунікативної компетентності, проблема формування граматичних навичок є однією з найактуальніших.

Вивчення ІМ передбачає засвоєння необхідних для цього мовних, і зокрема, граматичних засобів. Завдання полягає в тому, щоб студенти могли користуватися цими засобами в процесі спілкування автоматично. Мета навчання граматичного матеріалу ІМ, що вивчається, це оволодіння граматичними навичками мовлення: репродуктивними, тобто граматичними

навичками говоріння й письма, та рецептивними, тобто граматичними навичками аудіювання і читання (Ніколаєва, 2013).

Під рецептивних граматичними навичками мається на увазі автоматизовані дії з упізнавання і розуміння граматичної інформації в усному і письмовому тексті. Мовленнєва граматична навичка – автоматизована дія по вибору граматичного явища адекватного мовленнєвому завданню в певній ситуації і правильному оформленню висловлювання.

Формування граматичних навичок слід здійснювати поетапно з урахуванням функціонування граматичних структур у мовленні. Доцільно виділяти три основні етапи формування граматичної навички у продуктивному мовленні:

- 1) ознайомлення і первісне закріплення;
- 2) тренування; 3) застосування.

Для оптимізації процесу формування рецептивної граматичної навички аудіювання необхідно передбачити застосування відповідних засобів навчання, які є важливим невід'ємним компонентом освітнього процесу. Серед таких засобів наразі широко використовуються відеограма, фонограма та відеофонограма (Ляховицький, 1970). Відеофонограма – відео- та аудіозапис, який утворений безпосередньо під час проведення відеоконференції та записаний за допомогою технічних засобів відеозапису і є вихідним матеріалом для виготовлення робочої та архівної копій. Загальновідомо, що аудіовізуальне введення матеріалу забезпечує сприйняття інформації як через слуховий, так і зоровий канали, що сприяє утворенню в пам'яті яскравіших образів і, відповідно, кращому запам'ятовуванню матеріалу. Завдяки поєднанню аудіо- та відеорядів перегляд відеоматеріалів допомагає студентам, з одного боку, сприймати та розуміти усномовленнєві висловлювання, а з іншого боку, сприяє їхньому породженню, забезпечуючи взаємопов'язане навчання аудіювання та говоріння. Автентичність відеофонограми робить її ще більш цінною, оскільки надає можливість скористатись її комунікативною специфікою. Так, спостерігаючи за процесом перегляду студентами автентичної відеофонограми або телепередач, можна зазначити, що саме такі матеріали викликають у них інтерес, натхнення, підвищують мотивацію до вивчення іноземних мов та покращує навчальні здібності.

Отже, автентична відеофонограма є важливим засобом досягнення ефективності навчання іншомовного спілкування завдяки можливості одночасного пред'явлення лінгвістичної й екстралінгвістичної інформації та її високій емоційній забарвленості.

В освітньому процесі використовуватимуться відеофонограми художніх фільмів, що створенні службою BBC і представлені в мережі Інтернету у соціальній мережі YouTube.

Логічним завершенням етапу формування навички традиційно відводиться контролю. Сучасна методика навчання ІМ послуговується спеціально розробленими тестами для реалізації контролю. Наразі поширення набувають комп'ютерні тести. Комп'ютерна програма, за допомогою яких створюються

тести, дозволяє здійснювати навчання та контроль засвоєння ІМ в різних режимах самостійного пошуку і на різних рівнях складності (Ярмоленко, 2008). Перспективами дослідження ми вважаємо формулювання принципів відбору відеофонограми для формування рецептивної граматичної навички англомовного аудіювання, розроблення засад створення тестових завдань і критеріїв укладання електронного банку тестових завдань для контролю рівня сформованості рецептивної граматичної навички англомовного аудіювання, а також створення теоретичних основ методики формування вказаної навички у майбутніх учителів англійської мови.

ЛІТЕРАТУРА

- Ляховицкий, М. В. (1970). Теория и практика применения технических средств в обучении иностранным языкам. Киев: Радянська школа.
- Ніколаєва, С. Ю. (2013). Методика навчання іноземних мов у середніх навчальних закладах. Київ: Ленвіт.
- Ярмоленко, О. Я. (2008). Сучасні технології у вивченні іноземної мови. Вінниця: Вінницький національний технічний університет.

ЕЛЕКТРОННИЙ БІЗНЕС ТА ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ: МАСШТАБИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Антоненко А. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Стрімкий розвиток електронного обміну даними та глобальної мережі Інтернет на сьогодні радикально змінили способи здійснення зовнішніх торгових операцій. Електронний простір пропонує компаніям нові віртуальні середовища інформаційні системи для ведення бізнесу, засоби зниження витрат на комунікації з клієнтами. Останні, у свою чергу, отримали нове інформаційне джерело про товари та послуги, нові шляхи задоволення своїх потреб, а також новий ефективний засіб комунікації, як з виробниками, так і між собою (Лебедецько, 2014).

Ще зовсім недавно інформаційні технології не грали такої важливої ролі для успіху бізнесу. Натепер, після вступу в нове тисячоліття та епоху розвитку мережі Інтернет, відділити сам бізнес від інформаційних технологій практично неможливо. Саме мережа Інтернет довела свою високу ефективність як засобу комунікації та високий потенціал, побудованого на його основі, глобального електронного ринку.

Існує багато визначень поняття електронного бізнесу. Так, згідно з визначенням GartnerGroup, електронний бізнес – це безперервна оптимізація продуктів і послуг організації, а також виробничих зв'язків через застосування цифрових технологій і використання мережі Інтернет в якості первинного засоби комунікацій (Електронний бізнес, 2017).

Електронний бізнес – це будь-яка діяльність, яка використовує можливості глобальних інформаційних мереж для ведення комерційної діяльності. У нього

входять будь-які форми взаємодії між суб'єктами ринку за допомогою цифрових технологій: обмін інформацією, проведення маркетингових досліджень; встановлення контактів, наприклад, між потенційними замовниками та постачальниками; перед- і післяпродажна підтримка, наприклад, уявлення докладної інформації про продукти і послуги, документації, відповідей на питання замовників і т.д.; продаж товарів і послуг; електронна оплата, у тому числі з використанням електронних платіжних систем; поширення продуктів, включаючи як управління доставкою та її відстеження для фізичних продуктів, так і безпосередню доставку продуктів, які можуть поширюватися електронним шляхом; можливість організації віртуальних підприємств – групи окремих спеціалістів або навіть незалежних компаній для ведення спільної комерційної діяльності; здійснення бізнес процесів, спільно керованих компанією і її торговельними партнерами (Володська, Колпакова, 2008).

За типом взаємодіючих суб'єктів електронний бізнес можна розділити на такі основні моделі:

- Бізнес-бізнес (business-to-business, B2B);
- Бізнес-споживач (business-to-consumer, B2C);
- Споживач-споживач (consumer-to-consumer, C2C);
- Бізнес-адміністрація (business-to-administration, B2A);
- Споживач-адміністрація (consumer-to-administration, C2A).

Розвиток інформаційних технологій, серед яких одне з ключових місць зайняла мережа Інтернет, поява і бурхливе зростання електронної комерції стали основою для появи нового напрямку в сучасній концепції маркетингу взаємодії – Інтернет-маркетингу. Під терміном Інтернет-маркетинг розуміється теорія і методологія організації маркетингу в гіпермедійній середовищі мережі Інтернет. Мережа Інтернет має унікальні характеристики, значно відрізняються від характеристик традиційних інструментів маркетингу. Одним з основних властивостей середовища Інтернету є її гіпермедійного природа, що характеризується високою ефективністю у поданні та засвоєнні інформації, що значно підвищує можливості маркетингу у посиленні взаємозв'язку підприємств і споживачів (Успенский, 2003).

Найважливішою складовою електронного бізнесу є електронна комерція (Е-комерція). Під електронною комерцією маються на увазі будь-які форми угод, при яких взаємодія сторін здійснюється електронним способом. Електронна комерція являє собою засіб ведення бізнесу в глобальному масштабі. Вона дає змогу компаніям тісно взаємодіяти з постачальниками і швидше реагувати на запити та очікування замовників. Е-комерцію можна забезпечити різними електронними пристроями, у зв'язку з цим її розділяють на такі види: М-комерція (Mobilecommerce) – комерція з використанням послуг мобільного зв'язку; Т-комерція (Televisioncommerce) – комерція з використанням інтерактивного цифрового телебачення; V-комерція (Voicescommerce) – голосова комерція (Тардаскіна, Стрельчук, Терешко, 2011).

Отже, зараз бізнес стає електронним, тобто комерційні дії між партнерами (покупка/продаж товарів або послуг) відбуваються за допомогою обміну електронними документами в інформаційному просторі – тій частині реальності, яка викликає в людини спеціальний інтерес і виділяється із загальної картини навколишньої об'єктивної дійсності.

ЛІТЕРАТУРА

- Лебеденко, М. С. (2014). *Основні поняття та моделі електронного бізнесу*. Отримано з <http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=eng&z=3836>
- Васильєв, Г. А., Забегалін Д. А. (2008). *Електронний бізнес. Реклама в Інтернеті*. Юніті-Дана. Отримано з freelancers-tools.com/?p=502
- Володська, Е. Г., Колпакова, Н. П. (2008). *Маркетинг*. М. : ПІОРД.
- Електронний бізнес (2017) Інформаційні технології та е-бізнес. Е-бізнес для проникнення на нові ринки*. Отримано з <https://gid-tv.ru/uk/electronic-business-information-technology-and-ebusiness/>
- Успенский, И. В. (2003) *Интернет-маркетинг: учебник*. СПб.: Изд-во СПбГУЭиФ. Получено з <http://www.aup.ru/books/m80/>
- Тардаскіна, Т. М., Стрельчук, Є. М., Терешко, Ю. В. (2011) *Електронна комерція*: Навчальний посібник (Одеса: ОНАЗ ім. О. С. Попова. 244 с.

КРИТЕРІЇ ВІДБОРУ ІННОВАЦІЙНИХ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ЗАСОБІВ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ЛЕКСИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Антоненко Л. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Модернізація всіх рівнів освіти в Україні зумовлює необхідність використання в освітньому процесі засобів мультимедіа, які сприяють розвитку креативного мислення студентів, підвищенню рівня засвоєння нового матеріалу та покращення якості навчання загалом. Мультимедіа – це сучасна комп'ютерна інформаційна технологія, яка об'єднує в одній комп'ютерній програмно-технічній системі текст, звук, відео, графічне зображення й анімацію (Осін, 2004). Застосування мультимедійних засобів навчання (МЗН) для подачі та засвоєння матеріалу є важливою умовою формування ключових освітніх компетентностей та лексичної компетентності зокрема.

Засобами мультимедіа є відеофрагменти, анімаційна графіка, аудіофрагменти, мультимедійні презентації, електронні книги, навчальні ігри, які є доступними як on-line так і off-line, тестові програми для засвоєння і контролю знань. Для органічного, якісного і ефективнішого використання МЗН в освітньому процесі, їх вибір повинен відповідати певним критеріям. За Н.Ф. Бориско критеріями є ознаки за допомогою яких здійснюється якісна та кількісна оцінка одиниць з метою їх залучення/не залучення до відповідних мінімумів (Бориско, 1999).

Основними критеріями відбору МЗН для застосування в навчальному процесі є відповідність МЗН меті, змісту, формам навчання іноземної мови, врахування рівня мовної підготовки студентів, наявність мотиваційного потенціалу. Розглянемо критерії відбору МЗН детальніше:

- Відповідність МЗН меті, змісту та формам навчання іноземної мови.
- Правильний відбір МЗН відповідно до мети та змісту навчання сприяє розвитку пізнавальної активності учнів, розвиває вміння та формує навички використовувати набуті знання на практиці, підвищує інтерес студентів до предмету.
- Відповідність програмних засобів індивідуальним потребам студентів. Можливість контролювати швидкість подачі інформації та вибору режимів роботи.
- Врахування рівня мовної підготовки, знань і вмінь студентів при виборі МЗН.
- Наявність мотиваційного потенціалу МЗН. Використання сучасних МЗН є запорукою успішного навчання, яка формує мотивацію і прагнення студентів до розширення і поглиблення своїх знань.
- Відповідність академічним та професійним потребам студентів.
- Використання навчального матеріалу з опорою на взаємодію дієвих понятійних та образних компонентів мислення.
- Сприяння підвищенню продуктивності праці студентів та ефективності освітнього процесу.
- Доступність і сприйняття інформації за рахунок паралельного представлення інформації в різних модальностях: візуальної та слухової.

Інноваційні мультимедійні технології доцільно застосовувати при подачі нового англомовного лексичного матеріалу з використанням наочності, графіки, ігрових програм для вивчення нових лексичних одиниць (ЛО). Головним завданням в оволодінні лексичним матеріалом є формування лексичних навичок. Ю. В. Гнаткевич під лексичною навичкою автоматизовану актуалізацію лексичних ЛО, що ґрунтується на складній структурі сформованих у вербальній пам'яті асоціативних умовних зв'язків між формальною та понятійною стороною ЛО та між ними самими (Гнаткевич, 1999). Для ефективного формування лексичних навичок, студенти повинні засвоїти звукові і графічні форми ЛО. Із застосуванням мультимедійних презентацій PowerPoint студенти мають можливість бачити лексичний матеріал в цілісному та структурованому вигляді. Комбінування в презентації PowerPoint відео, тексту та графіки дозволяє представити нові англомовні ЛО максимально наочно.

Таким чином, використовуючи мультимедійні технології на заняттях англійської мови, важливо відбирати МЗН на основі критеріїв відповідності МЗН меті, змісту, формам навчання, врахування рівня мовної підготовки студентів, відповідності академічним та професійним потребам студентів задля досягнення освітніх цілей та підвищення рівня продуктивності занять.

Перспективами нашого дослідження ми вбачаємо у теоретичному обґрунтуванні комплексу вправ для вивчення нових ЛО та дослідження

потенціалу і можливостей використання мультимедійних технологій в процесі навчання.

ЛІТЕРАТУРА

- Бориско, Н. Ф. (1999). Концепция учебно-методического комплекса для практической языковой подготовки учителей немецкого языка (на материале интенсивного обучения). К.: Изд. центр КГЛУ.
- Гнаткевич, Ю. В. (1999). Навчання лексичного аспекту чужоземної мови у вищих навчальних закладах. К.: Просвіта.
- Осін, А. В. (2004). Мультимедіа в освіті: контекст інформатизації. Трудова підготовка в закладах, 2, 35-38.

СПЕЦИФІКА ЛІНГВІСТИЧНОЇ ЕКСПЕРТИЗИ БІЛІНГВІЛЬНИХ ТЕКСТІВ ЮРИДИЧНОЇ СПРЯМОВАНОСТІ (НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКОЇ ТА АНГЛІЙСЬКОЇ МОВ)

Баранова В. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Розвиток суспільства за роки незалежності України пов'язаний із посиленням боротьби зі злочинністю. Мовлення та письмові тексти є вагомими доказами тієї чи іншої інформації, яка необхідна для розслідування та розкриття злочину. Необхідність такої інформації призвела до появи нової дисципліни, юридичної лінгвістики, яка є проміжною ланкою між мовознавством і правознавством. На сьогоднішній день причиною юридичних конфліктів є різноманітні причини нормативно-правових текстів, тому для того аби розв'язати суперечки, непорозуміння, які пов'язані з текстами, з точністю або неточністю фраз, сторони звертаються за допомогою до лінгвістів.

Експертиза – розгляд, дослідження експертом-фахівцем якихось справ, питань, що потребують спеціальних знань. У найбільш загальному вигляді експертиза – це спосіб аналізу причинно-наслідкових зав'язків не тільки щодо того, що вже відбулося, але й того, що очікується, має або може відбутися; це спосіб пізнання певної реальності в тих випадках, коли ця реальність не піддається прямому вимірюванню, обрахуванню і взагалі якому завгодно “об’єктивному дослідженню” (Иванченко, Г.В., Леонтьев, Д.А., 2006, с. 51).

Згідно зі Статтею 1 Закону України “Про судову експертизу” судова експертиза – це дослідження експертом на основі спеціальних знань матеріальних об’єктів, явищ і процесів, які містять інформацію про обставини справи, що перебуває у провадженні органів досудового розслідування чи суду (Верховна Рада України). А.Шеремет вважає, що судова експертиза – це процесуальна дія, що полягає в дослідженні експертом за дорученням слідчого або судді матеріальних джерел доказової інформації з метою встановлення реальних даних та обставин, які мають значення для об’єктивного вирішення кримінальної справи (Иванченко, Г.В., Леонтьев, Д.А., 2006, с. 317).

Відома українська дослідниця Н. В. Артикуца визначає лінгвістичну експертизу як спосіб дослідження тексту з метою надання кваліфікованої експертної оцінки різних параметрів тексту, мовних засобів різного рівня (графічних, фонетичних, граматичних, стилістичних тощо), їх відбору і використання, відповідності певним нормам і критеріям (Верховна Рада України).

Отже, судовою лінгвістичною експертизою можна вважати лінгвістичне дослідження, яке здійснюється експертом з метою використання письмового висновку в вирішенні тих чи інших питань, що вимагають втручання спеціалістів.

Об'єктом лінгвістичної експертизи є мовлення та мова, тексти в письмовому та електронному вигляді. Предмет лінгвістичної експертизи – фактичні дані, які встановлюються за допомогою спеціальних лінгвістичних знань і є суттєвими для вирішення конкретного питання, судового розгляду. Завдання лінгвістичної експертизи є такі: виявити у тексті смислову спрямованість, наявність експресивних та емоційних навантажень; тлумачення словосполучень, слів, фразеологізмів; відмежувати основне та додаткове значення у тексті (Ажнюк, 2012, с. 3).

У дослідженні використовуються тексти офіційного стилю, а саме законодавчі тексти України. Було відібрано десять текстів законодавчих актів на українській мові разом з їх перекладом на англійську мову. Під час аналізу текстів виникало багато проблем.

По-перше, деякі українські речення, не можливо було перекласти на англійську мову та знайти відповідні еквіваленти. Також при перекладі зустрічалися граматичні трансформації, а саме такі, коли два речення на українській мові перекладалися на англійську одним реченням і навпаки.

Як відомо, в юридичних текстах офіційного стилю зустрічається багато терміносполучень і це є ще однією характерною ознакою під час аналізу юридичних текстів. У нашому дослідженні розглядаються іменникові терміносполучення, що складаються з двох і більше слів. При відборі та аналізі терміносполучень виникають деякі проблеми, які треба вирішити.

На даний момент створена комп'ютерна програма яка дає змогу швидко та автоматично виокремити з тексту англійські терміни разом з українськими еквівалентами. Програма удосконалюється і у майбутньому буде досліджувати не тільки терміни, але й архаїзми, фразеологізми, аббревіатури та скорочення.

ЛІТЕРАТУРА

- Ажнюк, Л. (2012). Лінгвістична експертиза: статус і методологічні презумпції. *Мовознавство*(3), 47-64.
- Верховна Рада України. (без дати). Отримано з Верховна Рада України: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/4038-12>
- Иванченко, Г. В., Леонтьев, Д. А. (2006). *Экспертиза в современном мире: от знания к деятельности*. М.: Смысл.

ОГЛЯД ЛІНГВІСТИЧНИХ КОМП'ЮТЕРНИХ ПРОГРАМ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕКСТІВ

Герасимович М. М.

Київський національний лінгвістичний університет

У зв'язку із швидким розвитком та прагненням України до світової інтеграції, особливого значення набуває володіння особливостями художнього стилю англійської мови, який є всеосяжним, оскільки може поєднувати у собі всі стилі мови.

Комп'ютерний аналіз текстів у даний час починає набувати самостійного значення в проблематиці гуманітарної інформатики. Найбільш розробленим напрямком є використання статистичних методів для обробки тексту, наприклад, побудова частотних словників, конкордансів (словників словосполучень) і т.п. Аналіз може вестися на різних рівнях – від граматичних форм до смислових категорій, які виявляються в тексті (контент-аналіз). Мета аналізу – виявити деякі закономірності, що характеризують текст, і зробити висновки, наприклад, про авторство тексту або політичні уподобання автора.

Лінгвістичне програмне забезпечення (англ. Lingware = linguistic + software) – комп'ютерні програми і дані, щоб забезпечити аналіз, обробку, зберігання і пошук аудіо, малюнків (OCR) і текстів на природній мові.

Можна виділити наступні види лінгвістичного програмного забезпечення:

1. Обробка текстів на природній мові.
2. Системи розпізнавання символів OCR.
3. Мовні системи (Лингвистическое программное обеспечение)

Існує багато програм автоматичного статистичного аналізу текстів. В останні роки у більшості глобальних мереж, персональних і локальних комп'ютерах, знаходиться велика кількість інформації, її обсяг постійно збільшується. Пошук необхідного в гігантських масивах текстових даних і аналіз об'ємних текстів є малоефективним, тому стають популярними технології, які спроможні обробляти неструктуровані тексти.

Наведемо короткий огляд програм для статистичного аналізу англійських текстів. Програма Худломер, автором якої є Л. Деліцин, дає змогу автоматичної класифікації функціонального стилю тексту на основі спектрів довжини слів. Доступна онлайн версія. Програма визначає наступні стилі: розмовний стиль, стиль художньої літератури, газетно-інформаційний стиль, науково-діловий стиль.

Компанія W. Bradford Paley, Digital Image Design Inc. у 2002 році розробила програму Textarc. Програма призначена для візуалізації та вивчення текстів. Текст відтворюється на екрані комп'ютера у вигляді галактики, в якій слова грають роль зірок. Частота зустрічі слів визначає яскравість їх відображення. Рядки тексту виводяться у вигляді закрученої спіралі по границі "галактики" точковим шрифтом (висотою в один піксель). Програма дозволяє побачити структуру тексту, взаємозв'язок між словами та контекстом, переглядати частотний та алфавітний індекс слова та конкорданс. При русі

курсора по галактиці слова спалахують та загораються променями (покажчики на контекст) і звучать в різних тональностях.

Програма Ngram Statistics Package (NSP) розроблена компанією Ted Pedersen у 2004 році дозволяє ідентифікувати у великих корпусах текстів словесні n -грами з використанням стандартних статистичних критеріїв, таких як тест Фішера, тест Пірсона χ^2 –квадрат. Програма дозволяє задавати додаткові критерії перевірки і написана на мові Perl.

Американська компанія Michael Barlow Dept of Linguistics, Rice University, Texas, USA розробила комп'ютерну програму MonoConc / ParaConc яка призначена для побудови конкордансів (у тому числі багатомовних) для одного або двох порівнюваних текстів. Реалізовані можливості різних режимів пошуку: за допомогою символів маскування, регулярних виразів, контекстно-чутливого пошуку. При обробці текстів з внутрішньою розгорткою (HTML / SGML) теги помилково включаються в конкорданс. Підтримуються різноманітні варіанти сортування, функції частот слів і словосполучень, різні режими виводу конкордансу. Є можливість генерації індексів та словників. Для побудови паралельного конкордансу (для двох порівнюваних текстів) необхідно забезпечити їх відповідність по структурі (параграфам, пропозиціям). Ця програма не безкоштовна, але є демоверсія з обмеженими можливостями дослідження текстів (Программы лингвистического анализа и обработки текста).

Дослідницький проект word2vec від компанії Google написано на мові C ++, що дозволяє побудувати векторні уявлення слів на заданих масивах текстової інформації. Використовує в своїй основі реалізацію за допомогою самонавчання нейронної мережі алгоритмів “Continuous Bag-of-Words” (CBOW) і “Skip-gram model” (SG). У підсумку можна отримати “словник”, який характеризує використання заданих слів у контексті. Чим більше масив навчання, тим краще і стійкіше виходять результати. Програма може видавати, арифметичні операції над векторами слів $\text{vector}('king') - \text{vector}('man') + \text{vector}('woman')$ дає дуже близьке значення до $\text{vector}('queen')$. Або $\text{vector}('Paris') - \text{vector}('France') + \text{vector}('Italy')$ практично збігається з $\text{vector}('Rome')$. Існують численні клони word2vec (Программы лингвистического анализа и обработки текста).

Розглянуті комп'ютерні лінгвістичні програми дозволяють швидко отримувати результати на всіх етапах лінгвістичних досліджень, та можуть застосовуватись лінгвістами та програмістами.

ЛІТЕРАТУРА

Лингвистическое программное обеспечение. Вікі, від <https://ru.wikipedia.org/>
Программы лингвистического анализа и обработки текста,
від <http://asknet.ru/Analytics/programms.htm>

Программы лингвистического анализа и обработки текста, Російська віртуальна бібліотека: від <http://rvb.ru/soft/catalogue/c01.html>

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ РОЛЬОВИХ ІГОР ДЛЯ ФОРМУВАННЯ У МАЙБУТНІХ ВЧИТЕЛІВ АНГЛОМОВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В ДІАЛОГІЧНОМУ МОВЛЕННІ

Гнатишина В. І.

Київський національний лінгвістичний університет

Вільне володіння іноземною мовою передбачає вміння спонтанно реагувати на найрізноманітніші ситуації реальної дійсності. У зв'язку з цим, кінцевою метою навчання іноземної мови є оволодіння вміннями невідповідного мовлення, як монологічного так і діалогічного. Як відомо, найбільш поширеною формою спілкування є діалогічне мовлення і тому, розглядаючи мову як засіб живого спілкування, треба приділяти максимальну увагу розвитку саме діалогічного мовлення.

Рольова гра вважається ефективним засобом навчання діалогічного мовлення, використання якого позитивно впливає на процес навчання іноземної мови в цілому. Адже, під час рольових ігор відбувається процес соціалізації, розкриваються мовленнєві здібності та особистість студента. До того ж застосування рольових ігор дозволяє зацікавити студентів та підвищити їхню мотивацію, знизити стомлюваність та уникнути монотонності на заняттях.

Значення рольової гри неможливо оцінити лише розважальними можливостями. У цьому і полягає її феномен, що, будучи розвагою, відпочинком, вона здатна перерости в навчання, у творчість, у модель людських відносин. Вона тренує пам'ять та уважність студентів, спонукає до розумової активності, розвиває усне мовлення.

Черниш В. В. визначає рольову гру як ситуативно-керовану форму організації навчальної діяльності студентів на заняттях, що спрямована на відтворення суспільного досвіду, у якому складається й удосконалюється поведінка людини, і має на меті формування, розвиток та удосконалення мовленнєвих навичок і вмінь в умовних ситуаціях, максимально наближених до умов реального спілкування (Черниш, 2010, с. 7).

Обов'язковим елементом рольової гри є розв'язання проблемної ситуації, що забезпечує максимальну активізацію комунікативної діяльності студентів. Пошук шляхів вирішення поставленого завдання обумовлює природність спілкування. Постановка проблеми й необхідність її розв'язання сприяє розвитку критичного мислення, а необхідність ретельного продумування ситуації, пошуку рішення розвиває логічне мислення, вміння аргументувати й переконувати співрозмовника.

У структурі рольової гри можна виділити наступні три компоненти: ролі, які виконують студенти на занятті; ситуація, що виступає як спосіб її організації; рольові дії, які виконують учасники, граючи певну роль (Тирчинова, 2005, с. 45).

Рольова гра характеризується особливим ставленням до навколишнього світу (кожен учасник одночасно перебуває в реальному та уявному світі), суб'єктивною діяльністю учасників (кожен учасник гри має можливість

проявити індивідуальні якості і зафіксувати своє “я” не тільки в ігровій ситуації, але і у всій системі міжособистісних відносин: особистість – особистість; особистість – група; особистість – викладач), особливими умовами процесу засвоєння знань (теоретичні та практичні знання пропонуються студентам в ненав’язливій формі природного спілкування, а не примусового запам’ятовування значних обсягів інформації).

У рольовій грі дуже багато позитивних сторін, але вона вимагає особливої організації, де необхідно враховувати наступні методичні аспекти. По-перше, її потрібно добре підготувати з точки зору, як змісту, так і форми. Дуже важливо, щоб студенти були переконані в необхідності виконувати свою “роль”. Для успішного проведення також важливо, щоб гра була прийнята всією групою, а для цього потрібно створити доброзичливу, творчу атмосферу (Гроза, 2012, с. 4).

Успішне проведення рольової гри багато в чому залежить і від викладача. Роль викладача в процесі підготовки гри постійно змінюється. На початковому етапі проведення гри викладач може взяти собі роль та продемонструвати як зразок, проте не головну, щоб гра не перетворилася в традиційну форму роботи під його керівництвом. Крім того, викладач повинен як психолог підійти до поділу студентів на групи. Якщо в групі немає лідера чи студенти не можуть самостійно обрати ролі, то в цьому випадку роль лідера бере на себе викладач. Під час гри він керує спілкуванням: підходить до студентів, яким потрібна допомога, вносить корективи в роботу. Дуже важливим у виконанні такої справи є диференційований підхід. Не всі студенти мають однаковий рівень володіння мовою і для того, щоб вони не опинилися “поза грою” для них необхідно підготувати рольові карти з лексичним або граматичним матеріалом. Коли ж рольова гра стане звичною справою для студентів, роль викладача змінюється, він стає спостерігачем, а не керівником процесу. Зазначена вище зміна неминуче пов’язана з тим, що акцент зміщується з активної діяльності викладача на активну і самостійну діяльність студентів.

У висновку хочеться зазначити, що рольова гра є одним з найбільш ефективних прийомів реалізації комунікативного принципу в навчанні іноземної мови, який будується на засадах колективної роботи, практичної користі, змагального інтересу, максимальної зайнятості кожного студента і необмеженої перспективи до творчості.

ЛІТЕРАТУРА

- Гроза, Л. В. (2012). Впровадження рольової гри в навчання діалогічного мовлення. *Англійська мова і література*. 7, 2–11.
- Тирчинова, Г. В. (2005). Навчання монологічного та діалогічного мовлення студентів педагогічних професійно-лінгвістичних спеціальностей. *Іноземні мови*. 2, 43-48.
- Черниш, В. В. Організація та проведення рольових ігор на уроках іноземної мови. *Іноземні мови*. 4, 7-15.

ТЕСТУВАННЯ РІВНЯ СФОРМОВАНOSTІ ГРАМАТИЧНИХ НАВИЧОК У МАЙБУТНІХ ВЧИТЕЛІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ З ВИКОРИСТАННЯМ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ

Жикіна І. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Сьогодні англійська мова (АМ) є затребуваною майже в кожній сфері, тому кількість людей, які починають вивчати АМ збільшується з кожним роком. Відповідно потреба у вчителів АМ пропорційно збільшується, проте зараз затребуваними є вчителі, які відповідають вимогам і потребам сучасного суспільства.

З розвитком технологій у людей з'являються різні потреби, адже їм уже не потрібно запам'ятовувати велику кількість інформації, тому що у кожного в будь-яку мить є доступ до цієї інформації, тому важливо знати як знайти, як обрати і використати.

Саме тому методи та прийоми навчання змінюються та модернізуються, але є, здавалось би, контроль та оцінка знань, які завжди залишаються актуальними, адже за допомогою контролю встановлюється рівень сформованості знань студентів, виявляються мовні труднощі, здійснюється перевірка рівня засвоєння знань студентами, визначається подальша спрямованість роботи зі студентами. Особливо це може стосуватися контролю рівня сформованості граматичних навичок, адже граматики – є стійкою, і особливо не змінюється, в порівнянні, наприклад, з лексикою. Проте, контрольні роботи, які були актуальними ще 10-15 років тому, зараз відходять на другий план, як не дуже ефективний засіб здійснення контролю у порівнянні з тестами (Квасова, 2011).

Багато вчених і методистів присвятили свої праці безпосередньо питанню тестування як форми контролю рівня сформованості граматичної компетентності. Наприклад, Л. В. Банкевич, А. П. Борзих, І. І. Драч, О. Е. Коваленко, В. А. Кокота, А. Малахін, С. Ю. Ніколаєва, М. В. Розенкранц, С. К. Фоломкіна, Є. А. Штульман, Є. В. Шматко, Н. А. Шишечко та ін. На думку багатьох дослідників (С.Ю. Ніколаєва, І.В. Коломієць, О.П. Петрашук та ін.) тест – є одним з найбільше ефективних засобів контролю.

Тест має багато переваг над іншими видами контролю. Наприклад, тест передбачає вибір серед поданих варіантів, тому отримані результати легше оцінити і проаналізувати. Також такий метод контролю є об'єктивним і виключає будь-яку суб'єктивну оцінку викладача. Ця форма контролю є економною у використанні часу і ще однією перевагою є наявність кількісних показників для визначення повноти засвоєння матеріалу.

Отже, тест – є наразі одним з найбільш популярних форм контролю, і це пояснено його простотою організації, можливістю об'єктивної оцінки та невеликою кількістю часу потрібного на його проведення.

Проте, тест також модернізується, щоб відповідати розвитку суспільства та вимогам до сучасного контролю, який є міжнародним та об'єктивним. З розвитком інформаційних технологій з'являється безліч онлайн-тестів, або

тестів, які виконуються за допомогою комп'ютерів. Більше того з популяризацією смартфонів з'являється ще один вид тестування з використанням мобільних додатків.

Сьогодні такі види тестування є затребуваними, адже вибір мобільних додатків для тестування є великим і з ними можна працювати як на занятті так і поза ним. Перевагою є те, що кожен студент працює зі свого телефону, кожен має свою персональну сторінку і може відслідковувати процес свого навчання та його успішність, а також це є особистим, адже результати студента може бачити лише сам студент і викладач (Dudeneу, 2008).

Результати такого контролю є об'єктивним, адже мінімізується людський фактор, тому що все перевіряється комп'ютером, також відсутня можливість списування, тому що кожен працює індивідуально і на кожне завдання виділений певний час, якого достатньо лише для того, що б зробити завдання, а не знайти його в книзі, чи когось запитати.

У викладача є своя сторінка, де він моніторить роботу студентів та їхні результати, створює тести для класної та позакласної роботи. Серед таких додатків найбільше популярними є *Kahoot*, *Socrative*, *Plicker* та інші, в яких можна здійснювати контроль рівня сформованості граматичних навичок за допомогою готових тестів, або створення власних відповідно до вивченого матеріалу.

Отже, з розвитком технологій змінюються підходи до навчання та контролю, з'являються нові методи та прийоми, які оптимізуються для покращення навчального процесу, а також для задоволення потреб сучасного суспільства щодо вивчення АМ. Саме тому викладачі повинні слідувати розвитку нових технологій, які є більш ефективними і зручними у використанні. Викладачі повинні також бути обізнані щодо використання сучасних технологій у навчанні і бути готовими використовувати можливості, які з'являються з розвитком суспільства та технологій. Тому у своїй роботі ми хочемо теоретично обґрунтувати доцільність використання мобільних додатків для тестування, а також показати шляхи використання їх у контролі рівня сформованості граматичних навичок.

ЛІТЕРАТУРА

- Квасова, О.Г. (2011) . Контроль і оцінка у навчанні іноземних мов у вищій школі: завдання, проблеми, перспективи. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету*, Випуск 85, 112-115.
- Dudeneу, G. (2008) *How to teach English with technology*. Harlow: Pearson Education.

ВИДИ АУДІОТЕКСТІВ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ЛІНГВОСОЦІОКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В АУДІЮВАННІ

Мандзюк Б. Р.

Київський національний лінгвістичний університет

Як відомо, складовими компонентами іншомовної комунікативної компетентності є мовні та мовленнєві компетентності, лінгвосоціокультурна

компетентність та навчально-стратегічна компетентність. Формування лінгвосоціокультурної компетентності відбувається у безпосередній взаємодії з іншими компетентностями, як з мовними, так і з мовленнєвими, на основі навчально-стратегічної компетентності. Проте, часто стається так, що в процесі формування мовних та мовленнєвих компетентностей на заняттях з іноземної мови викладач стикається з труднощами розуміння студентами поданої інформації. На нашу думку, такі проблеми виникають саме через недостатню сформованість у студентів лінгвосоціокультурної компетентності, адже нерозуміння ними різноманітних реалій та культурних особливостей країни, мова якої вивчається, призводить до виникнення бар'єру сприйняття інформації в цілому.

Найчастіше такі труднощі виникають при аудіюванні текстів, адже якщо при читанні студенти, гіпотетично, мають змогу прочитати текст культурологічного характеру або його фрагмент декілька разів, або ж зупинитися і попросити у викладача пояснити незрозумілу інформацію, то кількість разів на прослуховування аудіозаписів на занятті з іноземної мови координується виключно викладачем, тим більше, студенти не можуть у будь-який момент зупинити фонограму для обговорення і вирішення проблем з нерозумінням поданої інформації.

Сутність такої проблеми ми вбачаємо у неправильному підборі аудіоматеріалів викладачем, а тому у даній публікації ми розглянемо види аудіотекстів, для формування лінгвосоціокультурної компетентності в аудіюванні. Так, С. Ю. Ніколаєва виділяє два типи аудіотекстів: тексти-описи і фабульні аудіотексти.

В аудіотекстах-описах подається, переважно, сукупність ознак об'єкта і фактів, які об'єднані загальною темою. У такому виді аудіотекстів не завжди легко відрізнити головне від другорядного, адже інформація, яка подається в такому виді аудіотекстів, не обов'язково виражена логічно-смысловими зв'язками між фактами, крім цього, у аудіотекстах-описах допускається перестановка цих фактів (Ніколаєва, 2013, с. 290).

Синтаксичною особливістю аудіотекстів-описів є те, що вони переважно складаються з простих, непоширених речень, хоча можливе урізноманітнення їх другорядними членами речення. Більше того, складні речення використовуються, більшою мірою, лише для вираження відношень зв'язку між фактами і суб'єктами або протиставлення між ними (Ніколаєва, 2013, с. 290).

Фабульні тексти відрізняються від аудіотекстів-описів динамікою подій, різноманітністю дій та вчинків персонажів. Епізоди і окремі факти пов'язані логіко-смысловими зв'язками. Між фактами аудіотекстів таких видів прослідковується чітко виражені смыслові зв'язки та відношення. У синтаксичній структурі переважають складні речення, у яких слухач легко може виокремити головну і другорядну інформацію (Ніколаєва, 2013, с. 290).

Для формування лінгвосоціокультурної компетентності, на нашу думку, підходять обидва види аудіотекстів. Проте, ми вважаємо, що використання фабульних аудіотекстів є ефективнішим для розвитку вмінь аудіювання з розумінням основного змісту або з детальним розумінням тексту, через їхню

динаміку і взаємозв'язки між подіями і персонажами. Тоді як аудіотексти-описи краще використовувати для розвитку вмінь аудіювання з метою пошуку конкретної інформації, адже при прослуховуванні таких текстів важко відрізнити головне від другорядного, а звернути увагу на окремі факти і явища простіше.

О. Б. Тарнопольський виділяє такі види аудіотекстів: аудіо тексти-характеристики, аудіотексти полемічного типу, аудіотексти-описи, розповіді та аудіотексти-повідомлення. Науковець зазначає, що для легшого сприйняття і розуміння інформації варто використовувати аудіотексти-описи, розповіді та аудіотексти-повідомлення (Тарнопольський, 2006, с. 138-139). На нашу думку, тексти такого типу доцільно давати на етапі ознайомлення з реаліями і особливостями іноземної мови, а також для формування загального уявлення про факти і явища, культуру і звичаї країни, мова якої вивчається. Для удосконалення лінгвосоціокультурної компетентності студентів старших курсів доцільно використовувати аудіотексти-характеристики та аудіотексти полемічного типу, адже вони є складнішими для сприйняття.

Підводячи підсумки, можна стверджувати, що викладач при підборі аудіотекстів для формування лінгвосоціокультурної компетентності повинен керуватися, по-перше, метою і завданнями, які він ставить перед собою. По-друге, іншим критерієм підбору аудіотекстів є рівень знань студентів з іноземної мови. Таким чином на молодших курсах буде доцільно подавати аудіотексти-описи, розповіді або аудіотексти-повідомлення, а вже на старших курсах студентам буде цікаво працювати з аудіотекстами-характеристиками та аудіотекстами полемічного типу.

ЛІТЕРАТУРА

- Ніколаєва, С.Ю. (ред.) (2013). 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. К.: Ленвіт.
- Тарнопольський, О.Б. (2006). Методика навчання іншомовної мовленнєвої діяльності у вищому мовному закладі освіти: Навчальний посібник. – К.: Фірма “ІНКОС”.

ХАРАКТЕРИСТИКА ІГРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ АНГЛОМОВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В МОНОЛОГІЧНОМУ МОВЛЕННІ У МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ

Матвієнко К. О.

Київський національний лінгвістичний університет

У зв'язку з набуттям чинності нового закону “Про освіту” постає необхідність підготовки майбутніх учителів іноземної мови згідно сучасних вимог. Майбутній учитель повинен вміти чітко та ясно викладати власні думки, аргументувати свою точку зору, логічно та зв'язно пояснювати матеріал, вміти

формулювати висновки. Саме тому в освітньому процесі провідна роль належить навчанню говоріння, зокрема, умінню створювати монологічні висловлювання.

Під компетентністю в монологічному мовленні маємо на увазі здатність реалізувати усномовленневу комунікацію у монологічній формі в життєво важливих для певного віку сферах і ситуаціях відповідно до комунікативного завдання. Компетентність в монологічному мовленні передбачає, що мовець уміє планувати, здійснювати й коригувати власну комунікативну поведінку під час породження та варіювання іншомовного мовлення у різних типах монологічних висловлювань відповідно до конкретної ситуації спілкування (контексту), мовленнєвого завдання й комунікативного наміру та згідно правил спілкування у цільовій національно-культурній спільноті (Устименко, с. 3-4).

Сучасні інноваційні тенденції в освіті відкривають перед викладачем широкий вибір методів та технологій навчання, а також шляхів вирішення практичних завдань для формування іншомовної комунікативної компетентності. Зокрема, у практиці організації освітнього процесу використання ігрових технологій знаходить все ширшого застосування в умовах вищого навчального закладу.

Під ігровою технологією розуміємо спеціально вибудовану систему чітких ефективних дій (ігор), спрямованих на формування, розвиток, розширення, узагальнення знань у процесі навчання. На відміну від ігор взагалі, навчальна гра має суттєвою ознакою наявність чітко поставленої мети навчання і відповідного їй результату, які можуть бути обґрунтовані, виділені в ясному вигляді й характеризуються навчально-пізнавальною спрямованістю. Оскільки існують різні види ігор, що застосовуються в освітньому процесі (ділові, рольові, дидактичні, імітаційні тощо), і кожний із цих видів має свою технологію реалізації й зумовлюється процесом підготовки до її впровадження (ігрове проектування), то ми можемо говорити про різні ігрові технології. Водночас усі ігрові технології передбачають інтерактивну взаємодію її учасників і потребують застосування ігрового проектування, тому Н. І. Мачинська пропонує використовувати термін “ігрові інтерактивні технології” (Мачинська, с. 18-19).

Вважаємо, що використання ігрових технологій є доцільним для формування англomовної компетентності в монологічному мовленні, оскільки ігрові технології здатні перевірити на практиці, розвинути й інтегрувати сформовані переконання, навички та здібності. Окрім цього важливою особливістю інтерактивних технологій є здатність мотивувати навчання, сприяти соціалізації та професійному розвитку студентів.

Найбільш поширеним видом ігор, які використовуються для формування компетентності в монологічному мовленні є ділова гра. Ділова гра – метод пошуку рішень в умовній проблемній ситуації. Існують різні модифікації ділових ігор:

- Імітаційні ігри. Імітується діяльність якої-небудь організації або її підрозділів. Імітуватися можуть події, конкретна діяльність людей і обстановка, умови, у яких відбувається подія або здійснюється діяльність.

Сценарій імітаційної гри, окрім сюжету події, містить опис структури й призначення імітованих процесів.

- Виконання ролей. У цих іграх відпрацьовується тактика поведінки, дій, виконання функцій і обов'язків конкретної особи. Для проведення ігор з виконанням ролі розробляється модель-п'єса, між учасниками розподіляються ролі з обов'язковим змістом.
- “Діловий театр”. У ньому розігрується яка-небудь ситуація, поведінка людини в цій обстановці. Тут студент повинен мобілізувати весь свій досвід, знання, навички, зуміти вжитися в образ певної особи, зрозуміти її дії, оцінити обстановку і знайти правильну лінію поведінки. Для методу інсценування складається сценарій, де описуються конкретна ситуація, функції й обов'язки дійових осіб, їх завдання (Мачинська, с. 20-22).

Ділова гра є не лише засобом формування компетентності в монологічному мовленні, а й забезпечує активну творчу діяльність студента, створює умови для підвищеної мотивації та емоційності, розвиває критичне мислення.

Таким чином, ігрові технології полегшують введення нових комунікативних і поведінкових норм навчання, сприяють опануванню студентом досвіду діяльності, подібної до тієї, яку він буде реалізовувати у професійному житті, а тому сприяють формуванню англомовної компетентності в монологічному мовленні.

ЛІТЕРАТУРА

- Мачинська, Н.І. (2011). Впровадження ігрових технологій навчання у практику підготовки майбутніх магістрів. *Наукові праці*. 146. 18-22.
- Устименко, О.М. (2013). Навчання іншомовного монологічного мовлення в аспекті компетентнісного підходу. *Іноземні мови*. 1. 3-9.

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ АВТЕНТИЧНОГО СЕРІАЛУ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ АНГЛОМОВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В АУДІЮВАННІ У МАЙБУТНІХ ВЧИТЕЛІВ

Паламар Л. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Потреба сучасного суспільства у фахівцях з англійської мови зумовлює пошук нових рішень для її задоволення. Запорукою досягнення поставленої мети є гармонійний розвиток у майбутніх учителів іншомовної комунікативної компетентності. Оскільки для майбутнього вчителя іноземної мови (ІМ) надзвичайно важливою є здатність взаємодіяти в міжкультурному спілкуванні, стратегічно важливим постає формування компетентності в аудіюванні, без якої повноцінний комунікативний акт неможливий.

Варто зазначити, що також спостерігаються значні зміни й у засобах формування мовленнєвої компетентності в аудіюванні. Наразі, пріоритетним є використання автентичних матеріалів, а особливо відеофонограм, застосування

яких покликане полегшити оволодіння ІМ та наблизити його до рівня носія. Формуванню аудитивної компетентності присвятили свої праці Н. І. Гез, Н. В. Єлухіна, В.В. Черниш, Л. В. Шевкопляс.

Як зазначає М. О. Качалов, під навчальними відеоматеріалами варто розуміти тематично організовані аудіовізуальні посібники, адекватно підібрані відповідно до ступеня чи етапу навчання, що являють собою відеоінформацію, представлену в різноманітні жанрів, і спрямовану на реалізацію практичних, загальноосвітніх та навчальних цілей навчання (Качалов, 2006).

Серед великої кількості аудіовізуальних засобів ми виділяємо саме автентичний серіал як засіб формування аудитивної компетентності у майбутніх вчителів англійської мови. На нашу думку, використання саме цього засобу має значну кількість переваг і позитивно впливає на динаміку розвитку вмінь сприймати аудіоповідомлення на слух.

Очевидним є факт, що використання англомовного серіалу на початковому етапі навчання в університеті є значно обмеженим у зв'язку із виникненням великого числа лексичних, граматичних та фонетичних труднощів, в той час як на другому курсі навчання у студентів вже є певний накопичений запас знань з основних мовних аспектів. Відтак, розглянемо переваги автентичного серіалу.

Перш за все, матеріал автентичного серіалу слугує відмінним джерелом як лінгвістичної, так і екстралінгвістичної інформації, що у свою чергу впливає також на формування лінгвосоціокультурної компетентності. Крім того, серіал створює ілюзію мовного середовища зі своєю унікальною культурою, що не лише сприяє опануванню живої мови, але й стимулює до навчання.

Перевагою серіалу над аудіо фонограмою є полісенсорне сприйняття, тобто можливість сприймати інформацію задіюючи як і слуховий, так і зоровий канали, що дає змогу компенсувати відсутність певних мовленнєвих умінь без втрати розуміння. Також, особливістю серіалу є те, що воно відображує зорові й звукові образи у типовому середовищі, де студенти можуть опинитися в ролі активних учасників комунікативного акту.

Дж. Хармер визначає проблему використання відеофонограми у тому, що студенти, що звикли до пасивного перегляду телепрограм, можуть так само ставитись і до відеофонограм, запропонованих для навчальних цілей. На нашу думку, серіал є більш ефективним в цьому аспекті поміж інших аудіовізуальних засобів, адже невелика тривалість, жвавий перебіг подій та швидка зміна сюжетів здатні допомогти уникнути зазначеної проблеми. В іншому випадку, Дж. Хармер пропонує кілька прийомів, що можуть активізувати навчальну діяльність студентів при перегляді серіалу, серед яких програвання відеофонограми без звуку, аудіофонограми без відеосупроводу, так званий прийом *freeze frame* або ж демонстрація різних частин відеофонограми різним частинам групи студентів. Попри те, робота із серіалом в загальному вимагає певної послідовності дій та прийомів роботи. Найрозповсюдженнішим для сучасної методики навчання ІМ із використанням відео слід вважати трьохетапний розподіл навчальних дій, що складається з етапу розуміння, етапу мовної практики та етапу мовленнєвої практики. На першому етапі відбувається загальне ознайомлення з відеофонограмою, на другому –

паузовий перегляд відеофонограми з метою зосередження уваги студентів на відібраних мовних одиницях та виконання комунікативних вправ. Основним завданням третього етапу є активізувати комунікативну діяльність студентів, що ґрунтується на ситуації відео фрагменту та опрацьованому мовному матеріалі (Іванова, Тарасова, 2015). Оскільки йдеться про застосування автентичного серіалу на другому курсі навчання у ВЗО, вважаємо за потрібне приділяти більше увагу третьому етапу, хоча характер та наявність зазначених етапів повністю залежить від мовленнєвих навичок і вмінь студентів.

Таким чином, ми проаналізували особливості застосування автентичного серіалу для формування аудитивної компетентності у майбутніх учителів англійської мови.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо в обґрунтуванні теоретичних засад розробки підсистеми вправ для формування аудитивної компетентності та описі етапів роботи із автентичним серіалом.

ЛІТЕРАТУРА

- Іванова, О. В., & Тарасова, В. В. (2015) Практичний курс основної іноземної мови: Learning English Through Video (2-ге видання). – К.: ДДП “Експодрук”.
- Качалов, М. О. (2006). Особенности использования аутентичных видеодокументов в обучении иностранному языку. Вестник Томского государственного университета, 291, 221-227. doi:<https://cyberleninka.ru/article/v/osobennosti-ispolzovaniya-autentichnyh-videodokumentov-v-obuchenii-inostrannomu-yazyku>
- Harmer, J. (2010). How to teach English. Harlow, Pearson Education Limited.

ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ АНГЛОМОВНОГО ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСУ (НА МАТЕРІАЛІ КОРПУСІВ ТЕКСТІВ РОЗМОВНОГО СТИЛЮ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ TWITTER)

Савіцька Н. М.

Київський національний лінгвістичний університет

Розвиток інформаційних технологій у сучасному суспільстві стимулює появу нових форм комунікації, які займають свою нішу у соціумі. Інтернет перетворився на інформаційно-комунікативне середовище, що займає домінуючу позицію у людській комунікації. Тому у глобальній мережі сформувалися та продовжують розвиватися самобутні комунікативні жанри, основною рисою яких є синтез письма та усного мовлення.

Сьогодні у лінгвістиці вибудовується нова когнітивна парадигма, що розвивається у рамках інтернет-дискурсу. Інноваційні напрямки досліджень привертають увагу відомих вчених та обумовлюють появу не лише нових термінів, але і поняття про новий тип мовлення – мовлення інтернет-дискурсу.

Поняття “дискурс” належить до основних та найуживаніших понять у сучасній лінгвістиці, однак зважаючи на багатоаспектність його змісту та форм, навіть серед лінгвістів не існує єдиної думки щодо його трактування. Згідно з

класичним визначенням, запропонованим Н.Д. Арутюновою (1990. с. 136-137), дискурс – це мовлення, що розглядається як цілеспрямована соціальна дія, як компонент, який бере участь у взаємодії людей і механізмах їхньої свідомості; мовлення, заглиблене в життя.

Розвиток інформаційних технологій у ХХІ ст. дав могутній поштовх до формування інфосфери, головною ознакою якої є доступність інформації у будь-який час, у будь-якому місці земної кулі. Відповідно виникають і нові способи комунікації, що значно відрізняються від традиційних, результатом чого є перетворення мережі Інтернет з величезного сховища даних на потужний засіб спілкування, що нівелює часові, просторові, гендерні, соціальні та інші обмеження і стає невід’ємною частиною еволюції цивілізації, проникаючи в усі сфери нашого життя. Виникнення нового комунікативного середовища – мережі Інтернет – сприяло появі Інтернет-дискурсу.

У нашому розумінні Інтернет-дискурс – це масив електронних, аудіо- та відеотекстів у сукупності з екстралінгвістичними факторами, пов’язаних між собою системою гіперпосилань, доступ до яких забезпечується входом у мережу Інтернет за допомогою комп’ютера чи альтернативних мультимедійних приладів.

Сучасний Інтернет-дискурс є складним поєднанням різних функціональних стилів та форм мовлення. Найбільший вплив на мовні особливості Інтернет-дискурсу здійснює технологічний фактор, а комунікація у мережі, будучи концептуально усною, реалізується в письмовій формі.

За роки свого існування Twitter як один з яскравих прикладів мікроблогів, що розвинув свою власну мову “twitspeak”, живе за своїми законами та має свою унікальну структуру.

Основними характерними рисами соціальних мереж можна вважати реалізацію тенденції розмовності, головними ознаками якої є спонтанність, неофіційність, діалогічність, ситуативна закріпленість, тенденція до стислості і експресивності та внаслідок цього вживання мовних елементів неформального спілкування (Херрінг&Ханікат, 2009). Для компенсації відсутності вербальних засобів вираження емоцій використовуються “смайлики” і різні анімаційні ефекти, запропоновані розробниками інтерфейсу.

Важливим способом спілкування у соціальній мережі Twitter є обмін посиланнями. Замість того, щоб переповідати щось своєму опоненту, достатньо просто надіслати йому посилання на той сайт чи інший пост у соціальній мережі, де про це йде мова.

Особливостями соціальних мереж є те, що інформаційне наповнення є неструктурованим, дискусії виникають спонтанно (Хімельбойм, Маккірі&Сміт, 2013, с. 42). Тривалість зберігання інформації є невизначеною, оскільки її носій або модератор групи може видалити її в будь-який момент. Що стосується основного мовного оформлення Twitter, дослідження, яке провели С. Херрінг і К. Онейкат, показало, що англomовні твіт-повідомлення становлять до 70% від загального обсягу твіт-листування, на другому місці – твіти японською мовою (близько 27%), далі – твіти іспанською мовою (близько 18%) (Коцієр, 2012).

Зараз сервіс став настільки популярним та потрібним людині, що в англійській мові з'явився навіть віддієслівний іменник (точніше герундій) “твітінг” (англійською: *twitting*), що позначає спосіб спілкування в інтернеті (Каптюрова, 2011, с. 165).

Отже, сучасний англомовний інтернет-дискурс за зовнішнім виглядом нагадує усний різновид розмовного стилю. Використання “знаків-символів”, не властивих традиційній писемній мові, спонтанність, неофіційність, діалогічність, ситуативна закріпленість, тенденція до стислості і експресивності наближають писемний різновид комунікації до його усного варіанту.

ЛІТЕРАТУРА

- Арутюнова, Н. Д. (1990). *Лингвистический энциклопедический словарь*. М.: Сов. Энциклопедия, 136-137. Режим доступу <http://tapemark.narod.ru/les/136g.html>
- Herring S. C. & Honeycutt, C. (2009). *Beyond microblogging: Conversation and collaboration via Twitter*. Proceedings of the Forty-Second Hawai'i International conference on System Sciences (HICSS-42). Retrieved from <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/honeycutt.herring.2009.pdf>
- Himelboim, I., McCreery, S., & Smith, M. (2013) Birds of a Feather Tweet Together: integrating Network and Content Analyses to Examine Cross-Ideology Exposure on Twitter Communication. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18 (2), 40-60.
- Koetsier, J. (2012) *Social media demographics 2012: 24 sites including Twitter, Facebook, and LinkedIn*. Retrieved from <http://venturebeat.com>
- Каптюрова, В. В. (2011) Структурна організація повідомлень у англомовних мікроблогах. *Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи*, 6, 164-171.

ВРАХУВАННЯ ПСИХОЛІНГВІСТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ УСНИХ АНГЛОМОВНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ У ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ У МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ЛІНГВОСОЦІОКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ

Сіманкіна А. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Формування лінгвосоціокультурної компетентності в аудіюванні у майбутніх учителів англійської мови посідає чільне місце у процесі навчання у закладах вищої освіти (ЗВО). У своїй професійній діяльності вчителі англійської мови (АМ) повинні розуміти на слух доповіді АМ, брати участь у міжнародних конференціях, ділитися досвідом з іноземними колегами тощо. Саме тому формування компетентності в аудіювання є запорукою успішної професійної діяльності вчителя.

Проблемою формування компетентності в аудіюванні займалися багато вітчизняних (Н. І. Гез, В. В. Черниш, О. Б. Бігич, Ю. О. Бочкарьова, Л. В.

Шевкопляс) та зарубіжних (А. Anderson, Н. Byrnes, К. Carrier, Т. Lynch) дослідників.

Оскільки аудіювання є складним процесом усномовленнєвої діяльності, що вимагає від слухача виконувати певну розумову діяльність, як-от: порівняння, протиставлення, застосовувати методи індукції та/або дедукції, існують певні особливості сприйняття усних повідомлень. Зупинимось на деяких з них.

Н. І. Гез виділяє ряд особливостей сприйняття усного англомовного повідомлення. Згідно з дослідницею, формування і розпізнавання усного англомовного повідомлення має фазовий характер і тісний взаємозв'язок. З ознайомленням із англомовним повідомленням процес пізнання змінюється, воно здійснюється миттєво (симультанно) за допомогою найнеобхідніших інформативних ознак. Якщо таких ознак недостатньо і розпізнавання не відбулось або виявилось помилковим, то сприйняття набуває більш розгорнуті форми і перетворюється на свідому перцептивну дію або в ряд послідовних (сукцесійних) дій (Гез, 1982).

Не можна не відмітити, що значення внутрішнього мовлення для розуміння є надзвичайно важливим. Як вказує Н. І. Гез, навіть в ускладнених умовах воно дає можливість сприймати мовленнєві повідомлення, прогнозувати й узагальнювати. Навіть на просунутому етапі навчання легко зафіксувати приховане проговорювання під час виникнення труднощів сприйняття мовлення на слух і у випадку необхідного точного запам'ятовування змісту (Гез, 1982).

Під час аудіювання фраза як одна із одиниць сприйняття, розуміється не шляхом аналізу і подальшого синтезу складових її слів, а в результаті розпізнавання інформаційних ознак. Найбільш вагомою інформаційною ознакою прийнято вважати інтонацію, оскільки вона володіє так званими "сприйняттєвими ознаками", завдяки яким слухач може сегментувати мовлення на різні синтаксичні блоки, зрозуміти зв'язок частин фрази, і, відповідно, розкрити зміст (Гез, 1982).

Варто зазначити, що аудіювання пов'язане зі складним процесом пошуку і вибору інформаційних ознак із переліку можливих, що залежить від наявності у слухача асоціативних зв'язків, встановлених в результаті іншомовного мовленнєвого досвіду. При сприйнятті мовлення рідною мовою зв'язки проводяться досить легко. Що стосується англомовного повідомлення, то слухач повинен керуватися не лише активним вокабуляром, але й пасивним, набутим, в основному, в процесі читання. Закарбований в пам'яті зоровий образ не завжди легко асоціюється із слуховим. Не меншої уваги заслуговує і так званий, потенціальний словник, який ніколи не був у вжитку у слухача (зазвичай, інтернаціональні слова) (Гез, 1982).

Ймовірне прогнозування усного повідомлення передбачається на всіх рівнях його сприйняття – від складу до цілого тексту, при чому, чим ширше контекст і важче структура цілого повідомлення, тим більше сприйняття залежить від імовірного оцінювання всього повідомлення.

На фонематичному рівні успіх передбачення визначається знанням ймовірнісної звукової послідовності. Під час аудіювання найбільш важливими для розуміння є звуки, що знаходяться посередині, адже вони наголошені.

Лінгвістичною основою прогнозування на рівні фрази є типи синтаксичних зв'язків, вміння зберегти в пам'яті сліди від серії слів, тобто загальмувати передчасний висновок про сутність висловлювання на основі частини речення.

Прогнозування на рівні тексту пов'язано з додатковими труднощами. Навіть досвідчений слухач не завжди здатен утримати всю інформацію, об'єднати різні факти у загальний контекст та зрозуміти мотиви і приховані сенси повідомлення. Для цього необхідні спрямованість уваги, інтерес до теми повідомлення та певна схильність до мисленневої обробки інформації.

Таким чином, нами було розглянуто особливості сприйняття англомовних усних повідомлень та їх засвоєння.

Перспективами дослідження вважаємо формування принципів відбору усних англомовних повідомлень для формування лінгвосоціокультурної компетентності у майбутніх учителів англійської мови в аудіюванні.

ЛІТЕРАТУРА

- Гез, Н. И. (1982). Методика обучения иностранным языкам в средней школе. Москва: Высш. школа.
- Ніколаєва, С. Ю. (2013). Методика навчання іноземних мов і культур: теорія і практика. Київ : Ленвіт.

ХАРАКТЕРИСТИКА ЄВРОПЕЙСЬКОГО МОВНОГО ПОРТФЕЛЯ ДЛЯ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Скула М. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Сьогодні розширення сфери соціальної мобільності і ріст міжкультурних контактів вимагають кращої підготовки майбутніх учителів англійської мови.

Зокрема, слід звернути увагу на розвиток такого виду мовленнєвої діяльності як діалогічне мовлення (ДМ). Для того, щоб майбутні вчителі англійської мови (АМ) могли самостійно оцінювати свої знання, європейські експерти розробили Європейський мовний портфель (ЄМП).

ЄМП – це пакет документів, за допомогою яких збирають і систематизують свої досягнення; відображають свій досвід у вивченні іноземних мов, представляють зразки виконаних робіт з метою формування умінь мислити самостійно та критично (Trim, 2012) .

У працях провідних методистів представлено професійний портфель учителя іноземної мови (В. В. Черниш), ЄПМ для майбутніх економістів (С. Ю. Ніколаєва, Н. В. Ягельська), а також мовні портфелі для учнів початкової школи (Н. Д. Гальскова, З. Н. Нікітенко), які укладені відповідно до загальноєвропейських рекомендацій Ради Європи (ЗЄР).

Актуальність проблеми формування вмінь у майбутніх учителів англійської мови (АМ) використовувати ЄМП в англomовному діалогічному мовленні зумовлюється низьким розвитком умінь спілкування, що негативно впливає на рівень сформованості іншомовної комунікативної компетентності (ІКК). Ми переконані, що формування такої здібності слід розпочинати з перших років підготовки майбутніх учителів у вищому навчальному закладі. Згідно із ЗЄР з мовної освіти, рівень сформованості компетентності у ДМ у студентів 2 курсу повинен відповідати рівню В2, згідно з яким студенти можуть:

- користуватись мовою вільно, правильно й ефективно, в широкому діапазоні загальних, академічних, професійних тем про дозвілля, чітко позначаючи зв'язки між ідеями; спонтанно спілкуватись, добре контролюючи граматичний аспект, без жодних ознак необхідності обмеження того, що він/вона хоче сказати, приймаючи стиль мовлення залежно від обставин.
- спілкуватись настільки вільно і спонтанно, що це дозволяє здійснювати регулярну інтеракцію та підтримувати стосунки з носіями мови без жодних утруднень/незручностей для кожної сторони; виділити особисте значення подій та вражень, висловлюючись "за" і чітко підтримуючи певні погляди, наводячи відповідні пояснення та аргументи.

Перейдемо до характеристики ЄМП в цілому.

Зміст ЄМП починається з розділу “Мовний паспорт” який є свідченням рівня володіння майбутніх учителів АМ і складається з двох таблиць: у першій таблиці – “Кваліфікації та сертифікати” – власник Портфеля вказує власний рівень володіння іноземними мовами, набутий після закінчення певних навчальних закладів і складання кваліфікаційних екзаменів; у другій таблиці – “Досвід вивчення іноземних мов” – власник Портфеля інформує про документально підтверджений досвід вивчення іноземних мов.

Цей розділ містить також “Блок самооцінки”, який складається з двох частин: перша містить таблиці самооцінки, за допомогою яких студенти можуть визначити власний рівень володіння АМ; друга – оціночні шкали, які дозволяють власнику Портфеля прослідкувати його власний прогрес у навчанні (на початку навчання, після закінчення першого курсу, після закінченні загального курсу “Практика усного і писемного мовлення АМ” і надалі) (Галькова, 2000).

Другий розділ ЄМП – “Мовна Біографія”. Він допоможе студентам організувати власну навчально-пізнавальну діяльність, спостерігати успіхи й оцінювати результати. Структура цього розділу така:

- “Моя власна біографія вивчення мови”;
- контрольні листи для самооцінки;
- таблиці підрозділу “Мої цілі”;
- “Досвід міжнародного культурного спілкування”.

Останній розділ ЄМП – “Досьє” – містить всю інформацію, що, на думку власника ЄМП, може підтвердити оволодіння ним певними вміннями іноземною мовою (Trim, 2012).

Таким чином, ми можемо зробити висновок, що портфель для навчання ДМ майбутніх учителів АМ формується згідно з загальними принципами укладання ЄМП. Він складається з трьох компонентів і розділами його є: Мовний Паспорт, Мовна Біографія, Досьє. Як переконує аналіз наукової літератури, ЄМП є ефективним інструментом формування у майбутніх учителів АМ вмінь самооцінювання, в основі яких лежить рефлексія.

Перспективним є подальше дослідження потенційних можливостей укладання переліку дискрипторів, що становитиме розділ ЄМП з ДМ для майбутніх учителів англійської мови.

ЛІТЕРАТУРА

- Галькова, Н. Д. (2000). Языковой портфель как инструмент оценки и самооценки учащихся в области изучения иностранных языков. *Иностранные языки в школе*, 5, 6-11.
- Черниш, В. В. (2009). Особливості Європейського Портфеля для студентів – майбутніх учителів іноземних мов. *Вісник Чернігівського державного педагогічного університету*, 63, 225-229.
- Trim, J. L. M. (2012). Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment. Retrieved from https://www.coe.int/t/dg4/linguistic/source/framework_en.pdf

ІНТЕРНЕТ ЯК МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ

Сривкова Ю. В., Шутенко А. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Новітній маркетинг як філософія управління ринками спирається на використання сучасних засобів інформування та дослідження. Нова парадигма маркетингу відводить дедалі більшу роль аналітиці для визначення довгострокової перспективи розвитку підприємства а також розробці стратегічних планів. Маркетинг вимагає прийняття оперативних рішень і швидкого пошуку інформації. Найкращим методом оптимізації маркетингової діяльності є використання інтернет-технологій. Перевагами цього інструментарію є швидкість та достовірність отриманої інформації.

Дослідження спеціалізованих програм полягає у виокремленні основних напрямків маркетингової діяльності (маркетингове планування, збутова діяльність, проведення рекламної кампанії, аналітика та підтримка рівня лояльності) та пошук найкращих засобів для їх практичної реалізації.

Першим етапом побудови маркетингової кампанії є проведення вторинного та первинного дослідження ринку. Аналізи можуть бути проведені за допомогою сучасних систем обліку, що дозволяють отримати структуровану вибірку у найкоротший час. Найвідомішими сервісами для отримання інформації про потенційних клієнтів, створення опитувань та подальшої обробки даних є Survey Monkey, Survio, Simpoll, Anketolog, Social Engage та Webanketa.

Після стадії аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства та вибору сегменту відбувається утворення рекламної кампанії, що формується на основі грошових та трудових затрат. Значна роль у процесі просування товарів на ринок належить наступним засобам маркетингової комунікації: Social Media Marketing, Search Engine Optimisation, PR, E-mail маркетинг та Event маркетинг. Щоденне використання перелічених засобів маркетинг-спеціалістами зумовило розвиток галузі надання B2B(Business-to-business) послуг та появи спеціалізованих програм щодо оптимізації робочого процесу.

Згідно з дослідження, що було проведено у 2017 році командою Get Response (онлайн-платформа, що допомагає в оптимізації онлайн-маркетингу), найбільш ефективним засобом комунікації з існуючою аудиторією а також способом пошуку нової є Social Media Marketing (маркетинг в соціальних мережах) (KristaLiebmann, 2017). Проте, організація SMM кампанії є довготривалим та одноманітним процесом, автоматизувати який можна за допомогою спеціалізованих розширень: Церебротаргет, PepperNinja, Wobot, Popsters.

Wobot застосовується для: первинної або глибокої оцінки присутності бренду або персони в соціальних медіа; розробки плану просування або стратегії присутності в соціальних мережах; відстеження негативних згадок і оперативного реагування на них; виявлення цільової аудиторії в мережах і її вивчення; виявлення лідерів думок, тем і тенденцій (Wobot).

На другому за ефективністю місці знаходиться E-mail маркетинг, що дозволяє вибудувати пряму комунікацію з клієнтами і функціонує у вигляді автоматичної розсилки рекламних повідомлень. Спеціалізовані програми дозволяють керувати процесом відправлення повідомлень та вести статистику переглядів та “кліків”. До таких програм відносяться: eSputnik.com, EDMdesigner, Emailacid.

Наступним за сумою повернення на інвестиції (ROI) була названа оптимізація сайту у пошукових мережах –SearchEngineOptimisation. SEO – це комплекс заходів, що спрямований на збільшення відвідуваності сайту, просування сайту вгору у пошукових системах. Експерт у даній області використовує широкий перелік інструментів, що зумовлено специфікою виконання роботи: Semrush, ScreamingFrog, Outreachr, arsenkin.ru, Seoquake.

SEMrush – збирає дані з Google і Bing, він дозволяє відстежувати: позиції конкурентів по ключовим словам; трафік; ціну за клік, рівень конкуренції, текст рекламного оголошення; скільки витрачає грошей домен на проведення рекламних кампаній.

Сучасні маркетингові програми дозволяють керувати процесами, що не пов'язані з інтернет-маркетингом. Таким чином, BTL-активність компанії може бути налагоджена за допомогою мережі Інтернет. Численні продукти дозволяють полегшити організацію виставок та семінарів, надаючи допомогу з пошуком аудиторії, розповсюдженням інформації про події, пошуком локації та навіть забезпеченням рекламних плакатів, тематичних фотозон та інших рекламних продуктів: Nice Meeting, Eventstagram та Eventbrite (eventstag).

Традиційні медіа поступово відходять у минуле, тим самим поступаючись місцем новим засобам передачі інформації. Будь-який потенційний споживач може, використовуючи інтернет, отримати інформацію про товар, а також купити його. Це ефективний інструмент досліджень, розвитку торгівлі та бізнесу, впливу на аудиторію. Компанії, що використовують інтернет-маркетинг, економлять гроші як на персоналі, який займається продажами і на рекламі.

ЛІТЕРАТУРА

Eventstag, від: <https://eventstag.com/>

Krista Liebmann. (2017). *Email Marketing & Beyond: Global Industry Benchmarks 2017* [free Report] - *Getresponse Blog*, від <https://blog.getresponse.com/email-marketing-beyond-free-report.html>

Wobot. (б.д.). *Новый сервис для аналитики и мониторинга социальных сетей – Wobot*, від http://www.sociologos.ru/novosti/Novyj_servis_dlya_analitiki_i_monitoringa_socialnyh_setej_-_wobot

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА: ERP-СИСТЕМИ В ПЕРІОД ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Шташенюк А. В.

Київський національний лінгвістичний університет

З розвитком сучасних інформаційних технологій та поширенням процесів глобалізації на підприємствах частіше починають використовувати автоматизовані системи управління, зокрема інформаційні системи управління ресурсами. Вони стають одними з інноваційних технологій забезпечення конкурентоспроможності підприємств на внутрішньому та зовнішньому ринках, тому їх впровадження може вивести компанію на новий рівень, удосконалити методи управління та зробити виробництво більш ефективним.

ERP-системи (англ. *Enterprise Resource Planning System*) – це інформаційні системи (ІС) управління ресурсами, що забезпечують виконання всіх основних функцій підприємства незалежно від його роду діяльності або статуту. Такі системи здатні керувати виробництвом, поширенням товарів, обліком наявності товарів, виставленням рахунків, фактур та бухгалтерським обліком підприємства.

Програмне забезпечення класу ERP допомагає контролювати багато видів економічної діяльності, включаючи продажі, доставку, складання накладних, виробництво, контроль якості та управління трудовими ресурсами. ERP системи взаємопов'язані між собою, визначають численні бізнес-процеси і забезпечують передачу даних між ними. Збираючи загальні транзакційні дані організації з багатьох джерел, ці системи усувають дублювання і забезпечують цілісність даних за допомогою “єдиного джерела достовірних даних” (Стремякова, 2018).

Для будь-якої ERP-системи, практично, обов'язковою є наявність можливості електронного обміну даними з іншими програмними модулями, а

також моделювання ситуацій, пов'язаних з плануванням і прогнозуванням. Традиційно ці системи будуються на базі трирівневої архітектури “клієнт-сервер”, коли між сервером бази даних і клієнтами знаходиться сервер застосувань, що відповідає за здійснення всієї бізнес-логіки системи. Процедура впровадження ERP-системи включає створення робочої групи щодо впровадження ІС, виявлення інформаційних потоків на підприємстві, формування нормативно-довідкової бази документів, побудову концептуальної, логічної і фізичної моделей діяльності підприємства, опис оптимізації бізнес-процесів підприємства, виконання пілотного проекту, тобто етап попереднього впровадження. На цій стадії повністю моделюється вся діяльність підприємства, в окремих підрозділах у систему вводяться фактичні дані і послідовно тестуються бізнес-функції шляхом моделювання реальних ситуацій, відпрацьовуються взаємні роботи підрозділів на основі тестових прикладів (Плескач, Затоцька, 2011).

Протягом адаптації системи на підприємстві здійснюється налагодження системи відповідно до проекту впровадження і тестування окремих модулів у групі впроваджень. Кінцеві користувачі при цьому навчаються працювати з настроєною системою на своїх робочих місцях.

У розробці програмного забезпечення ERP-систем велику увагу було надано засобам інтеграції зі сховищами даних. А з розвитком глобалізаційних процесів у ERP-системах почали розробляти засоби інтеграції та адаптації з іншими програмними продуктами і системами з метою забезпечення цілісного та безпечного функціонування та взаємозв'язку компаній на місцевих та світових ринках. До переваг впровадження ERP-систем можна віднести зниження собівартості за рахунок підвищення продуктивності; зменшення часу виходу товарів і послуг на ринок; скорочення кількості виробничих операцій; зменшення складських запасів; підвищення якості продуктів; зростання інформованості керівництва; підвищення якості прогнозу і планування; формалізації бізнес-процесів компанії; інтеграцію всіх підрозділів компанії.

За оцінками аналітиків, запровадження ERP-систем призводить до скорочення складських запасів підприємства на 8–35%, зростання продуктивності праці на 8–27% та збільшення кількості виконаних замовлень на 7–20 % (Плескач, Затоцька, 2011). Основні проблеми впровадження ERP-систем полягають у неефективності самого впровадження, складності ефективної інтеграції ERP-систем із застосуваннями інших фірм, обмеженні аналітичної можливості ERP-систем і недостатній підтримці процесів прийняття рішення, недостатніх можливостях щодо генерації складних інформаційних потоків.

Серед згаданих вище переваг та недоліків можна виділити такі причини, внаслідок яких підприємства у всьому світі прагнуть до впровадження ERP-систем:

- інтеграція всіх бізнес-процесів підприємства за єдиними правилами і забезпечення оперативного отримання інформації керівництвом про всі види діяльності підприємства;

- можливість заміни безлічі автономних корпоративних функцій підприємств, що не задовольняють вимогам сучасного бізнесу, однією ERP-системою.

Отже, з розвитком глобалізаційних процесів та інформаційних технологій управління та взаємодія між компаніями стає доступнішою та продуктивною. Технологічне інформаційне середовище руйнує сталу ієрархію управління, створюючи на її місці більш гнучкі вільні структури. Автоматизовані інформаційні системи і нові технології дають можливість оптимізувати і раціоналізувати управлінські функції, відкривають нові шляхи побудови збалансованого суспільства, вдосконалюючи всі сфери його життя і діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

- Стремякова, Е. (2018). *ERP – система планування та управління ресурсами підприємства*. Отримано з <http://dss-bi.com.ua/System/>
- Плескач, В. Л., Затоцька, Т. Г. (2011). *Інформаційні системи і технології на підприємстві. ERP-система (планування ресурсів підприємства)*. Отримано з http://pidruchniki.com/1171062647760/informatika/erp-sistema_planuvannya_resursiv_pidpriyemstva

КРИТЕРІЙ ВІДБОРУ ВІДЕОФОНОГРАМ ДЛЯ РОЗВИТКУ ВМІНЬ МОНОЛОГІЧНОГО МОВЛЕННЯ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Шеремет Ю. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Перші десятиліття XXI століття відзначені значними змінами у соціально-економічному розвитку України, у тому числі і в освітній сфері. Актуалізація міжнародних зв'язків нашої держави та посилення її авторитету у світовому та європейському просторі стали передумовами до трансформації вітчизняної освітньої галузі. Як нове суспільство потребує нового громадянина, так і сучасна освіта потребує сучасних учителів, здатних підготувати українців до життя в оновленому суспільстві.

Невід'ємною частиною професійної діяльності учителя є педагогічне мовлення, що актуалізується у двох проявах – монологічному та діалогічному мовленні. Найпоширенішими формами монологічного мовлення (ММ) учителя є розповідь, лекція, коментар, пояснення та розгорнуті оціночні судження, успішність перебігу яких залежить від рівня розвитку відповідних умінь. Для їх ефективного розвитку постає необхідність пошуку нових засобів та прийомів навчання. Зокрема, нами було попередньо проаналізовано методичний потенціал автентичної відеофонограми як засобу навчання монологічного мовлення майбутніх учителів англійської мови.

Відомо, що успішність використання певного засобу навчання залежить від доцільності критеріїв його відбору. Питання відбору відеофонограм для навчання іноземної мови (ІМ) стало темою дослідження низки науковців, а

саме: Р. А. Берка, Н. І. Бичкової, О. І. Гузь, І. В. Зайцевої, Т. П. Леонтєвої, Т. О. Яхнюк, які розглядали використання відеофонограми на різних етапах здобуття освіти. Проте вважаємо, що проблема принципів відбору відеофонограм не може вважатися цілком вирішеною.

Таким чином, мета нашого дослідження полягає у розробці основних критеріїв відбору відеофонограм для навчання монологічного мовлення майбутніх учителів англійської мови.

Н. Ф. Бориско визначає критерії відбору як основні ознаки, за допомогою яких якісно та кількісно оцінюється текстовий матеріал з метою використання його як навчального матеріалу. Проаналізувавши принципи відбору автентичних відеофонограм, запропонованих вітчизняними та зарубіжними науковцями, зокрема В. В. Черниш та Рональдом Берком, вважаємо за доцільне об'єднати їх класифікації та сформулювати наступні критерії відбору автентичних відеофонограм для навчання ММ:

- 1) автентичність;
- 2) тривалість відеофонограми;
- 3) доцільність та відповідність тематики Програми;
- 4) інформативність, актуальність та новизна;
- 5) відповідність інтересам студентів;
- 6) доступність та посильність навчального матеріалу;
- 7) розвивальна цінність матеріалу.

Опишемо вказані критерії докладніше.

Під **автентичністю** розуміємо автентичність змісту та мовного матеріалу відеофонограми.

Визначаючи **тривалість відеофонограми**, ми спираємося на вимоги чинної Програми для студентів II курсу закладів вищої освіти.

Згідно з принципом **доцільності та відповідності тематики Програми**, слід передбачити в складі змісту не лише традиційно виокремлювані елементи (знання, уміння та навички), а й ті, що відображають досвід творчої діяльності й власного ставлення до загальнолюдських цінностей, які є основними складовими гуманістичної та особистісної орієнтації освіти.

Відповідно до принципу **інформативності, актуальності та новизни** навчального матеріалу, зміст відеофонограми повинен відповідати сучасним вимогам суспільства, інформація має бути актуальною та такою, яка відображає реальний стан подій та новою за змістом для студентів.

Відповідність інтересам, а також комунікативним потребам та інтелектуальному рівню студентів мотивують навчальну діяльність та викликають позитивні емоції студентів, що сприяє підвищенню ефективності навчання.

Для визначення **доступності та посильності навчального матеріалу** варто звернути увагу на обсяг набутих студентами знань, сформовані мовленнєві навички та вміння, а також набутий досвід у користуванні ними на практиці.

У принципі **розвивальної цінності матеріалу** передбачається відбір відеофонограми, інформаційний зміст та мовленнєве оформлення якої сприятиме розвитку мовленнєвих навичок і вмінь в цілому та ММ зокрема, а також психофізіологічних механізмів та емоційно-вольової сфери студентів.

Таким чином, ми визначили й охарактеризували основні критерії відбору відеофонограми для навчання монологічного мовлення.

Перспективами дослідження є теоретичне обґрунтування використання відеофонограми у процесі навчання майбутніх учителів ММ, розробка методики використання відеофонограми, а також розробка групи вправ для розвитку умінь ММ майбутніх учителів ІМ.

ЛІТЕРАТУРА

- Черниш, В. (2013). Методика формування у майбутніх учителів професійно орієнтованої англomовної компетенції. Київ: Ленвіт.
- Berk, R.A. (2009). Multimedia teaching with video clips: TV, movies, YouTube, and mtv U in the collegeclassroom. *International Journal of Technology in Teaching and Learning*, 5(1), 1–21. Retrieved from www.researchgate.net/publication/228349436

ПСИХОЛОГІЯ

ВИХОВНИЙ ТА РОЗВИВАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІНТЕРАКТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НАВЧАННЯ

Біленко Н.Ф.

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасних умовах суспільство потребує якісно нового рівня освіти, який би відповідав міжнародним стандартам. Зумовлюється необхідність удосконалення підготовки у закладах вищої освіти майбутніх фахівців, які відповідали б цим стандартам. На сучасному етапі відбувається пошук нових підходів до формування професійних умінь майбутніх викладачів закладів вищої освіти шляхом активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів. Серед теоретичних і практичних розробок вчені особливу увагу приділяють інтерактивним технологіям навчання, які є активними, націленими на результат та забезпечують взаємодію в аудиторії.

Отже, важливо розглянути виховний та розвивальний потенціал інтерактивних технологій навчання у контексті формування професійних умінь майбутніх викладачів.

За О.І. Пометун та Л. В. Пироженко суть інтерактивного навчання полягає в тому, що навчальний процес відбувається тільки завдяки постійній, активній взаємодії всіх студентів. Це співнавчання, взаємонавчання (колективне, групове, навчання у співпраці), де і студент, і викладач є рівноправними, рівнозначними суб'єктами навчання і розуміють, що вони роблять, рефлексують з приводу того, що знають, уміють і здійснюють. Організація інтерактивного навчання передбачає моделювання життєвих ситуацій, використання рольових ігор, спільне розв'язання проблеми на основі аналізу обставин і відповідної ситуації. Воно ефективно сприяє формуванню навичок і

вмінь, виробленню цінностей, створенню атмосфери співробітництва та взаємодії (2004).

Таким чином, інтерактивні технології навчання сприяють соціальному, інтелектуальному та духовному розвитку студентів і готовності жити й працювати в сучасному суспільстві. Вони дають найбільший простір для самореалізації студента, орієнтовані на виховання та розвиток потреб особистості, тому особлива увага приділяється організації процесу ефективної багатосторонньої комунікації, яка характерна мінімальною сконцентрованістю на поглядах викладача. Учасники такої комунікації відкриті, самостійні, активні та більш мобільні.

У результаті організації навчальної діяльності із застосуванням інтерактивних технологій навчання, у студентів розвиваються психічні процеси – пам'ять, сприймання, увага, уява тощо; виявляються такі мисленнєві операції, як синтез, аналіз та узагальнення; формується воля та характер. Більш того вони розвивають у студентів численні здібності у різноманітних видах творчої діяльності, розширюють кругозір, розвивають спостережливість та знайомлять студентів з важливими елементами професійної діяльності.

Застосування інтерактивних технологій навчання в освітньому процесі спрямоване на розвиток у студентів:

- навичок до створення нестандартної атмосфери в аудиторії;
- мисленнєвої та творчої діяльності; покращення показників запам'ятовування навчальної інформації;
- навичок спілкування та взаємодії;
- навичок аналізу та самоаналізу в процесі групової та особистісної рефлексії;
- комунікативної готовності до роботи в групі у порівнянні з фронтальною роботою;
- мовленнєво-комунікативних умінь.

Інтерактивні технології навчання мають також вагомий виховний потенціал, спрямований на особистісне зростання студентів. Вони підвищують навички студентів у колективній роботі та об'єднання їхнього колективу.

Особливістю занять із застосуванням інтерактивних технологій навчання є те, що до виконання завдання неможливо заздалегідь підготуватися. У них немає єдиного правильного рішення, учасникам доводиться кожен раз шукати його знов і це завжди власне рушення студента, що практично моделює процес професійної діяльності майбутнього викладача (Коберник, 2006)

Роль інтерактивних технологій навчання у вихованні та розвитку особистості є досить вагома. По-перше, інформаційне суспільство вимагає підготовки таких спеціалістів, які здатні адаптуватися в мінливих умовах життя. Інтерактивні технології, завдяки своїй особливій наближеній до життя ситуації, створюють умови мінливості та ситуативності. По-друге, складні процеси у різних сферах діяльності людей вимагають від викладачів систематично здобувати та відбирати нові знання, загальної та професійної культури. Інтерактивне навчання має пошукову природу. Таким чином студент

набуває навичок творчого підходу до свого життя. По-третє, у сучасному суспільстві, де інформація стає основним капіталом, важливим для кожного його члена є вміння нею керувати. Інтерактивні технології передбачають таку організацію роботи студентів, яка спонукає їх до самостійної роботи з інформацією. Колективна, спільна робота виховує критичне мислення, необхідне майбутньому викладачу.

Отже, інтерактивні технології навчання, виступаючи як багатоаспектні засоби навчання особистості студентів, мають значний виховний і розвивальний потенціал та зумовлюють розвиток у студентів психічних процесів й творчих здібностей.

ЛІТЕРАТУРА

- Коберник Г.П. (2006). Виховний та розвивальний потенціал інтерактивних технологій навчання. Сільська школа України, № 16-18, с. 68-76.
- Пометун О. І., Пироженко Л. В. (2004). Сучасний урок. Інтерактивні технології навчання: наук.-метод. посіб. Київ. 192 с.

СТАТЕВІ ВІДМІННОСТІ ПЕРЕЖИВАННЯ САМОТНОСТІ В ЮНАЦЬКОМУ ВІЦІ

Ведмеденко А. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Дослідження феномену самотності посідає достатньо важливе місце в сучасній психології. З майже необмеженим доступом до соціальних мереж та розвитком інтернету міжособистісне спілкування в наш час набуває нових форм, а його значення видозмінюється. Дані тенденції, в свою чергу, позначаються на переживанні людьми самотності. Особливо це стосується представників підліткової та юнацької вікових груп, для котрих використання технічних засобів є повсякденним. Вивченню особливостей переживання самотності в юнацькому віці приділено достатньо досліджень, однак вивчення статевої відмінностей у переживанні феномену самотності є актуальною та малодослідженою проблематикою.

Метою нашого дослідження було виявлення статевої відмінностей у переживанні самотності юнаками. Для реалізації практичних завдань було використано диференційний опитувальник переживання самотності (Осин, Леонтьев, 2013) з метою встановлення типу самотності та відношення до нього, та діагностичний опитувальник (Корчагіна, 2008) з метою виміру глибини переживання самотності. Дослідження проводилось на вибірці, що складалась із 63 осіб, з яких 42 особи жіночої статі і 21 особа чоловічої статі, віком від 16 до 26 років. За допомогою тестових методик були виміряні показники, що характеризують переживання самотності, такі як: ізоляція, самовідчуття, відчуження, дисфорія, проблемна самотність, потреба в компанії, радість усамітнення, ресурс усамітнення, загальне переживання самотності, залежність від спілкування, позитивна самотність та глибина самотності.

Оскільки розподіл показників у вибірці не відповідає нормальному розподілу ($p = 0,21$), було використано критерій Манна-Уїтні та розраховано середні показники по кожній шкалі тестів для представників чоловічої та жіночої статі. Після аналізу отриманих даних та порівняння, було встановлено, що відмінності у переживанні самотності чоловіками та жінками є суттєвими. Значущими виявилися відмінності за наступними показниками (вказано рівень значущості та середній показник для статі): переживання самотності ($p = 0,005$; жін.: 11,78, чол.: 8,57), дисфорія ($p = 0,02$; жін.: 9,73, чол.: 8,04), проблемна самотність ($p = 0,003$; жін.: 11,85, чол.: 9,47), потреба в компанії ($p = 0,003$; жін.: 11,92, чол.: 8,85), загальне переживання самотності ($p = 0,02$; жін.: 34,02, чол.: 28,04), залежність від спілкування ($p = 0,002$; жін.: 33,52, чол.: 26,42), глибина самотності ($p = 0,01$; жін.: 29,73, чол.: 27,19). Відмінності показників чоловіків та жінок за такими шкалами як ізоляція, відчуження, радість та ресурс усамітнення, а також позитивна самотність виявилися незначущими.

Отримані результати вказують на те, що існують значимі статеві відмінності у переживанні стану самотності серед представників юнацького віку. При порівнянні середніх показників між групами осіб чоловічої та жіночої статі юнацького віку було виявлено: загалом, жінки переживають стан самотності важче, ніж чоловіки, (шкала самовідчуття); їх ступінь актуального переживання самотності вищий (шкала глибина самотності). Жінки мають більше негативних емоцій, пов'язаних з цим станом (шкала дисфорія), оцінюють самотність як негативний феномен та як проблему (шкала проблемна самотність), потребують компанії та спілкування, щоб впоратися з переживаннями, пов'язаними з цим станом. Вищими у жінок виявилися показники, що вказують на неприйняття самотності та схильність до пошуку спілкування з метою уникнення ситуацій усамітнення, які пов'язані з неприємними або хворобливими переживаннями (шкали потреба в компанії, залежність від спілкування).

Варто зазначити, що значимих відмінностей за показниками радості та ресурсу усамітнення між жінками та чоловіками не виявлено (12,5 і 18,5 для жінок, та 13,3 і 18,3 для чоловіків відповідно). Отже феномен самотності проявляється багатогранно у представників обох статей, і одночасно з переживанням самотності, жінки, як і чоловіки, усвідомлюють продуктивні аспекти усамітнення та можуть вбачати в ньому ресурс для особистісного розвитку.

Причини таких відмінностей у переживанні самотності можуть бути пояснені тим, що для жінок набагато більшого значення, ніж для чоловіків, відіграє емоційна сфера та спілкування. Відомо, що жінки більш схильні до вирішення проблем за допомогою обговорення, взаємодії (Ільин, 2004). Відповідно, зі зниженням соціальної взаємодії, загострення переживання жінок та погіршення їх емоційного стану стає більш імовірним, що і пояснює переважне сприймання самотності ними як проблеми та негативного явища.

Отже, переживання самотності в юнацькому віці має певні особливості серед чоловіків та жінок. Феномен самотності, що є багатомірним та специфічним переживанням для кожної людини взагалі, проявляється у жінок

дещо сильніше, має більший вплив на їх емоційний стан, ніж у чоловіків, але при цьому також може виступати як ресурс для саморозвитку.

ЛІТЕРАТУРА

- Ильин, Е. П. (2004). Психология индивидуальных различий. Санкт-Петербург: Питер.
- Корчагина, С. Г. (2008). Психология одиночества. Москва: Московский психолого-социальный институт.
- чОсин, Е. Н., Леонтьев, Д. А. (2013). Дифференциальный опросник переживания одиночества: структура и свойства. *Психология. Журнал Высшей школы экономики*, №1, С. 55–81.

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СТОСУНКІВ У ПОДРУЖНІЙ ДІАДІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

Гутник К. Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Згідно останніх статичних даних, представлених дослідниками Інституту демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи, сучасне українське суспільство переживає демографічну кризу. Її характерними ознаками є: зменшення кількості населення (в цілому), кількісна перевага старшого покоління (старіння нації), активна еміграція молоді (переважно до країн Євросоюзу), криза сімейних стосунків (трансформація інституту шлюбу, зростання кількості розлучень). Ознаки названих явищ були зафіксовані дослідниками станом на 2017 рік. Беручи до уваги результати дослідження, науковці роблять досить несприятливий прогноз на майбутнє, якщо ситуація не буде змінюватись на краще (Лаврик, 2017).

Інститут сім'ї являється ключовим для розвитку окремої особистості та суспільства в цілому. Сім'ю визначають як складну систему стосунків, що об'єднує не тільки саме подружжя, а й спільних дітей, а також інших людей, з якими вони перебувають в близьких родинних стосунках. Окрім того, сім'я являє собою соціальне утворення (структурна частина суспільства) та є репрезентативною мікро-моделлю всього суспільства, в якому функціонує. Водночас сім'я виступає у якості соціального інституту як мала соціальна група, що має історично окреслену організацію, члени якої пов'язані певними специфічними стосунками, спільним побутом та взаємною відповідальністю; її соціальна необхідність полягає в потребі представників суспільства у фізичному та духовному відтворенні населення. Це визначення дає змогу зробити висновок, що ознаками сім'ї є шлюбні зв'язки, спорідненість, побутові та фінансово-економічні стосунки (Вербець, Христюк, Субот, 2009).

Ключовим для утворення сім'ї (відповідно до традиційних точок зору) є укладення шлюбу, тобто добровільний та рівноправний союз між жінкою та чоловіком, метою якого є створення тієї ж сім'ї. Шлюбні стосунки визнані суспільно та санкціоновані юридично (або звичаєвим правом); їх головною

метою є створення сім'ї та легалізації її статусу в суспільстві. Фактично шлюб можна вважати соціальною формою партнерських стосунків між чоловіком та жінкою, яка піддається соціально-економічним та культурним змінам впродовж певних історичних етапів розвитку окремого суспільства. Саме через шлюб суспільство здатне впорядковувати і санкціонувати статеве життя людини, встановлювати подружні та батьківські права, а також обов'язки. Сімейно-шлюбні стосунки подружжя регулюються відповідно до певних суспільних норм та санкцій інституту шлюбу. Останній являє собою сукупність соціальних норм, що були розроблені з метою санкціонування стосунків між членами подружжя через систему взаємних обов'язків та прав, які, в свою чергу, істотно впливають та оптимальне функціонування та розвиток кожної окремої сім'ї, а також суспільства в цілому. Окрім того, варто звернути увагу на той факт, що подружні стосунки регулюються також юридичними та культурними нормами, закріпленими в певному суспільстві (Вербець, Христюк, Субот, 2009).

Виходячи з викладеного вище, ми дійшли висновку, що сім'я закладає підвалини для розвитку всього суспільства та майбутнього всієї країни. Якщо ця ланка виявляється хиткою, то структура всього суспільства являється нестійкою до змін та трансформацій на нових етапах розвитку суспільства. Криза сім'ї – це криза суспільства. Якщо опиратись лише на індивідуальний суб'єктивний досвід, то може здаватись, що українське суспільство з його багатовіковими традиціями максимально віддалене від цієї проблеми. Проте дослідники сфери шлюбно-сімейних стосунків наполягають на протилежному. Варто лише, для прикладу, розглянути дані Державної статистичної служби України щодо балансу укладених та розірваних шлюбів. Станом на 2016 рік на 229 453 укладених шлюбів припало 129 997 розлучень. Фактично більше половини укладених шлюбів руйнуються, що не може не впливати як на окремих членів подружжя (розподіл батьківських обов'язків при наявності спільних дітей та спільного майна), так і на розвиток суспільства (Державна служба статистики України, 2018).

Факторам успішності стосунків присвячено низку як вітчизняних, так і зарубіжних досліджень (і не тільки суто психологічних). Проте, досі не було надано чіткої єдиної відповіді на питання: “Що об'єднує двох різних людей в стосунках та допомагає зберегти їх впродовж всього життя?”. Очевидно, що на сьогодні не тільки українське, а й світове суспільство переживає істотні соціально-історичні зміни, які стосуються в тому числі й інституту шлюбу. На нинішньому етапі розвитку світового суспільства все частіше починають підійматися теми партнерських стосунків, гендерної рівності, патологічних форм стосунків, нетрадиційних форм стосунків (гомосексуальні, полігамні шлюби), асексуальності, добровільної відмови від стосунків та сім'ї (в тому числі й рух “Child-free”). Публічне обговорення цих аспектів суспільного життя призводить до “гарячих” дискусій та суперечок, до яких залучаються всі, хто бажає палко відстоювати власні переконання, починаючи від науковців, закінчуючи релігійними та політичними лідерами.

Оскільки проблема розвитку стосунків в подружній діаді відноситься до ряду гостро-соціальних, то варто було б зосередити на ній набагато більше наукового інтересу з метою організації та проведення міждисциплінарного дослідження. Результати такого дослідження могли б принести значно більше користі, аніж закріплені століттями соціальні стереотипи, що часто не мають нічого спільного з реальним станом речей.

ЛІТЕРАТУРА

- Вербець, В. В., Христюк, Т. А., Субот, О. А. (2009). *Соціологія*. Київ: КОНДОР.
- Державна служба статистики України. (2018). *Шлюби та розлучення*. Взято з: http://database.ukrcensus.gov.ua/MULT/Dialog/statfile_c_files/shlub.html
- Лаврик, Я. (2017). *Демографічна криза в Україні*. Взято з: https://uifuture.org/uk/post/demograficna-kriza-v-ukraini-cerez-10-rokiv-pracuucih-v-ukraini-bude-vdvici-mense-niz-pensioneriv_309

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ ПЕРФЕКЦІОНІЗМУ У СТУДЕНТІВ РІЗНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

Єганян А.Є.

Київський національний лінгвістичний університет

Сучасна молодь зацікавлена у самовдосконаленні, а прагнення до вдосконалення себе є природним стимулом людського розвитку, що актуалізує особистісний потенціал. Однак у своїх крайніх формах цей процес набуває ризикованих тенденцій, що відбиваються у феномені перфекціонізму. Перфекціонізм – це прагнення встановлювати високі стандарти. Перфекціонізм відображає наполегливе прагнення особистості до вдосконалення і ідеалізації себе (Александрова, 2016). На сьогоднішній день виявлено, що перфекціоністичні установки містять ряд компонентів, що одночасно і стимулюють їх носія до саморозвитку, і провокують психоемоційні розлади (Новгородова, 2014). Тобто, доцільно розглядати це явище у двох вимірах: нормальний та ненормальний перфекціонізм (Namachek, 1978); а також, як саме по собі багатомірне явище (Гаранян, 2009; Грачева, 2006). Концептуалізація феномену перфекціонізму особистості в проекції психолого-педагогічних досліджень є актуальним напрямком науково-дослідної діяльності. Крім того, актуальними напрямками є індивідуалізація освітнього процесу та психопрофілактика і психогігієна, задля підвищення рівня психологічного здоров'я, особливо в рамках освітніх закладів. Відповідно, метою даного дослідження постає визначення перфекціоністичних тенденцій у сучасних студентів різних спеціальностей.

Для вивчення особливостей прояву перфекціонізму у студентів було проведено емпіричне дослідження та проаналізовані особистісні показники студентів, що навчаються на спеціальностях різного напрямку у київських ВНЗ: КНЛУ, КНЕУ ім. Вадима Гетьмана, КПІ ім. Ігоря Сікорського, НМУ ім. А. А. Богомольця, Національний університет «Києво-Могилянська академія», КНУ

ім. Тараса Шевченка. У ході підготовки до проведення дослідження була підібрана вибірка обсягом 51 особа, обиралися студенти 1–5 курсів різних спеціальностей: медичних, економічних, гуманітарних та технічних.

У ході дослідження була використана методика “Багатовимірна шкала перфекціонізму”, скор. БШП (англ. Multidimensional perfectionism scale, скор. MPS) – діагностична шкала, розроблена канадськими вченими П.Л. Хьюїттом (P.L. Hewitt) і Г.Л. Флеттом (G.L. Flett) для вимірювання рівня перфекціонізму і визначення характеру співвідношення його складових у досліджуваного, – за якою виміряно такі показники: перфекціонізм, орієнтований на себе (self oriented perfectionism; ПОС), перфекціонізм, орієнтований на інших (socially oriented perfectionism; ПОІ), соціально приписаний перфекціонізм (socially prescribed perfectionism; СПП), а також інтегративна шкала загального рівня перфекціонізму. Всі показники аналізувалися за трьома рівнями вираженості: низький, середній та високий рівні.

Середній показник рівня перфекціонізму по групі складає 186 балів (середній рівень). Також по групі були виявлені такі середні показники: рівень перфекціонізму, що орієнтований на себе – 69 (середній рівень), рівень перфекціонізму, що орієнтований на інших – 58 (середній рівень), рівень соціально предписаного перфекціонізму – 59 (середній рівень). Серед вибірки було представлено 7 осіб з низьким рівнем перфекціонізму (13,7 % вибірки), 31 особа з середнім рівнем перфекціонізму (60,8 % вибірки), 13 осіб з високим рівнем перфекціонізму (25,5 % вибірки).

Розподіл показників за спеціальностями: студенти медичних спеціальностей – 203, економічних – 186, технічних – 182, гуманітарних – 176 балів. Серед медичних спеціальностей: рівень перфекціонізму, що орієнтований на себе – 77 (крайня межа середнього показника), рівень перфекціонізму, що орієнтований на інших – 64 (високий показник), рівень соціально предписаного перфекціонізму – 61 (високий показник). Серед економічних спеціальностей: рівень перфекціонізму, що орієнтований на себе – 66 (середній показник), рівень перфекціонізму, що орієнтований на інших – 55 (середній показник), рівень соціально предписаного перфекціонізму – 65 (високий показник). Серед технічних спеціальностей: рівень перфекціонізму, що орієнтований на себе – 70 (середній показник), рівень перфекціонізму, що орієнтований на інших – 52 (низький показник), рівень соціально предписаного перфекціонізму – 60 (крайня межа середнього показника). Серед гуманітарних спеціальностей: рівень перфекціонізму, що орієнтований на себе – 65 (середній показник), рівень перфекціонізму, що орієнтований на інших – 57 (середній показник), рівень соціально предписаного перфекціонізму – 54 (крайня межа низького показника).

Тобто серед студентів медичних спеціальностей найчастіше зустрічається підвищений рівень перфекціонізму. Найвищий показник рівня ПОС і ПОІ зустрічається у студентів медичних спеціальностей, СПП – у студентів економічних спеціальностей.

Оскільки однією з цілей даного дослідження були рекомендації щодо покращення якості освіти і самоосвіти, доцільно зауважити, що студенти медичних спеціальностей більш схильні до завищеного рівня перфекціонізму і

мають приділяти достатньо уваги питанням свого психологічного благополуччя і психогігієни.

ЛІТЕРАТУРА

- Hamachek, D.E. (1978). Psychodynamics of normal and neurotic perfectionism. *Psychology*, (15), 27-33.
- Александрова, А. А. (2016). Особенности эмоционального интеллекта и перфекционизма у студентов. *Сибирский педагогический журнал*, (6), 79-83.
- Гаранян, Н.Г. (2009). Психологические модели перфекционизма. *Вопросы психологи*, (5).
- Грачева И.И. (2006). Адаптация методики «Многомерная шкала перфекционизма» П. Хьюитта и Г. Флетта. *Психологический журнал*, (6).
- Новгородова Е.Ф.(2014). К вопросу о психодиагностике перфекционизма в юности. *Организация работы с молодежью*, (5).

ТИПОЛОГІЯ ЗАСОБІВ НЕВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Житнюк В.А.

Київський національний лінгвістичний університет

Поряд з вербальними засобами комунікації чільне місце належить невербальним засобам спілкування. Ще у другій половині минулого сторіччя дослідження американського психолога Рея Бірдвістелла стали своєрідним поштовхом до появи стійкого інтересу до засобів невербальної комунікації (Махній, 2015,с. 210).

Ученими встановлено, що різноманітні невербальні сигнали в особистісному спілкуванні несуть від 60 до 80% інформації. Тобто більша частина спілкування здійснюється без участі засобів мовного коду (Бацевич, 2004,с. 59–60).Крім того, невербальні засоби спілкування дають можливість зрозуміти справжні почуття і думки співрозмовника, оскільки їх поява обумовлена імпульсами підсвідомості, і відсутність можливості підробити такі імпульси дозволяє довіряти цій мові більше, ніж вербальному каналу спілкування. Саме цим і зумовлена актуальність дослідження.

У наш час існують різні типології невербальних засобів спілкування, оскільки вони створюються і сприймаються різноманітними сенсорними системами: зором, слухом, тактильними відчуттями, смаком, нюхом, а також з урахуванням того, коли саме відбувається спілкування.

У системі невербальної комунікації науковці (Н. Бутенко, Н. Волкова, Б. Паригін, І. Зязюн, Л. Крамущенко, Ф. Хміль (Пасинок,2011, с.34–35) та ін.), зазвичай, виділяють такі структурні компоненти:

1) оптико-кінетичну підсистему, що містить зовнішній вигляд людини (тип і розміри тіла, вираз обличчя, одяг, прикраси, зачіска, косметика, предмети особистого вжитку тощо); погляд; міміку (вираз обличчя); пантоміміку (поза й жести); поставу; ходу; візуальні рухи (контакт очима, рух очей);

2) просодиду (паралінгвістичну чи навколомовленнєву підсистему), яка об'єднує темп мовлення; вокальні якості голосу; діапазон голосу; тональність голосу; тембр голосу; спосіб артикуляції (наявність картавості, окання, акання тощо);

3) екстралінгвістику (чи позамовленнєву підсистему), котра відповідає за паузи та сміх;

4) проксеміку (просторову організацію комунікації), що пов'язана з просторовим розміщенням учасників комунікативного акту відносно один до одного; відстанню між ними; тактильними рухами як аспектом дистанційної поведінки (рукостискання, поплескування, поцілунки, дотики, погладження тощо);

5) ольфакторну систему (сукупність різних запахів у навколишньому середовищі): природний запах (запах тіла); штучні запахи (запах косметики, парфумерії, побічні запахи);

б) хронеміку (часові особливості комунікативного акту): час очікування початку комунікації; тривалість комунікативного акту; час хезитації.

У підручнику "Основи комунікативної лінгвістики" Ф. С. Бацевич подав класифікацію невербальних засобів спілкування, враховуючи найважливіші сенсорні системи людини, а також темпоральні, тобто часові, характеристики спілкування. Він поділив засоби невербальної комунікації на 5 груп, а саме акустичну, оптичну, тактильно-кінестезичну (такесика), ольфакторну (запахи) та темпоральну (хронеміка). Перші дві групи мають свої підгрупи. Акустична охоплює екстралінгвістику та просодиду, до котрої належать темп мовлення, тон, тембр, висота гучності, манера мовлення, спосіб артикуляції звуків. Оптичну Ф. С. Бацевич поділяє на кінетику (міміка, жести, хода, постава тощо), проксеміку (відстань між мовцями, дистанція, вплив території спілкування та ін.), зовнішній вигляд, що включає фізіогноміку, предмети особистого вжитку, стиль одягу, прикраси, зачіску та графеміку (почерк, специфіка підстрічних і надстрічних знаків, символіка скорочень тощо).

Класифікація засобів невербальної поведінки (спілкування) В. О. Лабунської (Лабунская, 1986) побудована на базі основних атрибутів буття, матерії, загальних формах її існування – русі, часі, просторі. Згідно з розробленою нею моделлю, в структуру невербального спілкування входять практично всі перераховані в інших класифікаціях підструктури невербальної поведінки, в основу яких покладені основні характеристики невербальних засобів, системи їх віддзеркалення і сприйняття (оптична, акустична, тактильна, ольфакторна), а також елементи зазначених систем та їх взаємозв'язок.

Враховуючи вище подану інформацію, можемо зробити висновки, що невербальні компоненти відіграють важливу роль у процесі організації комунікації, активно впливаючи на її перебіг і результати. Будучи носіями значної частини комунікативної інформації, невербальні засоби можуть сприяти засвоєнню інформації, дублювати, підсилювати, підтверджувати повідомлення, доповнювати зміст висловлювання, акцентувати особливо важливі моменти спілкування, контролювати, регулювати цей процес, перешкоджати чи навіть унеможливити міжособистісне спілкування. Ось

чому важливо навчитися використовувати ці засоби у процесі спілкування, доповнюючи ними доречно вжиті словесні засоби. Отже, як бачимо, існує низка класифікацій засобів невербального спілкування, кожна з яких має своє право на існування та доповнює одна одну. Підводячи підсумки, можна сказати, що загалом більшість учених і практиків виділяють екстралінгвістичні, проксемічні, ольфакторні та хронемічні засоби невербального спілкування.

ЛІТЕРАТУРА

- Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. – К., 2004.
- Лабунская В.А. Невербальное поведение. – Ростов на/Д.: Изд-во Рост, ун-та, 1986.
- Махній М. М. Етнічна психологія: навчальний посібник для студентів ВНЗ. – Київ: Слово, 2015. – 210 с.
- Пасинок В.Г. Основи культури мовлення: навч. посіб. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2011.

ВПЛИВ СТИЛЮ СІМЕЙНОГО ВИХОВАННЯ НА ТИП АКЦЕНТУАЦІЇ ХАРАКТЕРУ ПІДЛІТКІВ

Карпенко А.А.

Київський національний лінгвістичний університет

Дослідження присвячене вивченню особливостей формування акцентуації характеру підлітків в залежності від стилю виховання в сім'ї.

Вказана проблематика розроблялася такими психологами як А. Бандура, Р. Уолтерс (2000), Е. Ейдемільер, В. Юстицькіс (2002), А. Лічко (1983) та ін. Сім'я, як мала соціальна група, чинить значний вплив на формування особистості підлітка (Ейдемільер & Юстицькіс, 2002; Мухіна, 2003), оскільки володіє комплексом соціальних ролей та функцій, а також являється одним з головних соціальних інститутів. Більш того, особливості виховання і стосунків у сім'ї можуть стати основоположним чинником формування певного типу акцентуацій – крайніх варіантів норм, при яких окремі риси характеру надмірно посилені, унаслідок чого виявляється виборча уразливість відносно певного роду психогенних чинників при хорошій і навіть підвищеній стійкості до інших (Рубінштейн, 2002).

Метою даного дослідження було теоретико-експериментальне дослідження специфіки впливу стилів сімейного виховання на формування певного типу акцентуації характеру підлітків. Для досягнення мети були сформульовані такі завдання дослідження:

1. Вивчити і узагальнити теоретичні підходи до вивчення проблеми акцентуацій характеру та специфіки їх прояву в підлітковому віці.
2. Проаналізувати стилі сімейного виховання як психолого-педагогічну проблему.
3. Провести експериментальне дослідження впливу стилів сімейного виховання на формування того чи іншого виду акцентуації характеру у підлітків.

Основна гіпотеза дослідження полягала у тому, що стилі сімейного виховання можуть становити підґрунтя для формування певних акцентуацій характеру у підлітків.

Для перевірки даної гіпотези було підібрано комплекс емпіричних методик: Характерологічний опитувальник К. Леонгарда–Р. Шмішека; Опитувальник “Стратегії сімейного виховання”; Опитувальник для батьків “Типи виховання дітей” (Шапар, 2006). Статистична обробка даних була здійснена із застосуванням програмного комплексу SPSS (PASW) Statistics 16.0. Для встановлення ступеня взаємозв’язку між виділеними ознаками було обрано метод кореляційного аналізу.

Вибірка експерименту становила 68 осіб – 34 учні (8 клас, 14-15 років) та 34 особи батьків учнів. Дослідження проводилося на базі Миколаївської спеціалізованої I-III ступенів школи № 22 з поглибленим вивченням англійської мови з 1 класу Миколаївської міської ради Миколаївської області.

Висунута гіпотеза знайшла підтвердження у результатах проведеного дослідження. Зокрема, аналіз отриманих результатів за методикою “Стратегії сімейного виховання” показав, що:

- при *авторитетному* стилі виховання найбільш яскраво виражається збудливий, емотивний та циклотимічний типи акцентуації;
- при *авторитарному* стилі – дистимічний, педантичний, емотивний, демонстративний типи акцентуації;
- при *індиферентному* стилі – тривожний, демонстративний, емотивний;
- при *ліберальному* стилі виховання – гіпертимний тип акцентуації.

За опитувальником для батьків “Типи виховання дітей” були отримані такі результати:

- *виховання за типом «кумир сім’ї»* зумовлює формування збудливого типу акцентуації характеру.
- *підвищена моральна відповідальність* є передумовою розвитку дистимічного, демонстративного типів акцентуації;
- *гіпоопіка* – гіпертимного типу акцентуації;
- *виховання за типом «Попелюшка»* – педантичного, невірноваженого типів акцентуації;
- *виховання за типом «їжаскові рукавиці»* – педантичного, емотивного, дистимічного типів акцентуації;
- *бездоглядність* – тривожного, демонстративного типів акцентуації;
- *гіперопіка* – циклотимічного типу;
- *зміна зразків виховання* – емотивного типу акцентуації;
- *суперечливе виховання* – педантичного, екзальтованого типів виховання.

Таким чином нами було встановлено, що провідна стратегія сімейного виховання чинить неабиякий вплив на формування особистості підлітка в цілому і його характерологічних проявів зокрема.

ЛІТЕРАТУРА

Бандура, А., Уолтерс, Р. (2000). Подростковая агрессия : Изучение влияния воспитания и семейных отношений. М. : Апрель Пресс : ЭКСМО-Пресс.

- Эйдемиллер, Э. Г., Юстицкис, В. В. (2002). Семейная психотерапия: 3-е изд. СПб.: Питер.
- Рубинштейн, С. Л. (2002). Основы общей психологии. Т. 1. Издательство: Питер. Серия: Мастера психологи.
- Личко, А. Е. (1983). Психопатии и акцентуации характера у подростков. Л.: Медицина.
- Мухина, В.С. (2003). Возрастная психология. Москва: Академия.
- Шапарь, В.Б. (2006). Практическая психология. Психодиагностика отношений между родителями и детьми. Ростов н/Д: Феникс.

ОСОБИСТІСНІ СТРАТЕГІЇ ПОДОЛАННЯ КОНФЛІКТНИХ СИТУАЦІЙ

Кривонос Я.К.

Київський національний лінгвістичний університет

Конфлікти являються доволі частим явищем у нашому житті – кожен був учасником конфліктних ситуацій в сім'ї чи на роботі та має власне уявлення чим саме являється конфлікт. Серед науковців також велика кількість різноманітних дефініцій та поглядів на тлумачення даного поняття, а однозначне визначення відсутнє. У даному дослідженні ми брали за основу наступне поняття. Конфлікт – це зіткнення протилежно спрямованих цілей, інтересів, позицій, думок або поглядів двох або декількох людей. В основі будь якого конфлікту лежить ситуація, що містить або суперечливі позиції сторін з будь-якого приводу, протилежні цілі, або засоби їх досягнення, або невідповідність інтересів, бажань, нахилів опонентів тощо (Леонов, 2002).

Останнім часом конфлікт все частіше стає предметом досліджень у психології, оскільки водночас є “білі плями” в розумінні які саме особистісні стратегії слугують основою конструктивного вирішення конфліктів та що ми можемо зробити для того, щоби попередити виникнення даних конфліктних ситуацій. Незалежно від тривалості, структури та причин, конфлікти можуть сприяти виникненню індивідуальних та соціальних проблем. Більше того, конфлікт пов'язаний з гострими емоційними переживаннями (Урабанович, 2005).

Зважаючи на те, що єдине розуміння природи конфліктів відсутнє, нам вважається за необхідне провести ґрунтовну систематизацію існуючих наукових поглядів, ідей та позицій вітчизняних і зарубіжних дослідників для пошуку ефективних особистісних стратегій подолання вирішення конфліктів.

Окрім того, оскільки предметом нашого дослідження являються саме особистісні стратегії подолання конфліктних ситуацій, ми маємо на меті проаналізувати та систематизувати існуючі наукові розробки з конфліктології та дослідити основні стратегії поведінки у конфлікті за К. Томасом, конфліктостійкість особистості, здійснити діагностику готовності до переговорів та розв'язання конфліктів та диспозиції особистості (Ядов, 1979).

На даний момент детермінанти конфліктної поведінки описані в теоріях трансактного аналізу (Е. Берн), структурного балансу (Ф. Хайдер), рольова теорія (Л. Дженіс, Б. Кінг). За переконаннями вітчизняних вчених

міжособистісні конфлікти основним чином зумовлені соціальною сферою, в якій і відбувається дана взаємодія (Анцупов А, 2009). Окрім того на конфліктну поведінку впливають такі особистісні детермінанти як атитюд (С. Маслах, М. Смит, Р. Вайт), мотиви (М.Г. Гомелаурі, В. Сисенко) та психічні стани (І.Ф.Левітов, А.А.Єршов). Досі тривають дискусії щодо впливу ситуативних та диспозиційних чинників поведінки суб'єкта в конфліктній ситуації. Для вирішення даної ситуації А.А. Реан зазначає, що дія ситуативних факторів додаткова й виконує функцію модулятора – визначає варіативність прояву особистісних факторів, а основними є саме особистісні фактори. При чому, у деяких випадках ієрархія факторів може змінюватися (1999). Синтетична позиція, що з'єднала в загальній формулі ситуаційні й особистісні детермінанти поведінки, не має належної конкретизації, здатної надати вичерпні відповіді на практичні питання щодо реальної зумовленості поведінки людини в тих або інших ситуаціях. (Гришина, 2000). Розглядаючи дану проблематику співвідношення ситуативних та особистісних факторів поведінки у конфліктних ситуаціях, варто згадати про онтологічний підхід у психології, який розглядає людину як активну, як таку, що конструє соціальну реальність. Становлення онтологічного підходу значною мірою відбулося за рахунок внеску визначних представників вітчизняної онтологічно орієнтованої філософії: М.О. Бердяєвим, Ф.Е.Василюком, В.С.Соловйовим. Л.М. Лопатіним, М.М Бахтіним, Н.М. Бахтіним, С.Л Франком та іншими.

ЛІТЕРАТУРА

- Анцупов, А. Я., Баклановский, С. В. (2009) Конфликтология в схемах и комментариях: Учебное пособие. 2-е изд., перераб. СПб.: Питер.
- Гришина, Н.В. (2000). Психология конфликта: учебник для вузов. СПб.:Питер
- Леонов, Н.И. (2002). Психология делового общения. Учебное пособие. М.: Изд-во МПСИ.
- Реан, А. А.(1999).Социальная педагогическая психология : учебное пособие. Санкт-Петербург : Питер
- Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности: диспозиционная концепция. (2013). Второе, расширенное издание. М.: ЦСПиМ, 2013.
- Урбанович, А.А. (2005) Психология управления: Учебное пособие. Мн.: Харвест.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ПЕРСОНАЛІЗАЦІЇ У СТАРШОМУ ПІДЛІТКОВОМУ ВІЦІ

Маріч А.С.

Київський національний лінгвістичний університет

Підлітковий вік – є одним із сповнених протиріччів вікових етапів в становленні особистості. Багато вчених, таких як Ж. Піаже (1969), Л. С. Виготський (1990), М. В. Савчин (2005) та інші, сконцентрували свою

увагу саме на ньому, адже – це один із самих переломних моментів в житті людини. Ось і ми захотіли звернути свою увагу саме на підлітків, адже розуміємо, що є ще багато не розглянутих питань, на яких ще нема точних та якісних відповідей. Особливо ми хочемо звернути свою увагу на процес персоналізації. На наш погляд – це є однією з найактуальніших проблем в наш час, так як світ змінюється, змінюється рівень життя та погляди людей на нього, під які намагаються підлаштуватися підлітки. Фактори, які впливають на самовираження дітей, можуть залишатися ті ж самі, але контекст в них вже буде інший. Тому нашою задачею – є зрозуміти як саме зараз, в наш час, проявляється процес самоствердження підлітків, для того щоб надати правдиву інформацію про життя дітей шкільним психологам, викладачам та особливо батькам, які б могли завчасно коректно поставитися до поведінки своїх дітей, підтримати їх та застерегти від неправильних і нероздумливих вчинків.

Метою нашої роботи – є більш якісне дослідження факторів, які на нашу думку безпосередньо впливають на процес персоналізації. Перш за все – це інтелектуальний розвиток підлітків. Відповідно до теорії Жана Піаже, підліток досягає в розвитку мислення стадії формальних операцій (1969). Саме на цій стадії діти починають розглядати передбачувані результати і можливі наслідки своїх дій. В ході стадії формальних операцій вони набувають можливість логічно і методично вирішувати проблеми. На цій стадії когнітивного розвитку діти часто здатні швидко планувати організований підхід до вирішення виниклої проблеми. Якщо ж рівень інтелекту низький, то й стадія формальних операцій не розвинута, що не дозволяє дитині знайти правильний вихід з ситуації та передбачити наслідки своїх вчинків. Іншим фактором, який би ми хотіли дослідити – це взаєностосунки з батьками, так як соціальна ситуація розвитку підлітка особливо залежить від сім'ї. Якщо ці стосунки враховують його потреби і можливості, вибудовуються на засадах взаємоповаги та довіри, підліток легко долає труднощі у навчанні і спілкуванні, активно набуває соціальний досвід, утверджується в таких елементах соціуму, як шкільний клас, група ровесників та інші, а також використовує позитивні форми самоствердження. Позитивними формами самоствердження підлітків є заняття спортом, праця в сім'ї, школі, на виробництві, виконання суспільно корисних справ. Інтелектуальне самоствердження учнів відбувається в їхній навчальній і позанавчальній пізнавальній діяльності, реалізації пізнавальних потреб та інтересів (Савчин, 2005). Якщо ж цього не відбувається, то підліток починає шукати підтримку серед ровесників та інших соціальних груп, що може призводити до певних негативних форм самоствердження. Найпростіша з них полягає у зовнішньому наслідуванні дорослих, їхніх шкідливих звичок, особливостей поведінки (куріння, вживання алкоголю, наркотиків, надмірне використання косметики, носіння своєрідного одягу, спілкування нецензурною лексикою). Останнім фактором на який би ми хотіли звернути увагу – це акцентуації характеру у підлітковому віці, адже негативні передумови та умови у розвитку підлітка спричиняють відхилення у становленні його особистості, зокрема у виникненні акцентуацій характеру, які дуже поширені у цьому віці (Савчин, 2005).

Вище викладена проблема потребує більш детального розгляду на основі чого можуть бути побудовані конкретні та якісні результати нашої роботи, стосовно вираження даних факторів, які покажуть нам підґрунтя процесу персоналізації у старших підлітків сьогодення. Отримані результати можуть використовуватися психологами в школах, батьками для кращого пізнання особливостей становлення особистості їхніх дітей, а також в подальших дослідженнях підліткового віку.

ЛІТЕРАТУРА

Выготский, Л. С. (1990). Педология подростка. Москва: Прометей.
Пиаже, Ж. (1969). Избранные психологические труды. Москва: Просвещение.
Савчин, М.В. (2005). Вікова психологія.: навч. посібник. Київ: Академвидав.

РОЗУМІННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ТРАВМИ В ЕКЗИСТЕНЦІАЛЬНОМУ ПІДХОДІ

Міхєєва М.Г.

Київський національний лінгвістичний університет

Питання існування сенсу життя є важливим для людини, особливо на фоні рефлексії сенсу та природи смерті. Екзистенціальне самовизначення надає людині орієнтири, які дозволяють протистояти почуттю марності життя. Психологічна травма – це та подія, що порушує смислову визначеність життя людини та загострює почуття відсутності сенсу і мети. Психологічна травма неочікувана, безпричинна і не відповідає відомій людині логіці розвитку подій життя. Будь-яке покоління сприймає досвід війн, катаклізмів, потрясінь як щось, що повинно було трапитись “не зараз і не з нами”. Війна, терор, вимушена втеча, геноцид – все це чужорідне глибинним основам внутрішнього світу людини. Слово “травма” грецькою означає рану шкіри у результаті зовнішнього впливу. Поняття психологічної травми і травматизації особистості вперше виникло у психоаналітичних дослідженнях, які проводилися З. Фройдом. Травмою можна вважати больовий або шоківий емоційний стан, який має довготривалі фізичні і психічні наслідки.

І. Ялом розглядає зміст травми з точки зору екзистенціальних даностей життя людини – це смерть, свобода, ізоляція та марність існування, які представляють безумовні, базові умови життя (2005). У травматичній ситуації, пов’язані з цими даностями питання з’являються не абстрактно, не як метафори, а є абсолютно реальними об’єктами переживань та досвіду. Людина стикається безпосередньо із марністю саме власного життя, зі смертю, з болем, з жахом. Виникає гостре відчуття обмеження своєї свободи, самотності, нездатності відкритися і довіритися іншому. Цьому заважає відчуття того, що досвід власних переживань буде не доступним розумінню тим, хто не зазнав подібного. Однак, як говорить Ялом у своїй роботі “Ліки від любові”: “навіть якщо ти один в човні, завжди приємно бачити вогні інших човнів, які погойдуються поруч” (1989). У повсякденному житті кожен з нас володіє

набором психологічних захистів, які дозволяють існувати із думкою, що в один прекрасний момент для нас все закінчиться. І для того, щоб уникнути цих думок, людина породжує для себе набір базових ілюзій:

- *Ілюзія власного безсмертя*. Але перше ж зіткнення с травматичною ситуацією ставить людину обличчям до обличчя із реальністю.

- *Ілюзія справедливості та рівноцінної відплати*: “якщо я буду робити добро людям, то воно повернеться до мене”, але ж травматичні ситуації одразу ж ставлять людину перед фактом, що закономірності не існує. Справедливий і гармонійний устрій світу – це соціальний шаблон, далекий від реального стану речей.

- *Ілюзія простоти світобудови*, де все організовано контрастно. Існує тільки біле та чорне, добро та зло, наші і не наші, жертви та агресори, півтони та діалектика подій відсутні. Разом з тим, коли особистість психологічно дорослішає, стає очевидним, що усе функціонує більш складно і не так однозначно, як здавалося, а часом буває складно визначити, що є “більшим злом” або “меншим добром”. Приходить розуміння, що все дуже відносно (Ялом, 2005).

В. Франкл розглядав травму як результат втрати людиною життєво важливих сенсів та цінностей. З його точки зору, сенс неможливо придумати, його можна тільки усвідомити і виявити, відкрити для себе (Франкл, 1990). Сенс завжди є унікальним і специфічним, тому що він може бути реалізованим лише саме цією людиною і ні ким іншим. Франкл відмічав, що пошук сенсу людиною є первинною рушійною силою життя. Він не може бути наданим або запозиченим, оскільки здобувається на межах взаємодії внутрішньої людини, відповідальної за вибір, мету та намір, і зовнішньої, яка реалізує вимоги та умови життя. Головною задачею є не позбавлення від симптому порушення, а підхід, який дозволяє людині осмислити те, що його життя має сенс як для неї, так і для оточуючих. У ході відновлення втрачених у наслідку травми сенсів потрібно прагнути інтегрувати екзистенціальні даності життя – його кінечність та власну смерть, наявність екзистенціальної тривоги, відносність смислів, умовність власної свободи та імовірність зіткнення з досвідом, що виходить за межі очікування. Травматична тривога, почуття втрати, самотності та ізольованості повинні бути трансформовані у свідомий стан екзистенціальної самотності та екзистенціальної тривоги, які стають внутрішнім ресурсом і направляючою життєвою силою (Старовойтов, 2015).

Треба пам'ятати, що травма – це не ворог, це можливість стати сильнішим. Багато, хто з письменників, як наприклад Чарльз Діккенс, намагалися впоратися, знаходячи сенс у створенні літератури, яка зараз відома у всьому світі. Тому що світ запам'ятовує людей, які жили із смыслом. Те що, прозвучало, те прозвучало і те, що відбулося, змінити неможливо. Бути сильним означає стати обличчям до болю, піти на зустріч до своєї травми для того, щоб зцілитися. Та завжди пам'ятати та зберігати той слід, завдяки якому ми всі унікальні, зі своїми власними неповторними смислами, шукаючи в ньому та беручі нові ресурси для подальшого розвитку.

ЛІТЕРАТУРА

- Ялом І. Д (2005). Экзистенциальная психотерапия. Москва, “Класс”
- Ялом, І. Д (1989). Лечение от любви (пер. з англ. А. Б. Фенько). Москва, “Класс”
- Франкл В. (1990). Человек в поисках смысла. Москва, “Прогресс”
- Старовойтов, А. (2015, Лютий 22). Экзистенция психологической травмы. Цитировано за <http://postgumanizm.blogspot.com/2015/12/blog-post.html>

ЕТИЧНІ НОРМИ В ПСИХОЛОГІЇ ПІДЛІТКА

Чижевська І.В.

Київський національний лінгвістичний університет

З'ясовуючи сенс життя, етика змушена вийти на основоположні онтологічні проблеми, зокрема буття людини як особистості. Етику, як науку нормативну, що визначає поведінку індивіда в конкретних випадках, цікавить передусім потенційне буття, світ належного. Етика – це не тільки стосунки між людьми, а й ставлення індивіда до світу, до життя. Проте, вона зважає і на реальні моральні стосунки людей, тобто на моральність (Bersutskyi, Zhukov 2014). Етика знаходиться у взаємодії з іншими науками, і перш за все це філософія, психологія, логіка, культурологія та естетика. Етична наука структурно поділяється на емпіричний, теоретичний та нормативний рівні. Рівень емпіричних досліджень дозволяє з'ясувати факти, що стосуються етично-морального життя людини і суспільства, зібрати і описати їх, а також встановити певні закономірності. Цим займається психологія етики та моралі (Shymanova, 2013).

Центральною психологічною характеристикою підліткового віку є перехід від одного типу стосунків між дорослим і дитиною (моралі слухняності) до якісно іншого, специфічного типу (моралі принципової рівності) (Bulakh, I. S., Aliexsieieva, 2010). Основним лейтмотивом психічного розвитку в підлітковому віці є становлення нової, ще досить нестійкої, самосвідомості, зміна Я-концепції, спроби зрозуміти самого себе й свої можливості. Саме в підлітковому віці дитина намагається осмислити ці поняття і застосувати їх до поведінки оточуючих і своєї власної (Zymianskyi, 2015).

У підлітковому віці в центрі уваги постають питання, пов'язані з правилами громадської поведінки і нормами взаємовідносин між людьми, у підлітків починають складатися відносно стійкі і незалежні від випадкових впливів моральні погляди, судження, оцінки (Kozak, 2016).

Знання морально-етичних норм підлітка в процесі його становлення перетворюється у внутрішні еталони і мотиви поведінки. Вміння і навички морально-етичної поведінки здобуваються у процесі соціальної активності підлітка, що намагається усвідомити і засвоїти зразки поведінки дорослих і їх ціннісні орієнтири. Підліток оцінно-критично ставиться до вчинків дорослих, вибираючи в них те, що цінне для нього особисто і відкидаючи все, що, на його думку, не відповідає нормам людських взаємовідносин (Kolesov, D. P.. 2003).

Процес формування етично-моральних знань проходить ряд етапів: від елементарних відомостей про етично-моральні поняття до повного оволодіння ними і уміння застосовувати ці знання в житті (Zymianskyi, 2015).

Виділяють три рівня засвоєння етично-моральних знань: перший рівень передбачає засвоєння певної інформації про етично-цінні поняття; другий – вимагає оволодіння способами застосування знань в типових ситуаціях; третій – найбільш високий рівень, передбачає готовність творчо застосовувати набуті знання в різних ситуаціях.

На першому рівні (доморальному) – підлітки чуттєві до проявів доброго та поганого з боку батьків, котрі є для них авторитетом; на другому рівні формується бажання відповідати та підтримувати існуючий соціальний порядок; на третьому відбувається формування самостійно продукованих етично-моральних принципів. На цьому етапі морального розвитку етичні погляди будуються на таких принципах, як права людини, людська гідність, рівність, взаємні домовленості та зобов'язання.

На третьому рівні (самостійно вироблених етично-моральних принципів) знаходяться саме старші підлітки, які уже можуть усвідомлювати загальнолюдські принципи саме тому, що ці універсальні етичні положення стали їх внутрішнім переконанням (Antcyferova, 1999).

Отже, як ми довели, процес становлення моральних норм і цінностей людини є досить складним психологічним явищем, зокрема сенситивною особливістю у становленні характерологічних рис особистості підліткового віку. На цьому етапі відбувається звільнення узагальнених уявлень підлітків від батьківських персоніфікованих зразків та цінностей в ході активного когнітивного розвитку. Крім того, вважаємо необхідним проводити дослідницькі роботи у даному ракурсі з особистістю підліткового віку, щоб виявити закономірності та механізми цього процесу.

ЛІТЕРАТУРА

- Antcyferova, L. I. (1999). *Sviaz moralnogo soznaniia s npravstvennym povedeniem cheloveka (po materialam issledovaniia Lourensa Kolberga i ego shkoly)*. *Psikhologicheskii zhurnal*, T. 20, N 3, 5-17 p. [in Russian].
- Bersutskyi, A. Ya., Zhukov S. M. (2014). *Etyka i kultura biznesu ta psikhologhiia dilovykh vidnosyn. Navchalnyi posibnyk dlia studentiv ekonomichnykh i upravlinskykh spetsialnostei*. Donetsk: DonUEP. 372 p. [in Ukrainian].
- Bulakh, I. S., Aliksieieva, Yu. A. (2010). *Moralne zrostannia pidlitkiv: suchasni tekhnologii konsultativnoi diialnosti. Navchalnyi posibnyk*. – Kyiv: NPU imeni M.P.Drahomanova. 223 p. [in Ukrainian].
- Zymianskyi, A. R. (2015). Title of dissertation. PhD dissertation (pedagogichna ta vikova psikhologhiia). *Psikhologichni umovy rozvytku moralnoi samosvidomosti pidlitkiv*. Drohobych State Academy of Culture, Drohobych. 189 p. [in Ukrainian].
- Kozak, N. H. (2016). Title of dissertation. PhD dissertation (teoriia i metodyka vykhovannia). *Zdoroviazberihaiuche vykhovannia pidlitkiv osnovnoi shkoly v*

navchalno-vykhovnomu protsesi. Poltava State Academy of Culture, Poltava. 240 p. [in Ukrainian].

Kolesov, D. P. (2003). *Sovremennyyi podrostok. Vzroslenie i pol. Uchebnoe posobie.* Moskva. MPSI Flinta, 200 p. [in Russian].

Shymanova, O. (2013). *Etyka i profesiina etyka. Navchalnyi posibnyk.* Lugansk. PP Soroka T. B. 132 p. [in Ukrainian].

ПРОБЛЕМА РЕАЛІЗАЦІЇ ВЧИТЕЛЕМ ІДЕЙ ПЕДАГОГІКИ СПІВРОБІТНИЦТВА У ДОСЯГНЕННІ ПЕДАГОГІЧНИХ ЦІЛЕЙ В УМОВАХ КЛАСНО-УРОЧНОЇ СИСТЕМИ НАВЧАННЯ

Шатова О.С.

Київський національний лінгвістичний університет

Педагогіка співробітництва витікає з гуманної педагогіки та базується на гуманістичних ідеях, які панували в Європі здавна. Проте у школах України лише у 2017 році з початком освітньої реформи педагогіка партнерства набуває центрального значення у державній стратегії “Нова українська школа”. Тому постає низка питань, пов’язаних з проблемами реалізації вчителем ідей педагогіки співробітництва в умовах класно-урочної системи, на які варто шукати відповіді вже зараз. Метою цієї роботи є окреслення цих проблем.

“Педагогіка партнерства – спілкування, взаємодія та співпраця між учителем, учнем і батьками, які об’єднані спільними цілями та прагненнями, є рівноправними учасниками освітнього процесу, відповідальними за результат” (“Нова українська школа,” 2016, с.14). Але більшість учителів і батьків звикли до традиційної педагогіки, яка базувалася на “консервативній ролі школи як закладу освіти. *Формуюче виховання, суб’єкт-об’єктний педагогічний вплив, імперативний стиль управління діяльністю учня, зовнішня обумовленість поведінки вихованця, стандартизація освітнього процесу*” – звичні характеристики освітнього процесу, які підтримувалися громадянами протягом багатьох десятиліть, тому глибоко закарбувались у суспільній свідомості (Смирнова, 2017).

Особливістю педагогіки співпраці є особистісно-орієнтований підхід. Це означає, що педагог здобуває нові для себе ролі: “фасилітатора (*той, хто підтримує дитину в її навчальній діяльності через педагогічну взаємодію, допомагає, надихає*) та тьютора (*той, хто виявляє освітні запити, проектує освітню діяльність, організує рефлексію*)”. Переосмислення функцій вчителя вимагає від нього оновлення професійного мислення і постійного самовдосконалення, а отже – відповідної професійної підготовки (не лише педагогічної, а й психологічної) (Смирнова, 2017).

Варто також зазначити, що педагогіка співробітництва передбачає активне використання технологій співпраці та інтерактивних технологій – застосування методів навчання, заснованих на взаємодії, активній участі дитини у навчанні (“Нова українська школа,” 2016; с.16; Смирнова, 2017). Отже, для організації освітнього процесу необхідні мобільні меблі, наявність вільного простору та

науково-технічної бази (підручників з відповідними завданнями для взаємодії, доступ до мережі Інтернет, комп'ютерна техніка). Водночас класно-урочна система української школи передбачає поділ учнів за віком на класи у кількості близько 30-ти осіб, які переважно більшість часу проводять у класних кімнатах стандартного розміру з трьома рядами парт. Мультимедійне оснащення наявне не в усіх класах/школах. Підручники застарілі.

Враховуючи усі зазначені вище аспекти педагогіки співпраці та аналіз сучасного стану речей, можна виділити такі проблеми щодо реалізації вчителем педагогіки співробітництва в умовах класно-урочної системи навчання:

- Фахова та психолого-педагогічна невідповідність та неготовність вчителів до впровадження педагогіки партнерства (ментальна налаштованість на “авторитарну педагогіку”, орієнтованість на виклад матеріалу замість організації процесу спільного чи самостійного учіння, відсутність відповідної професійної підготовки) (Михась, 2017; Смирнова, 2017);
- Неготовність батьків до співпраці (думка “нехай у школі виховують, а не в сім'ї”, байдужість, педагогічна та психологічна неосвіченість);
- Недостатній рівень (технічного й методичного) оснащення (підручники не орієнтовані на групові, проектні, діяльнісні методи учіння та навчання; відсутність комп'ютерної техніки) (Михась, 2017);
- Непристосованість простору класної кімнати до інтерактивних технологій і групових методів навчання (старі меблі, малі розміри кімнат). Нова організація простору замість “трирядової” – погана видимість дошки, вчителя, неправильне падіння світла (Михась, 2017);
- Надто велика кількість дітей у класі під керівництвом одного педагога (недостатня увага кожному, орієнтація на “середнього учня”, емоційне виснаження) (Михась, 2017).

Узагальнюючи, усі перераховані вище проблеми можна пояснити застарілими поглядами на професію вчителя, процеси навчання, розвитку та виховання, невідповідною професійною підготовкою майбутніх педагогів і низьким фінансовим забезпеченням. Освітня реформа передбачає вирішення частини цих проблем протягом наступних 10-ти років. Отже, педагогіка партнерства має всі передумови для того, щоб стати провідною в освітньому процесі українських шкіл.

ЛІТЕРАТУРА

- Михась І. (2017). *Вчителі пілотних шкіл – про радощі та труднощі нової освіти* [Електронний ресурс]: <https://osvitoria.media/experience/vchyteli-pilotnyh-shkil-pro-radoshhi-ta-trudnoshhi-novoyi-osvity/>
- Нова українська школа. Концептуальні засади реформування середньої школи*, 2016 [Електронний ресурс]: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf>
- Смирнова М.Є. (2017, серпень). Організація навчально-виховного процесу на засадах педагогіки партнерства в умовах реалізації Концепції нової

української школи. Презентація Power Point представлена на методичній студії для директорів загальноосвітніх навчальних закладів, м.Харків. [Електронний ресурс]: <http://dniokh.gov.ua/?p=38558>

ІНДИВІДУАЛЬНО-ТИПОВІ ОСОБЛИВОСТІ НАПОЛЕГЛИВОСТІ, ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТА НАВЧАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ СТУДЕНТІВ-ПСИХОЛОГІВ

Шинкарук Я.О.

Київський національний лінгвістичний університет

Проблема наполегливості для здійснення певного виду діяльності та відповідальності за якість її здійснення була і залишається актуальною для сучасної психологічної науки. Це питання залишається актуальним і для організації процесу підготовки майбутніх психологів.

Якщо виходити з визначення С.Р. Немова (2003) терміну самої психології, яку автор пропонує розглядати як самостійну та експериментальну область наукових знань; предмету її вивчення - вивчення особливостей психіки людини і тварини, їх порівняння; людське спілкування і поведінку, їх залежність від психічних явищ, то можна припуститись думки, що сфера діяльності психолога є досить специфічною та складною і не кожен спеціаліст “придатний” до цієї роботи.

До індивідуально-типових особливостей особистості, які дозволять зробити діяльність успішною і продуктивною, зокрема навчально-професійну, відносять: темперамент, характер, здібності, характер пізнавальної і емоційно-вольової діяльності, потреби тощо. Основні властивості темпераменту тісно пов'язані між собою та з якостями і рисами характеру людини, наприклад співвідношення притаманних людині такі якостей і властивостей як активність та реактивність будуть визначати від чого в більшій мірі буде залежати діяльність людини - від обставин чи від мети запланованої діяльності. Певне поєднання індивідуальних властивостей темпераменту та рис характеру людини, уміння та навички, які були сформовані визначають її індивідуальний стиль діяльності.

Окремі риси характеру, такі як наполегливість та відповідальність, проявляються у здійсненні діяльності. Формуючись в дитинстві, ці риси характеру, розвиваються в діяльності в дорослому житті. Ці риси характеру є важливими якостями особистості, які необхідні для здобуття професійної освіти і досягнення успіху в професійній діяльності.

Можна зробити припущення, що індивідуально-типові варіанти реалізації наполегливості та відповідальності співвідносяться з навчальною мотивацією та стратегіями досягнення успіху і параметрами навчальної діяльності студентів під час здобуття професійної освіти. Таке припущення ґрунтується на аналізі наполегливості і відповідальності, які забезпечують утримання мети та подолання перешкод на шляху її реалізації.

Важливість мотивації, з якою людина здійснює навчально-професійну діяльність, рівень її наполегливості та відповідальності є достатньо важливими

для розуміння того, чи зможе вона взагалі працювати в сфері психології. і чи зможе дотримуватись і виконувати ті норми і вимоги, які висуваються до спеціаліста цієї галузі.

Наполегливість і відповідальність як індивідуальні характеристики включаються в систему загальнопрофесійних цінностей і є важливими професійними якостями студентів-психологів.

Подальша робота над цією проблематикою буде базуватися на двох типах теорій мотивації – першою є змістовна теорія мотивації, з усіх її представників орієнтація буде здійснюватись на теорію ERG Альдерфера, теорію набутих потреб МакКлеланда і теорію двох факторів Герцберга [2].

Із процесуальних теорій мотивації акцент буде робитися на теорію очікувань Врума, модель Портера-Лоулера, теорію постановки цілей Е. Локка і концепцію партисипативного управління [2].

ЛІТЕРАТУРА

Немов Р. С. (2003). Психология. *Общие основы психологии*. Кн.1

Уроки по психологии развития. *Мотивация деятельности человека*. Режим доступу : <https://4brain.ru/psy/psihologija-motivacii.php>

ІНТЕРАКТИВНА ЛЕКЦІЯ ЯК ІНТЕГРАЦІЯ АКТИВНИХ МЕТОДІВ І ЗАСОБІВ НАВЧАННЯ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Шкарбан Ю. О.

Київський національний лінгвістичний університет

Наша держава знаходиться на шляху важливих соціальних перетворень, таких як євроінтеграція. Ці перетворення висувають нові вимоги до підготовки фахівців. Після залучення України до Болонського процесу з'явилися нові цілі та завдання до здійснення навчання у вітчизняних закладах вищої освіти та нові вимоги до результатів навчання.

Завдяки стрімкому технологічному прогресу освіта потребує впровадження сучасних високотехнологічних методів і засобів навчання. Наразі для української освіти характерні інтенсивні пошуки нового в теорії та практиці навчання. Триває процес апробації нових активних форм і методів, що активізують навчально-пізнавальну діяльність студентів, зазначає В. Л. Ортинський (2009).

Як відомо, провідним видом навчальних занять у закладі вищої освіти є лекція. Основною метою лекції є надати основи систематизованих наукових знань із навчальної дисципліни, розкрити стан і перспективи її прогресу, сконцентрувати увагу на найбільш складних і дискусійних питаннях. Отже, можемо зробити висновок, що саме лекція стає надійним фундаментом для подальшого засвоєння знань, тому вимагається удосконалення та впровадження нових методик її проведення. Зважаючи на сказане вище, можна зробити висновок, що такий різновид лекції, як “інтерактивна лекція”, може мати досить високу ефективність.

Інтерактивна лекція основною мірою побудована на безпосередній взаємодії викладача та студентів. Саме активна взаємодія між ними дає змогу максимально залучити студентів до вивчення матеріалу не тільки в аудиторії, а й під час самостійної роботи. Принцип організації роботи викладача та студентів під час інтерактивної лекції можна порівняти з роботою диригента та оркестру, де основну роботу виконують студенти (оркестр), але їхня робота неможлива без чіткого керівництва викладача (диригента), який спонукає їх до самостійної розумової діяльності.

Такий принцип організації забезпечує низку переваг: зворотній зв'язок; мобілізація знань; актуалізація набутих знань; можливість інтеракції між студентами; відносна свобода студентів під час заняття; можливість опрацювання значних блоків інформації; можливість реалізації великої кількості інтерактивних методів.

Розглянемо їх детальніше. Зворотній зв'язок зі студентами допомагає викладачу упевнитись в тому що студенти дійсно зосереджені на темі заняття та повністю заглиблені в проблему та пошуки її вирішення. При цьому відіграє важливу роль мобілізація та актуалізація знань: на основі вже засвоєних знань студент генерує нові ідеї, встановлює зв'язки між набутими знаннями та щойно здобутими на занятті. Відносна свобода студентів під час лекції дає змогу почувати себе вільно на занятті, у невимушеній атмосфері значно легше сприймати новий матеріал. До того ж інтеракція між студентами на лекції дозволяє їм ділитися думками і знайомитися з іншими поглядами на одну й ту саму проблему.

Модель інтерактивної лекції дає змогу опрацьовувати великі блоки інформації, студенти не просто записують готовий матеріал, а систематизують та аналізують його. В цьому дуже допомагають численні інтерактивні методи, які за умови правильного використання роблять лекцію ще більш продуктивною.

Важливо розуміти, що найвищого результату можна досягнути лише коли інтерактивна лекція якісно підготовлена, проводиться згідно усіх рекомендацій і має чітку структуру. Пометун О. І., Пироженко Л. В пропонують для більшої зручності виокремити такі етапи лекції: мотивація, представлення теми та очікуваних навчальних результатів, надання необхідної інформації, інтерактивна вправа, підбиття підсумків, оцінювання результатів (2004).

Як зазначає М. В. Махінова, розробка інтерактивної лекції – це складний і суперечливий процес, під час якого слід враховувати логіку викладення програмного матеріалу, його послідовність і відповідність методів і технологій навчання кожному рівню засвоєння знань студента (2010).

Під час представлення програмного матеріалу студентам важливо попередньо структурувати матеріал лекції та відповідально підійти до вибору найдоцільніших методів його подання. Найбільш вдало підходять інноваційні технології, побудовані на новітніх методах і засобах навчання, прийомах формування знань і навичок.

Інтерактивна лекція має бути побудована на основі комплексного застосування найбільш доцільних у кожному конкретному випадку інноваційних технологій. Серед них перевагу надають комп'ютерним технологіям, зокрема,

гіпертекстовим, навчальним модулям, діловим іграм, технологіям “кейс-стаді”, “уорк-шоп”, тренінгам, презентаціям. Але важливо пам’ятати що саме від професіоналізму викладача залежить ефективність пристосування обраної технології або її елементів до певного етапу лекції (Махінова, 2010).

Отже, ми бачимо, що прогрес не стоїть на місці і з кожним роком висуваються все вищі вимоги до майбутніх випускників вищих навчальних закладів. Тому головним завданням сучасних закладів вищої освіти є надати якомога якісніші знання своїм студентам. Для задоволення цієї потреби важливо модернізувати та шукати нові методи та засоби навчання, впроваджувати сучасні технології та ін. На сучасному етапі “інтерактивну лекцію” можна вважати одним з найбільш дієвих видів навчальних занять.

ЛІТЕРАТУРА

Махінова М. В. (2010). Інтерактивний підхід при читанні лекцій. Взято з:

http://www.rusnauka.com/31_PRNT_/Pedagogica/73210.doc.htm

Ортинський В. Л. (2009). Педагогіка вищої школи. навч. посіб. для студ. Київ. 472 с.

Пометун О. І., Пироженко Л. В. (2004). Сучасний урок. Інтерактивні технології навчання: наук.-метод. посіб. Київ. 192 с.

МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ

СУТНІСТЬ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ

Бабійчук В. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Комерційна діяльність як різновид людської діяльності здебільшого асоціюється з торгівлею, однак це тлумачення вузьке. Останніми роками вона пришвидшеними темпами інтегрується у виробничу діяльність, поширюється у сфері послуг, на ринку інтелектуальної власності, технологій, цінних паперів. Актуальність дослідження комерційної діяльності полягає у тому, що у сучасних умовах якість комерційної роботи на підприємстві стає одним з найважливіших факторів його ефективного функціонування на ринку товарів і послуг. Саме комерційна діяльність забезпечує умови і механізм здійснення купівлі-продажу товарів, послуг, цінних паперів, зміну їх форм вартості в процесі товарно-грошового обміну.

Значну увагу питанням організації й управління комерційною діяльністю в умовах ринкової економіки приділяли вітчизняні та зарубіжні вчені: Л.Балабанова, І.Беляєвський, Г. Дж. Болт, Л. Дашков, Ф. Котлер, Л. Осипова, Ф.Панкратов, Т.Серьогіна, І. Синяєва. Проте, незважаючи на значну кількість виконаних досліджень, багато теоретичних аспектів комерційної діяльності підприємства розкрито не повною мірою.

Вивчення наукових праць вітчизняних і зарубіжних вчених вказує на те, що у сучасній економічній літературі не існує єдиного тлумачення поняття

“комерційна діяльність”. Зокрема її ототожнюють виключно з діяльністю суб’єктів торговельної галузі, як цільову настанову комерційної діяльності визначають лише прибуток (Варналій, 2002). Беляєвський (2005) визначає комерційну діяльність як діяльність з купівлі-продажу та зберігання товарів з метою задоволення споживчого попиту й отримання прибутку. Ф. Половцева (2009) окреслює комерційну діяльність як сукупність комерційних операцій, спрямованих на ефективну купівлю-продаж та доведення товарів до споживачів з орієнтацією на попит й отримання реального прибутку.

Осипова та Синяєва (2000) розглядають комерційну діяльність як сукупність процесів та операцій, спрямованих на здійснення купівлі-продажу товарів з метою задоволення купівельного попиту та отримання прибутку. При цьому вчені вважають, що поняття «комерційна діяльність» економічно ширше, ніж торгівля, оскільки основою торгівлі завжди є комерція, але не кожна комерційна діяльність зводиться тільки до торгівлі. Багато юридичних осіб у сфері комерційної діяльності здійснюють складний комплекс заготівельної, виробничої, будівельної, інвестиційної та іншої підприємницької діяльності з метою її подальшої реалізації через процеси купівлі-продажу для отримання прибутку.

Виходячи з цього, аналіз дефініції “комерційна діяльність” дає змогу зробити висновок, що переважна більшість дослідників сходяться на думці, що предметом комерційної діяльності є процеси у сфері товарообігу з обов’язковим урахуванням задоволення потреб споживачів.

В умовах ринкової економіки комерційна діяльність як спосіб реалізації комерційних відносин стає домінуючою. Саме ці відносини всебічно стимулюють виробництво, надають динаміку потребам, активізують товарно-грошовий обмін. З огляду на це комерційна діяльність є об’єктивно необхідною категорією ринкової економіки, до того ж є надзвичайно складним процесом.

Розрити основний зміст комерційної діяльності можливо через визначення її цілей та напрямів діяльності. Оскільки основною метою комерційної діяльності є отримання прибутку, можна виокремити наступні її цілі: встановлення господарських і партнерських зв’язків з суб’єктами ринку; вивчення та аналіз джерел закупівлі товарів; налагодження зв’язків виробництва-споживання, що орієнтується на попит покупців; безпосереднє здійснення купівлі-продажу; розширення існуючих та розвиток перспективних цільових ринків товарів і послуг.

З огляду на цілі комерційної діяльності виділяють такі її напрямки:

1. Визнання потреби на товари і послуги, вивчення та прогнозування попиту на них.
2. Організація рекламної роботи.
3. Планування обсягів закупівлі та реалізація товарів і послуг.
4. Пошук та вибір найкращого партнера, постачальника та покупця.
5. Організація руху товарів, оптового продажу, роздрібною торгівлі або комерційного посередництва (Бабух, 2016; Янчева, 2016).

Таким чином, комерційною діяльністю визнається діяльність, яка в умовах конкурентного середовища спрямована на організацію та управління процесами купівлі-продажу для задоволення попиту споживачів і збільшення капіталізації

її суб'єкта. Комерційна діяльність, як один із атрибутів ринку, формується та розвивається за його загальними принципами, а управління нею базується на принципах формування, накопичення та опрацювання достовірної інформації про всі аспекти досягнення ефективного товарно-грошового обміну. Прикладний характер комерційної діяльності зумовлює наявність специфічних характерних рис та принципів функціонування: комплексність, системність, об'єктивність та ефективність.

ЛІТЕРАТУРА

- Бабух, І. (2016). Теоретичні підходи до аналізу комерційної діяльності та управління нею. *Міжнародні економічні відносини та світове господарство*, 10 (1), 23-26.
- Беляевский, И. (2005). *Основы коммерции*. Москва: Издательство Московского Государственного университета экономики, статистики и инфографики.
- Варналій, З. (2002). *Основы підприємництва*. Київ: Знання-Прес.
- Осипова, Л., Синяева, И. (2000). *Основы коммерческой деятельности*. Москва: Юнити-Дана.
- Половцева, Ф. (2009). *Коммерческая деятельность*. Москва: ИНФРА-М.
- Янчева, Л. (2016). *Теоретико-практичні аспекти управління комерційною діяльністю*. (Монографія). Харківський національний університет харчування і торгівлі, Харків.

РОЛЬ БІЗНЕС-ПЛАНУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Бібакова Є.М.

Київський національний лінгвістичний університет

Від початку своєї економічної діяльності підприємець стикається з рядом складних, але водночас дуже важливих питань. Найчастіше, першим кроком будь-якої підприємницької діяльності, незалежно від сфери функціонування, є нестача коштів. Та перш ніж звернутись до фінансово-кредитної установи за допомогою, потенційний бізнесмен повинен розробити і представити ефективний і переконливий бізнес-план – план розвитку підприємства. Більш того, такий документ має бути розроблений як тільки підприємцю прийшла ідея початку нової справи – для подальшого ефективного і раціонального розподілення ресурсів, навіть коли їх достатньо. Тож актуальність моєї теми полягає у висвітленні важливості створення бізнес-плану, як “погляду” у майбутнє бізнесу та визначення цілей його подальшого розвитку.

Виробнича діяльність будь-якої підприємницької структури безумовно починається з планування. Бізнес-план являє собою документ, у якому описаний бізнес, яким Ви бажаєте займатися, і яким чином він стане прибутковим, включаючи деталі щодо дослідження ринку і маркетингової стратегії, а також оцінку ваших конкурентів і декілька фінансових прогнозів (Скібіцька, 2009). Функції бізнес-плану це: створення орієнтиру для

першочергової діяльності підприємства або підприємця, можливість оцінити свої позиції на ринку відносно конкурентів та отримати фінансову підтримку. Тому насамперед, бізнес-план передбачає аналіз можливості виникнення негативних критичних ситуацій та способи їх ефективного подолання.

Залежно від напрямку діяльності підприємства, структура бізнес-планів може різнитись, проте в загальному, він складається з таких розділів:

- Короткий опис проекту
- Опис компанії (підприємства)
- Аналіз ринку
- Проект
- План впровадження проекту
- Додатки.

На шляху створення будь-якої справи постає ряд суттєвих перешкод, кожна з яких, за відсутності необхідного підходу, може стати причиною виникнення проблемної ситуації. До них відносяться: організація управління, накопичення капіталу, розробка та маркетинг продукту, підтримання на необхідному рівні валового прибутку та захист бізнесу від небажаного впливу та ін.. Статистика свідчить, що 75% усіх нових починань у бізнесі є невдалими в перші роки (Покропивний, 2002).

Питанням необхідності створення бізнес-плану та подальшим користуванням ним займались багато відомих вчених-економістів, в тому числі і практикуючий канадський бізнесмен Д. Дейл. На думку Д. Дейла: “План є основою контракту між підприємцем і фінансистом-інвестором. План бізнесу - це загальноприйнятий прийом менеджменту, який використовується корпораціями і установами всіх розмірів для того, щоб сформулювати мету і запропонувати шляхи її досягнення. Він, як правило, складається на 5 років. Рада директорів розвинутої компанії орієнтується на довготерміновий план, як на дорожню карту” (Маниловский, 2001). Оновлення бізнес-плану кожних 3-5 років обґрунтовано прогресом розвитку підприємства, зміною ринкового середовища, безпосередньо позицій його конкурентів, технічним прогресом та визначення нових цілей розвитку.

Основні переваги такого методу планування полягають не лише у наявності бізнес-плану як формального документу на підприємстві, а і як керівництва подальших дій з метою досягнення бажаного успіху. Варто зазначити, що саме функція орієнтиру для діяльності підприємства найбільше стосується саме психологічного фактору, тобто мотивації. Можна вважати, що бізнес-план мотивує та зацікавлює не тільки безпосередніх власників бізнесу, а і персонал, створюючи картину успішного підприємства у майбутньому. Робітники відчувають відповідальність за свої дії, усвідомлюють, що вони – частина величезної справи, будівники майбутнього. Усе це створює додаткові переваги при управлінні відділом кадрів.

Проаналізувавши бізнес-план одного із найбільших Херсонських торгових центрів “Fabrika”, можна відзначити, що грамотно складений бізнес план дає повну інформацію про підприємство та перспективи його функціонування. Навіть бізнес-план, що має найпростішу структуру, робить аналіз фінансово-кредитною

установою ефективним, а також на основі отриманих даних аналітики можуть оцінити позиції майбутнього підприємства на ринку та серед конкурентів.

Шляхами покращення бізнес-планування є покращення організованості, тобто строгість і виконуваність режиму складання планів, удосконалення системи документообігу, забезпечення достатньої кількості реальної інформації та належний контроль з боку керівництва.

Отже, з усього вищесказаного можна зробити висновок, що бізнес-план – один із найважливіших інструментів виробничої діяльності підприємства, що забезпечує продуктивне функціонування та розвиток підприємства з самого початку його створення.

ЛІТЕРАТУРА

Маниловский Р.Г. (2001) Книга «Бизнес-план. Методические материалы».

Москва: Финансы и статистика.

С.Ф. Покропивний, С.М. Соболев, Г.О. Швиденко, О.Г. Дерев`янку (2002) Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: Навчальний посібник. Київ: КНЕУ.

Скібіцька Л. І., Скібіцький О. М. (2009) Менеджмент підприємницької діяльності. Книга 1. Організація бізнесу. Київ: Кондор.

РОЛЬ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УПРАВЛІННІ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Бібакова Є.М.

Київський національний лінгвістичний університет

У часи, коли економічний стан в Україні є вкрай складним, досить важливо переймати досвід передових країн світу та впроваджувати прогресивні технології та інновації для прискорення економічної динаміки. Саме для керування цими процесами на підприємстві створюється важлива складова системи управління – менеджмент інноваційної діяльності. Менеджери цієї сфери це, насамперед, висококваліфіковані професіонали, які мають аналітичний склад розуму та відкриті до усього нового.

Дослідженням проблематики інноваційного менеджменту займалися такі відомі вчені, як Й. Шумпетер, Ф.Ніксон, Б. Твісс, Ф. Хаберланд та ін. Так, Михайлова, Гуторов, Турчина, Шарко (2015), вивчаючи науковий доробок Й.Шумпетера, погоджуються з тим, що інноваційним менеджментом можна називати науково-організаційну комбінацію виробничих факторів, яка мотивована підприємницьким духом.

Результати дослідження Захарченко, Корсікової, Меркулова (2012) підтверджують, що функціонально інноваційний менеджмент являє собою сукупність економічних, мотиваційних, організаційних і правових засобів, методів і форм управління інноваційною діяльністю конкретного об'єкта управління з метою одержання найоптимальнішим способом економічних результатів цієї діяльності. Тож варто зазначити, що система управління

інноваційною діяльністю, як і будь-яка інша підсистема на підприємстві, є складовою загального порядку управління організацією. Тому управління нововведеннями охоплює різноманітні завдання і функції, кожна з яких спрямована на вирішення специфічних питань щодо взаємодії між підрозділами організації.

Для успішного запровадження нових технологій, менеджери інноваційної діяльності мають успішно співпрацювати з менеджерами інших сфер управління: маркетингом, персоналом, фінансовою діяльністю тощо. Передусім, даний синтез між підрозділами управління дає можливість фахівцям з інноваційної діяльності об'єктивно оцінити як макро-, так і мікросередовище компанії і, в свою чергу, зважити усі плюси та мінуси впровадження новітніх технологій в умовах, що склались.

Із таких позицій Краснокутська (2003) розглядає інноваційний менеджмент як систему управління, що активно впливає на підприємницьку діяльність, на розвиток інноваційної, інвестиційної, соціально-економічної, політичної діяльності як окремої організації, так і країни загалом. Це і є одна з найбільших переваг інноваційного менеджменту – можливість поліпшення якості продукції або послуг не лише на виробничому рівні, а також через підвищення продуктивності праці персоналу, тобто впровадження нововведень на будь-якому етапі та через будь-яку ланку, що має безпосередній, або опосередкований вплив на діяльність підприємства.

На сьогодні, за дослідженням Джамріско і Лу (2017) на основі рейтингу “Глобального інноваційного індексу інновацій”, розробленого Всесвітньою організацією інтелектуальної власності, Корнельським університетом та міжнародною бізнес-школою “Insead”, станом на 2017 рік Україна серед усіх 143 країн світу за показниками продуктивності, присутності в економіці високотехнологічних компаній та кількості зареєстрованих патентів і числа дослідників посідає лише 42 місце, спустившись на одну сходинку порівняно з минулим роком. Найближчими її сусідами стали такі країни як Словаччина, Латвія та Мальта, посівши 36-те, 39-те та 40-ве місця відповідно.

Разом із тим, у діяльності ряду вітчизняних підприємств можна спостерігати намагання вирішувати завдання впровадження нововведень для забезпечення більш ефективного і поступального розвитку. Так, досить вдалим прикладом успішного функціонування системи інноваційного менеджменту є перебудова своїх потужностей металургійною компанією “Інтерпайп”. Інвестиції у нове обладнання у розмірі 16,2 млн. дол. дали змогу перемістити значну частку виробництва з закордону в Україну та збільшити частку продукції для експортних ринків. Одночасно з інвестиціями у виробничі потужності в компанії почалися комплексні зміни у сферах закупівель, логістики, виробництва, фінансів, ІТ. У зв'язку з цим, “Інтерпайп” однією з перших серед українських промислових компаній впровадила електронні тендерні закупівлі (НВ Бізнес, 2016).

Отже, інноваційний менеджмент є однією з найважливіших складових системи менеджменту на підприємстві, тісно пов'язаною з діяльністю управлінських підрозділів іншого спрямування. Ефективне його застосування,

відповідне фінансування та висока кваліфікація менеджерів дає змогу вплинути на розвиток усіх сфер діяльності підприємства. На більшості вітчизняних підприємств система інноваційного менеджменту ще потребує значних зусиль по її розбудові, проте позитивний досвід окремих українських компаній вже засвідчує певний прогрес у процесі її становлення і розвитку.

ЛІТЕРАТУРА

- Захарченко В.І., Корсікова Н.М., Меркулов М.М. (2012). *Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки*. Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури.
- Краснокутська Н. В. (2003) *Інноваційний менеджмент*. Навч. посібник. Київ: КНЕУ.
- Михайлова Л.І., Гуторов О.І., Турчіна С.Г., Шарко І.О. (2015). *Інноваційний менеджмент*. Київ: Центр учбової літератури.
- Як компанія Інтерпайп перебудувала свої потужності за світовими стандартами (2016, Листопад 24). *НВ Бізнес*. Взято з <https://biz.nv.ua/ukr/technology-b/identifikatsija-kolesa-285426.html>.
- Michelle Jamrisko and Wei Lu (2017, January 17). These Are the World's Most Innovative Economies. *Bloomberg Markets*. Взято з <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-01-17/sweden-gains-south-korea-reigns-as-world-s-most-innovative-economies>.

ОСНОВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Бондар А.О.

Київський національний лінгвістичний університет

Будь-яке виробництво матеріальних благ або послуг потребує ресурсів як матеріальних, так і людських. До матеріальних належать сировина, енергоносії, споруди, устаткування тощо. До людських ресурсів належать працівники з певними професійними навичками і знаннями. Вони є джерелами ресурсів праці або трудового потенціалу.

Важливим джерелом розвитку професійної складової людського потенціалу є кошти підприємств. Витрати на професійне навчання кадрів на підприємствах України складають близько 1% від фонду зарплати. Тобто приватний капітал не бере активну участь у розвитку персоналу. Періодичність підвищення кваліфікації працівників на підприємствах в Україні в середньому становить 12 років. Для порівняння в Японії – не більше півтора року, в інших розвинених країнах – не більше трьох років (Братченко, 2013). У США корпорації витрачають на професійне навчання персоналу понад 100 млрд. дол. на рік. У цій країні близько 75% корпорацій з чисельністю персоналу понад 500 чол. мають програми підготовки та перепідготовки, а 30% всіх фірм розглядають освітні витрати як інвестиції і невід'ємну складову довгострокової економічної та конкурентної стратегії (Буланов, 2014).

Як показують дослідження, в Україні існує ряд причин, чому бізнес не займається проблемами розвитку людського потенціалу, має незначну частку витрат на персонал в структурі собівартості продукції. Найбільш істотними причинами є: низький попит на продукцію і збитковість операційної діяльності підприємств (близько 34,9% підприємств країни в 2016 р – збиткові); недостатність інформації про сучасні технології управління персоналом; сьогоднішня прибуткова діяльність підприємств в значній мірі залежить від технологій, сировини, географічного розташування, а в більшості сфер діяльності слабо затребуваний інтелектуальний потенціал працівників (Бортнік, 2016).

Можливості держави в аспекті розвитку людського потенціалу в умовах ринкового господарювання (витрати на медицину, освіту, соціальний захист та ін.) залежать виключно від обсягів концентрації фінансових ресурсів в бюджеті і позабюджетних фондах і ефективності їх використання. Важлива роль в зв'язку з цим належить податковому механізму мобілізації коштів до державного та місцевих бюджетів. Податковий механізм повинен таким чином впливати на економічну поведінку суб'єктів ринкових відносин, щоб сприяти зростанню соціальної відповідальності і одночасно забезпечувати потреби суспільства в суспільно-необхідних благах і послугах, які не пригнічуючи економічну активність.

Результатами ефективно функціонуючого фінансового механізму розвитку людського потенціалу є нарощування та ефективне використання всіх його складових (біологічний, інтелектуальний, підприємницький, освітньо-професійний, мотиваційний, культурний і ін.), а також фінансових і інформаційних ресурсів, які сприятимуть поліпшенню соціально-економічного становища кожного індивіда, розширенню можливостей його вибору і, як результат, підвищення конкурентоспроможності держави. Імперативом соціальної політики держави повинні стати не активізація механізму перерозподілу в суспільстві, а формування механізмів зміцнення фінансового становища підприємств і домашніх господарств.

У сучасних умовах головним джерелом і об'єктивною основою підвищення добробуту і фінансової стабільності доходів населення виступає їх залучення до активного саморозвитку через трудову діяльність. В цьому аспекті пріоритетними напрямками фінансового регулювання і фінансового забезпечення розвитку людського потенціалу повинні бути підтримка зайнятості та сприяння працевлаштуванню, а також освіта та охорона здоров'я на основі розвитку їх багатоканального фінансування (включаючи законодавчо обумовлені обов'язкові і добровільні благодійні фінансові потоки, а в їх складі – адресні страхові та інші види грошових потоків).

Крок назад в економічному розвитку країн світу внаслідок морального фінансово-економічної кризи вимагає подолання його наслідків і формування нового курсу для зростання за трьома основними напрямками: розумний зростання (розвиток економіки, заснованої на знаннях і інноваціях), сталий розвиток (створення економіки, заснованої на доцільному використанні ресурсів, екології та конкуренції), інклюзивний зростання (соціальне залучення,

сприяння підвищенню рівня зайнятості населення, досягнення соціального та територіального (Стеценко, 2016). Як бачимо, всі напрямки розвитку країн Європи, визначені Радою ЄС в 2010 р, передбачають домінування процесів розвитку людського потенціалу, і всі зміни здійснюються заради людини.

У зв'язку з цим слід враховувати, що саме ступінь відповідності кількісного та якісного складу людського потенціалу потребам економіки визначає рівень його використання і формує фундамент його розвитку. Одним із завдань, вирішення якої сприяє забезпеченню розвитку людського потенціалу, є його об'єктивна оцінка як нематеріального активу розвитку економіки. Це дасть можливість оцінити відповідність людського потенціалу стратегічних напрямків розвитку національної і регіональної економіки і визначити напрямки необхідних змін, що окреслює перспективи подальших досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

- Бортнік С.М., Активізація людського потенціалу в умовах глобалізації економіки / С. Бортнік // Економічний форум. – №3. – 2016. – 458 с.
- Братченко В.Ф. Управління персоналом організації в сучасних умовах/ В.Ф. Братченко// Персонал. – 2013. – № 3. – С. 5–10.
- Буланов В., Катайцева Е. Человеческий капитал как форма проявления человеческого потенциала // Общество и экономика. 2014. – № 1. С. 13 – 22.
- В. Ю. Стеценко Добровільне медичне страхування як об'єкт правового регулювання / В. Ю. Стеценко // Часопис Київського університету права. – 2016. – №3. – С. 156-160.

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ І РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Власенко А.Я.

Київський національний лінгвістичний університет

В умовах нестабільної економіки, підприємства змушені шукати нові шляхи удосконалення їх маркетингової діяльності. Інноваційний маркетинг – з одного боку, є великим ризиком для сучасних підприємств, а з іншого – можливістю стати більш конкурентоспроможними на ринку за допомогою залучення передових технологій у маркетингову діяльність (Буймов, 2010).

Досвід підприємств по виявленню і визначенню шляхів маркетингових інноваційних рішень показав, що деякі з них іноді не були помітні для вищого менеджменту, якщо ця робота проводилася без урахування наукової і структурованої класифікації інновацій. Наявність класифікації є однією з найбільш важливих умов досягнення повноцінної аналітичної праці та її ефективності в економічному плані. Класифікація маркетингових інновацій за типом, соціальним, психологічним сприйняттям об'єкта інновацій споживачами, часом, схильності купувати нові продукти раніше більшості

споживачів, має важливе значення для організації, що планово проводить інноваційне оновлення маркетингових концепцій (Кобишев, 2016).

У інноваційному маркетингу, інновації поділяють за ступенем потенціалу (см. табл.1).

Таблиця 1.

Характеристика інновацій за ступенем потенціалу

Вид	Характеристика
Радикальні інновації	Фундаментально відрізняються від еволюційних поліпшень продукту та базуються на вивченні нових технологій. Продукти, процеси або послуги володіють небаченими раніше властивостями або відомими, але значно поліпшеними за продуктивністю або за ціною характеристиками.
Комбінаторні інновації	Поєднаність раніше відомих властивостей та елементів. Частіше всього направлені на охоплення нових груп споживачів та нових ринків.
Модифіковані інновації	Характеризуються модифікацією вже існуючих продуктів та направлені зміцнення ринкової позиції підприємства

Інноваційна маркетингова діяльність в сучасних умовах стає надзвичайно важливим нововведенням у конкурентній битві. Зміни у зовнішньому середовищі постійно створюють підґрунтя для інновацій, тому що з'являються нові способи задоволення вже існуючих потреб (Старицька, 2014).

Шляхи удосконалення і розвитку інноваційного маркетингу на сучасному підприємстві базується на новому підході використання досвіду споживачів.

Маркетингові рішення повинні бути прийняті за сумарними підсумками кожної стадії інноваційного проекту, починаючи з оцінки самої інноваційної ідеї.

На закінчення хотілося б підкреслити, що серед головних напрямків розвитку інновацій в Україні: створення попиту на інновації; рішення інвестиційних, організаційно-правових, кадрових питань; певну роль грає розширення використання інноваційного маркетингу. Існує велика різноманітність змісту інноваційного маркетингу стосовно до різних груп продуктів, ринків інновацій, суб'єктів інноваційної діяльності, умов і можливостей його застосування. Таким чином, розкривати специфіку використання інструментів інноваційного маркетингу можна тільки при детальному розгляді всіх цих особливостей.

ЛІТЕРАТУРА

Буймов, А.С., Вайсман Е.Д. (2010) Оценка конкурентоспособности инновационного продукта. *Маркетинг в России и за рубежом*, 1, 74-80.

- Кобишев А.Н. (2016) *Меры совершенствования маркетинга инноваций*. М: Образование. Взято з http://gabrio.ru/meri-sovershenstvovaniya-marketinga-innovacij-dlya-nebolshih-firm/#_Точ285996467
- Старицька О.П., Старицький Т.М. (2014). *Інноваційний маркетинг як інструмент підвищення ефективності функціонування підприємств*. К: Маркетинг і ринкові відносини.

СТРАТЕГІЇ ТА ОПЦІЇ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА

Гавриленко О.А.

Київський Національний Лінгвістичний Університет

Існує декілька ключових цілей для маркетологів підприємств, включаючи збільшення частки ринку, збільшення продажів (обороту), збільшення лояльності клієнтів, підвищення сили бранда та ефективне управління витратами для підвищення прибутковості. Наприклад, компанія може досягти зростання шляхом розширення внутрішнього або зовнішнього, шляхом найму або придбань (злиття).

Однією з переваг, пов'язаних із зростанням, є те, що компанія може скористатись економією на масштабі, щоб зменшити витрати. Це може призвести до покращення купівельної спроможності або залучення більш ефективних осіб, що приймають рішення, до команди, в результаті чого знижуються загальні витрати та збільшується прибутковість.

Визначення та націлювання вашої аудиторії є ключовим компонентом ефективної маркетингової стратегії компанії. Інструменти керування відносинами з клієнтами (CRM) також є неймовірно корисними для відстеження потенційних клієнтів, конверсій тощо. Вимкнення рефералів – це один із способів побачити репутацію вашого бранду на ринку.

Метод “бізнес-маркетинг-тактика”. Вашими зусиллями з маркетингу підприємства можна управляти та контролювати за допомогою таких інструментів, як HubSpot. Оснащення вашої команди з правильним програмним забезпеченням для керування маркетингом підприємства дозволяє надати життєво важливу інформацію про ефективність в різних областях, включаючи управління міжгалузевими кампаніями (традиційні, веб, мобільні, соціальні); Управління досвідом клієнтів від передпродажного дослідження до післяпродажного спостереження; аналіз кампанії таких факторів, як конверсії; та управління маркетинговими ресурсами, такими як персоналом та бюджетами (Дурович, 1998).

Існує 4 основних напрямки діяльності маркетологів, які мають зосередити свої зусилля, щоб отримати найбільшу користь. До них відносяться проникнення на ринок, розвиток продуктів, розвиток ринку та диверсифікація.

Проникнення на ринок просто означає, що компанія продає більше на свій ринок, ніж це було раніше. Це може включати цільові стратегії, такі як знижки та спеціальні пропозиції, або пошук нового маркетингового каналу, такого як онлайн.

Розробка продукту передбачає компанію, що зосереджує увагу на створенні нового або вдосконаленні вже існуючого продукту для залучення нових клієнтів на існуючих ринках. Одним з недоліків розвитку продукту є невід'ємні витрати, пов'язані з такою стратегією, але якщо вони окупаються, це варто того.

Розвиток ринку означає, що компанія бере свій існуючий продукт або послугу і намагається продати її на новому ринку. Це може бути надзвичайно ефективним видом маркетингу підприємства, коли він буде зроблено правильно. Ваша команда хоче провести дослідження в значній мірі, щоб націлити відповідну демографічну групу (Сливоцки, 2016).

Диверсифікація – це ще один спосіб підвищити зусилля вашого маркетингового бізнесу. Це означає розробку нових продуктів на нових ринках одночасно. Це ризикова стратегія просто тому, що бізнес намагається скористатись кількома речами одразу поза його основним бізнесом. Є щось, про що можна сказати, для того, щоб робити одне, і робити це добре, але є також приказка про те, що великі нагороди не приходять без великого ризику. Якщо ваша компанія перебуває у стабільному фінансовому становищі, диверсифікація може бути великим фокусом для вашої корпоративної маркетингової діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

Дурович, А., Короян Ю. (1998) *Методи маркетингу підприємства*. Мн.: Економпрес. Взято з <http://tourism-book.com/pbooks/book-36/ua/chapter-1710/>.

Кращі практики. Мінск: Інноваційний міст. Взято з <http://ib.technopark.by/market>.

Сливоцки А, Вебер К. (2016) Вверх: семь стратегий, как превратить неудачи в большие победы. Эксмо. Взято з <https://goo.gl/US7SEs>.

НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ

Гаврилюк В.А.

Київський національний лінгвістичний університет

Маркетингові дослідження - це систематичний пошук, збір та аналіз даних, які відносяться до конкретної ситуації на ринку, з якою зіткнулось підприємство. Це ключовий елемент в цілісному полі маркетингової інформації, яке об'єднує споживача, клієнта, громадськість і маркетолога через інформацію, яка використовується для того, щоб ідентифікувати і визначити можливості і проблеми маркетингу, розробити, деталізувати і оцінювати дії маркетингу, вдосконалювати розуміння маркетингу як процесу і засобу підвищення ефективності специфічних видів маркетингової діяльності (Белова, 2010).

Дослідження поведінки споживачів здійснюються власними маркетинговими службами підприємств або спеціалізованими маркетинговими фірмами на комерційній основі. Існують різні методи досліджень поведінки споживачів, згідно з якими відбувається процес дослідження.

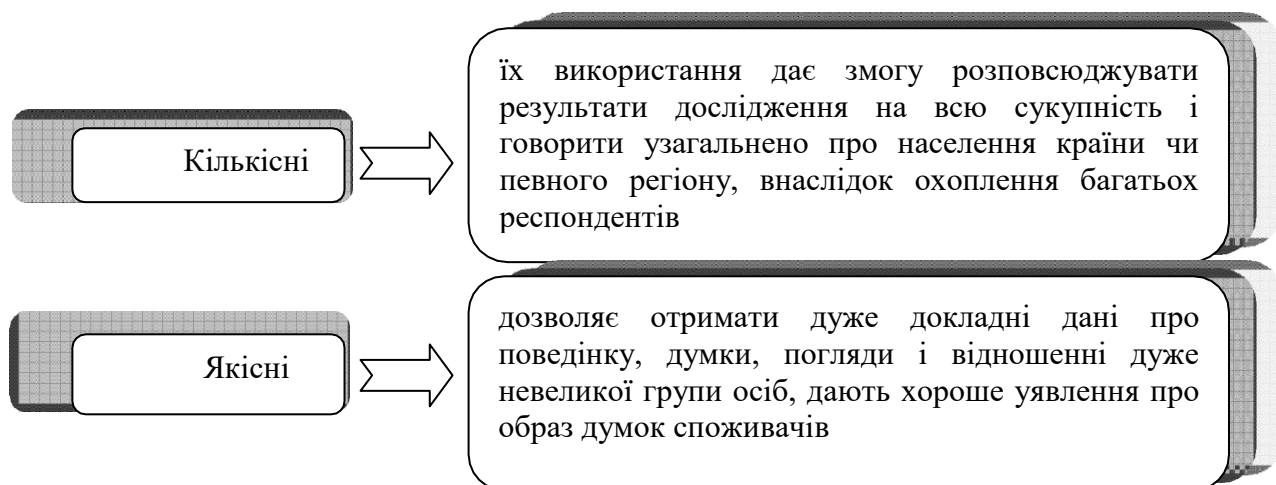


Рис. 2. Методи маркетингових досліджень, сформовано автором

В основі методик кількісних досліджень завжди лежать статистичні моделі, використовуються великі вибірки, що дозволяє вивчити кількісні (числові) значення досліджуваних показників. До вибірки в кількісних дослідженнях висуваються жорсткі вимоги, які базуються на теорії вірогідності і математичної статистики. Кількісні дослідження зазвичай виконуються у формі опитувань респондентів.

Характерними особливостями таких досліджень є (Маркетинг: Підручник, 200, с. 422):

1) високий рівень стандартизації (всім респондентам ставлять однакові запитання, часто з пропозицією однакових варіантів відповідей на них);

2) легкість реалізації (полягає в тому, що респондентів відвідувати не обов'язково, достатньо передати їм анкети поштою або телефоном; не обов'язково використовувати технічні засоби і залучати висококваліфікованих професіоналів;

3) можливість проведення глибокого аналізу шляхом формування послідовних питань для уточнення;

4) можливість табелювання і проведення статистичного аналізу з використанням методів математичної статистики і відповідних пакетів прикладних програм для персональних комп'ютерів.

Якісні методи базуються на теоретичних ресурсах соціології, індивідуальному досвіді, спостереженнях, аналізі особистих та офіційних документів і т.д. Вони опираються на розуміння, пояснення та інтерпретацію емпіричних даних і є джерелом формування гіпотез і продуктивних ідей (Маркетинг: Підручник, 200, с. 422).

Такі дослідження застосовують у тому випадку, коли дослідник недостатньо розуміє проблему або не має достатньої інформації для проведення точних, формалізованих кількісних досліджень. Якісні дослідження мають

пояснювальну спрямованість, характеризуються глибоким опрацюванням досліджуваних аспектів поведінки споживачів, дають уявлення про приховані мотиви і базові нужди споживачів і передбачають використання широкого кола специфічних дослідницьких методів і інструментів.

Основними характеристиками якісних досліджень є (Маркетинг: Підручник, 200, с. 422):

- наявність висококваліфікованих інтерв'юерів-аналітиків;
- суб'єктивність (інтерпретація аналітиком зібраної інформації);
- пояснювальна спрямованість;
- використання широкого кола специфічних дослідницьких методів та інструментів;
- невеликий обсяг статистичної вибірки;
- неможливість поширення висновків на велику кількість людей.

Кількісні і якісні методи взаємодоповнюють один одного, що забезпечує високу ефективність їх спільного використання на всіх етапах дослідження поведінки споживачів. При цьому специфіка кожного з методів визначає сферу його домінування в процедурах досліджень поведінки споживачів (Шафалюк, 2003).

ЛІТЕРАТУРА

- Белова Т.Г. Маркетингові дослідження : Конспект лекцій для студ. за напрямом підготовки 6.030507 « Маркетинг» усіх форм навчання. – К. : НУХТ, 2010. – 131с.
- Маркетинг: Підручник / Руделіус В., Азарян О. М., Виноградов О. А. та ін: Ред. - упор. Сидоренко О. І., Редько П. С. - К.: Навч.-методичний центр "Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні", 2005. - 422 с
- Шафалюк О. К. Поведінка споживачів: Курс лекцій. - К.: КНЕУ, 2003. - 68 с.

СИСТЕМА АДМІНІСТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Гордієнко О.С.

Київський національний лінгвістичний університет

На сьогодні система адміністративного менеджменту є основою ефективного управління для компаній, що працюють в різних сферах і галузях. Власне адміністративне управління посідає одне з ключових місць серед видів управлінської діяльності в межах організації. Його стан та специфіка визначає працездатність всієї системи управління й особливості вимог до системи організації забезпечувальних процесів.

Зазначена проблематика привертає увагу багатьох науковців. До фундаментальних досліджень теорії і практики адміністративного менеджменту належать праці А. Файоля, М. Вебера, Л.Урвіка. Проблемами аналізу і вироблення шляхів покращення функціонування системи адміністративного

управління у сучасних умовах займалися такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як: Е.Ферейра, А. Герберт, О. Райченко, В. Новіков, О.Шарко, І. Педак та інші.

На думку Шарко (2013), “адміністративний менеджмент – це тип менеджменту, націлений на організацію і забезпечення управлінського процесу в умовах ситуаційного управління” (с.240). Цікаву точку зору має Герасимyak (2016), який називає адміністративний менеджмент функціональним підвидом менеджменту, що “націлений на організацію і забезпечення управлінського процесу, розподіл та контроль над виконанням розпоряджень на підприємстві чи організації” (с. 130).

Результати дослідження Міненко (2012) дозволяють вважати, що сучасна концепція системи адміністративного менеджменту підприємства полягає в тому, що керівник вищої ланки повинен володіти не тільки розумінням бізнес-процесів, а й мати чітке уявлення про те, що будь-який бізнес повинен бути адаптований до соціально-економічних та суспільно-політичних реалій сьогодення, тобто вміти ефективно реагувати на вплив факторів зовнішнього середовища.

Отже, проаналізувавши все вище зазначене, можна сказати, що однозначної думки щодо визначення поняття адміністративний менеджмент не існує. Але найбільш вдалою можна вважати наведену позицію Герасимyak (2016), яка дозволяє найбільш чітко зрозуміти сутність цього важливого функціонального виду менеджменту, який відповідає за організацію і забезпечення управлінського процесу в організації.

Щодо значення системи адміністративного управління в організації, то остання забезпечує суттєве спрощення процесу управління і підвищує його ефективність без істотних вкладень в модернізацію самого операційного процесу. Значна кількість великих, середніх і малих західних і азійських компаній, зокрема такі відомі, як Toyota, Honda, Ford, BMW, Volkswagen, Sony, Samsung, Coca-Cola, McDonalds, у своїй практиці управління спираються сьогодні саме на систему адміністративного управління. Вона вирішує дві основні задачі управління: забезпечення раціональної організації праці та мотивації кожного працівника до високопродуктивної праці.

Виходячи з останнього, система адміністративного управління поділяється на дві підсистеми. Перша – організаційна система управління відповідає на питання: хто, що, як і коли повинен робити в організації для досягнення визначених цілей і поставлених задач. Відповідно вона включає в себе організаційну структуру управління, положення про підрозділи, посадові інструкції, штатний розпис, систему планування і бюджетування та налагоджений документообіг. Друга підсистема – це система адміністративного управління персоналу, яка включає систему оплати праці, що забезпечує мотивацію персоналу до продуктивної праці і відповідальна за таке коло питань: як потрібно працювати, як оплачується й стимулюється праця, як працівникам налагоджувати відносини з керівниками і колегами, як керівникам оптимально контролювати та управляти підлеглим персоналом (Міненко, 2012, с. 5).

Таким чином, система адміністративного менеджменту – це система управління організацією із застосуванням сучасних адміністративних методів, спрямованих на оптимізацію організаційної структури і створення ефективної системи адміністративного управління персоналом.

На сьогодні система адміністративного менеджменту для вітчизняних компаній поки що є маловідомою. Необхідність її впровадження зумовлена, в першу чергу, поширенням переважно у малих підприємствах неформального характеру відносин між засновниками, які одночасно є і керівниками цих підприємств. По-друге, переважання на практиці у середніх і великих підприємствах імітації адміністративного менеджменту також заважає побудові дієвої системи адміністративного управління. Через її відсутність на підприємствах не одержується очікуваний економічний ефект, пов'язаний зокрема з модернізацією виробництва.

Таким чином, нагальним для вітчизняних організацій є перехід до системи адміністративного менеджменту, який ще називають регулярним адміністративним менеджментом, що звільняє апарат управління від значної кількості рутинних управлінських дій і рішень та робить управлінський процес більш передбачуваним, чітким і ефективним.

ЛІТЕРАТУРА

- Герасимяк, Н.В. (2016). Адміністративний менеджмент як один із напрямів сучасного менеджменту. *Економіка і суспільство*, 4, 127-131.
- Міненко, М.А. (2012). Сучасні підходи до побудови ефективної системи адміністративного менеджменту підприємства. *Економіка та держава*, 19, 4-7.
- Шарко, О.Р. (2013). Виявлення місця адміністративного менеджменту в науці за допомогою типологічного аналізу. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*, 1, 239-245.

СУЧАСНІ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЙ

Григоренко К.С.

Київський національний лінгвістичний університет

В умовах жорсткої ринкової конкуренції гарантом виживання та основою стабільного стану підприємства є його фінансова стійкість. Сучасні підприємства застосовують новітні способи оцінки та аналізу, стійкості, ліквідності, платоспроможності та можливості економічного зростання.

Фінансова стійкість організації являє собою спроможність функціонувати та отримувати прибуток для виплати грошових зобов'язань, не зважаючи на вплив внутрішніх та зовнішніх чинників.

Варто відзначити, що досі не існує єдиного розуміння сутності фінансової стійкості організації. Зокрема Коробов (2010) вважає, що фінансова стійкість організації – це розміщення фінансових ресурсів підприємства, а також

відповідність параметрів діяльності підприємств критеріям позитивної характеристики фінансового стану. Савицька (2015) аналізує поняття фінансова стійкість підприємства як здатність суб'єкта господарювання функціонувати і розвиватися, зберігати рівновагу своїх активів і пасивів в мінливому внутрішньому й зовнішньому середовищі, що гарантує його постійну платоспроможність і інвестиційну привабливість у межах допустимого рівня ризику (с. 347).

З аналізу представлених термінів “фінансова стійкість організації” варто запропонувати більш актуальніше визначення даного терміну, відповідно до якого фінансова стійкість організація – це ефективне використання власних фінансових ресурсів, що реалізується на довгострокову перспективу і забезпечує стабільність організації. Якщо підприємство фінансово стійке, платоспроможне, то воно має ряд переваг перед іншими підприємствами такого ж профілю при отриманні кредитів, залученні інвестицій, у виборі постачальників і в підборі кваліфікованих кадрів. Таким чином, чим вища стійкість підприємства, тим більш воно незалежне від несподіваної зміни ринкової кон'юнктури і, отже, тим менше ризик банкрутства.

На фінансову стійкість підприємства впливають різні фактори, проте єдиної їх класифікації немає. Найпоширеніші види факторів, що впливають на фінансову стійкість підприємства є: базові чинники – це чинники I рівня, які є результатом впливу чинників II та III. До базових чинників відносять: стадію життєвого циклу підприємства; темпи виробництва; рівень інвестицій підприємства у товарні запаси; доходи підприємства. Похідні чинники – це чинники II рівня, до складу яких відносять: демографічну ситуацію; соціальну та податкову політику держави; середній рівень доходів населення; загальний рівень стабільності; грошово-кредитну політику; стратегію управління активами та капіталом; стратегію управління грошовими потоками. Деталізуючі чинники – це чинники III рівня, які деталізують і впливають на механізм впливу на фінансовий стан чинників II рівня, до них відносять: рівень інфляції; рівень конкуренції; стратегію управління ризиком; склад та структуру активів (Башнянин, Лінтур, 2015).

Аналіз фінансової стійкості підприємства дозволяє не тільки оцінити ліквідність, рентабельність і ділову активність підприємства, але і виявити основні проблеми і запропонувати шляхи їх вирішення, використовуючи оптимальний обсяг прямої інформації.

У свою чергу, складовими механізму управління фінансовою стійкістю є елементи забезпечення, аналіз політики управління підприємством, вибір інструментів управління фінансовою стійкістю підприємства та управління ризиком (Борецька, Міщенко, 2016). При цьому, має місце також кадрове, інформаційне, нормативно-правове забезпечення, результатом чого стає зростання прибутку та капіталу при збереженні платоспроможності та кредитоспроможності в умовах допустимого рівня ризику.

Проведення фінансового аналізу зводиться до наступної послідовності: аналіз платоспроможності та ліквідності; аналіз ділової активності підприємства; аналіз результатів діяльності.

Варто зауважити, що підсистема управління ризиком фінансової стійкості є невід'ємним складником системи стратегічного управління його фінансовою стійкістю умовах невизначеності. Така модель реалізується у вигляді трирівневого комплексу заходів визначення, оцінювання й управління ризиком зниження фінансової стійкості (Добош, 2010):

I рівень: аналіз фінансової стійкості та моніторинг зовнішнього середовища; вибір та реалізація заходів забезпечення фінансової стійкості; контроль (облік, оцінка та аналіз результатів вжитих заходів).

II рівень: визначення ризику; оцінка зниження рівня фінансової стійкості.

III рівень: вибір методів обмеження ризиків; реалізація вжитих заходів зі зменшення ризику фінансової стійкості.

Отже, фінансова стійкість формується в процесі всієї виробничо-господарської діяльності і є головним компонентом загальної стійкості підприємства і ґрунтується на показниках, що характеризують джерела капіталу підприємства, їх структуру та рівновагу між активами та джерелами їх формування.

ЛІТЕРАТУРА

- Башнянин, Г. І., Лінтур, І.В. (2015). Фінансова стійкість суб'єктів господарювання та шляхи її покращення. *Економіка і суспільство*, 1, 65-68. Взято з http://www.economyandsociety.in.ua/journal/1_ukr/13.pdf.
- Білик, М. Д., Павловська, О. В., Притуляк, Н. М. (2015). *Фінансовий аналіз*. К.: КНЕУ.
- Борецька, Н. П., Міщенко, К. В. (2016). Аналіз і прогнозування фінансової стійкості підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*, 20, 63-66. Взято з http://www.investplan.com.ua/pdf/20_2016/15.pdf.
- Коробов, М. Я. (2010). *Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств*. К.: Знання.
- Добош, Н. М. (2010). Управління ризиком втрати фінансової стійкості організації. *Науковий вісник НЛТУ України № 20*.

ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Євченко О.Є.

Київський національний лінгвістичний університет

З огляду на сучасні світові тенденції інформатизації суспільства, особливої актуальності і складності в даний час являє проблема посилення орієнтації обліку на управління (організація впровадження на підприємствах і забезпечення належного функціонування управлінського обліку).

Проблема управлінського обліку висвітлена в наукових працях Ф. Бутинця, Л. Нападовська, В. Палія, М. Пушкаря та ін. Однак різноманітність підходів до розкриття поняття “управлінський облік” і визначення його завдань вимагає комплексного розгляду цих питань.

Цілю роботи – розкриття сутності та основних завдань управлінського обліку на підприємстві.

Управлінська звітність спрямована на забезпечення внутрішніх користувачів якісною обліковою інформацією, необхідною для прийняття обґрунтованих рішень з питань управління підприємством (Кузнецова, 2008). Таким чином, потреба в інформації - це основна причина створення форм цього виду звітності.

В Україні форми цієї звітності не передбачені стандартами бухгалтерського обліку та офіційно не затверджені будь-яким державним органом. Це пов'язано з впливом на цей вид звітності галузевих особливостей і завдань менеджера (Цветкова, 2008). Однак у світовій практиці існують стандарти управлінського обліку. Довгий час управлінський облік розвивався як галузь практичної діяльності і не мав системи структурованих концепцій і положень. Значний внесок у справу систематизації термінів, концепцій і методів управлінського обліку зробила Національна асоціація бухгалтерів США, яка на початку 80-х років почала розробку положень управлінського обліку (Statement on Management Accounting - SMA). Сьогодні цією проблемою займається інститут управлінських бухгалтерів США, який переглядає і розробляє нові положень управлінського обліку (Голов, 2007). Ці положення, по суті, є методичними рекомендаціями для підприємств.

Згідно SMA під управлінським бухгалтером (“management accountant”) слід розуміти особу, яку притягнуто до виконання функцій контролю, фінансового аналізу, управління фінансами, планування, розробки бюджету, внутрішнього аудиту, загального бухгалтерського обліку. Фахівці з управлінського обліку виконують дві важливі завдання:

- надають інформацію;
- беруть участь в процесі управління.

Перше завдання полягає в зборі, систематизації та надання інформації всім рівням управління інформацію, яка необхідна для:

- планування, оцінки, контролю та внесення коректив в діяльність підприємства;
- збереження активів підприємства;
- надання зацікавленим особам поза підприємства (акціонерам, регулюючим органам).

Важливість цього завдання обумовлена тим, що підприємству доводиться реалізовувати свої плани в умовах обмеженості ресурсів і при наявності інших обмежень, які перешкоджають реалізації намічених цілей. Тому виникає необхідність в обліку таких обмежень і надання інформації про них (Низков, 2007).

Друге завдання фахівців з управлінського обліку передбачає залучення до управління підприємством на відповідному рівні. Це завдання також включає в себе прийняття стратегічних, тактичних і оперативних рішень, що допомагає скоординувати зусилля підприємства в цілому.

Управлінський облік - це облік факторів, обставин і умов, що впливають на діяльність підприємства (Тлущкевич, 2007). Його мета полягає в забезпеченні

керівництва інформацією, необхідною для прийняття рішень з управління певного суб'єкта і перевірки ефективності виконання прийнятих рішень. Крім того, організація управлінського обліку є невід'ємною частиною системи управління підприємством, в ході якого реалізується стратегія функціонування і розвитку підприємства. В цілому організація управлінського обліку повинна забезпечувати взаємозв'язок різних інформаційних потоків як основу для взаємодії всіх функцій управління. Звідси його необхідність для ефективного функціонування підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

- Кузнецова, С. (2008). Управленческая бухгалтерская отчетность: проблемы создания. *Бухгалтерский учет и аудит*, 11, 15-24.
- Низков, А. (2007) Управленческий учет на основе теории ограничений. *Вестник бухгалтера и аудитора Украины*, 5-6, 26-28.
- Тлущкевич, Н. (2007) Организация управленческого учета (практика внедрения на сельскохозяйственных предприятиях). *Бухгалтерский учет и аудит*, 2, 13-18.
- Цветкова, Н. (2008) Современная организация учета и составления отчетности для принятия управленческих решений. *Бухгалтерский учет и аудит*, 3, 14-27.
- Голов, С. (2007) Управлінський облік: сутність, цілі та вимоги до фахівців. *Вестник бухгалтера и аудитора Украины*, 9(10), 12-16.

СУТНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ТА ЇЇ ТИПИ

Іванченко А.О.

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасних умовах дослідження елементів внутрішнього середовища організації і зокрема її організаційної культури набуває дедалі більшої актуальності. Останнє випливає з необхідності формування культури організації, яка має неабиякий вплив на її діяльність: формує цілі й орієнтири організації, виокремлює її з-поміж інших, визначає моральні засади, цінності, моделі поведінки працівників та відносини між ними.

У дослідження питань організаційної культури зробили внесок відомі зарубіжні вчені: Б.Мільнер, Е. Шейн, Ч. Хенді, Г. Хофстед, У. Оучі, У. Холл. Значну увагу вивченню даного питання приділяють і сучасні вітчизняні науковці: В.Воронковська, М. Дороніна, П. Гречанівська, В. Співак, Л. Савчук, О.Харчишина та ін.

Якщо у визнанні організаційної культури, як феномену, не має суперечок, то у трактуванні її визначення до одностайності вчені так і не дійшли. Наприклад, за визначенням нідерландського соціолога Хофстеда (2003), у широкому сенсі організаційна культура – це колективне програмування думок, яке відрізняє членів однієї організації від іншої. За Мільнером (2012) організаційна культура як суспільство, яке має одноманітне розуміння своїх

цілей, значення, місця, цінностей та поведінки. Ірландський філософ та соціолог Хенді (1996) вважав, що кожна культура, як і кожен Бог, наводить свої власні припущення про елементарну владу, вплив, мотивацію на людей. Вітчизняні науковці, наприклад Харчишина (2011), зазначає, що організаційна культура є частиною культури, яка властива організації як певній групі людей, діяльність яких свідомо координується з метою досягнення певних цілей. На думку Персикової (2002), культура є середовищем існування людини: не існує жодного аспекту людського життя, який не був би причетний або на який би не справляла вплив культура. І в тій самій мірі це стосується організацій: культура – середовище існування і невід’ємна частина будь-якої організації.

Існує багато різноманітних підходів до класифікації організаційної культури. Серед них заслуговує на увагу запропонована Хенді (1996) класифікація типів організаційної культури, яка ґрунтується на системі розподілу влади, повноважень і відповідальності. Кожному типу вчений привласнив ім’я відповідного олімпійського бога і виділив чотири типи організаційної культури. Характерною рисою першого типу – культури влади або культури Зевса, є наявність кваліфікованого лідера, який вміє вчасно виявити та усунути проблему. Організація з таким типом культури відрізняється жорсткою ієрархічною структурою, а її успіх зумовлений швидким ухваленням та реалізацією рішень керівника. Для другого типу – рольової культури або культури Аполлона – визначальним є панування бюрократії, яка базується на системі правил, процедур, інструкцій та чітко розподілених ролей і задач. Саме посада виступає тут головним джерелом влади. Відповідно, організація не є гнучкою, а тому не пристосована до нововведень. Культура завдань або культура Афіни – тип культури в організації, що пристосований до швидких змін. Головним критерієм відбору співробітників у таку організацію є швидкість вирішення проблем. Успіх тут будується на тісній співпраці, компетентності та розумінні одне одного. Останньому типу культури, який називається культура особи або культура Діоніса, властивий координуючий характер влади. Така організація функціонує не для вирішення службових завдань, а для досягнення власної мети. Вона базується на емоційності та творчих цінностях людей, а основою ухвалення будь-яких рішень тут залишається згода. В одній організації в процесі її еволюції можна простежити всі типи культур. Так, на стадії зародження переважає культура влади, на стадії зростання – культура ролі, на стадії розвитку може формуватись культура завдання або культура особистості. На стадії розпаду може бути переважним будь-який із зазначених типів культур (Хенді, 1996).

Можна зробити висновок, що організаційна культура – це базова основа, яка забезпечує ефективність і перспективність організації. Вона є ключовим елементом у вирішенні багатьох кризових явищ у самій організації. Корпоративні цінності, які формуються в рамках організаційної культури, допомагають вибудувати не лише ефективну діяльність компанії, а й створити її позитивний імідж. Тому сильна організаційна культура може стати гарантією

позитивних внутрішньоорганізаційних комунікацій і запорукою налагодження сприятливих зовнішніх зв'язків.

ЛІТЕРАТУРА

- Мильнер, Б. (2012) *Теория организации*. Москва: ИНФРА-М. Взято з <https://studfiles.net/preview/4199776/>
- Handy, C. (1996) *Gods of Management: The Changing Work of Organizations*. London: Oxford University Press. Взято з https://books.google.com.ua/books?id=cG6f-mxkJo0C&pg=PA11&hl=ru&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false
- Hofstede, G. (2003) *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*. California: SAGE Publications. Взято з https://books.google.com.ua/books?id=9HE-DQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ru&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Харчишина, О. (2011). *Дослідження сутності категорії «організаційна культура»*. Вісник ЖДТУ, 2(56), 148-151. Взято з http://library.ztu.edu.ua/e-copies/VISNUK/56_2_2/148.pdf
- Персикова, Т. (2002). *Межкультурная коммуникация и корпоративная культура*. Москва: Логос. Взято з http://www.studmed.ru/persikova-tn-mezhkulturnaya-kommunikaciya-i-korporativnaya-kultura-uchebnoe-posobie_db65b98f892.html#

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ПОСЛУГ

Колоусенко О. А.

Київський національний лінгвістичний університет

Активний розвиток сфери послуг є ключовою характеристикою ХХІ сторіччя. Збільшення обсягів торгівлі товарами призвело до зростання торгівлі супутніми послугами. Сьогодні третинний сектор економіки вносить вагомий внесок (70% ВВП) в підвищення добробуту громадян у багатьох країнах і, перш за все, промислово розвинених.

В Україні за у III кварталі 2017 року порівняно з відповідним періодом минулого року обсяг послуг, реалізованих споживачам підприємствами сфери нефінансових послуг, зріс на 3,1% і становив 163,8 млрд грн. (Експрес-випуск, 2017), що свідчить про динамічний розвиток сфери послуг порівняно з усією економікою країни.

Деякі компанії, що надають послуги, надзвичайно великі, їхні товарообіг та капітал нараховують мільйони гривень. Крім них існують ще десятки тисяч дрібніших фірм, які надають найрізноманітніші послуги. В цілому, надання послуг на ринку супроводжується появою особливих проблем, для вирішення яких потрібні особливі маркетингові стратегії.

Проте, теоретичні засади маркетингу послуг у вітчизняній науковій думці ще не достатньо відпрацьовані. Зазвичай маркетологам радять зважувати на те,

що послуги мають кілька відмінних рис, які відрізняють їх від товарів, а саме: вони не мають матеріального втілення, не здатні до зберігання, характеризуються мінливим рівнем якості, процеси їх виробництва і споживання відбуваються одночасно, покупець, при сплаті за користування послугою, не отримує нічого у власність. А також на те, що окрім традиційних елементів (товару/послуги, ціни, методів розповсюдження і просування) до маркетингового комплексу необхідно включити ще три: людей, процес, фізичне оточення.

По суті все вірно, проте таке механічне поєднання зазначених компонентів не дозволить ефективно організувати маркетингову діяльність на підприємстві. Для цього потрібно врахувати деякі нюанси, а саме: розробляючи товарну стратегію, необхідно визначити всі складові елементи самої послуги, певна комбінація яких дозволить створити відповідну споживчу цінність. Суттєву допомогу при плануванні цього елемента маркетингового комплексу надасть використання “молекулярної моделі”, запропонованої Лінн Шостак (1977), або концепції “базових та периферійних послуг”, започаткованої французькими дослідниками П’єром Еглером та Еріком Ленгардом (1977).

Обираючи стратегію ціноутворення, слід врахувати всі витрати, пов’язані з наданням й отриманням послуги, а не лише суто матеріальні (зазвичай вони становлять лише частину загальних витрат), а й інші (час, моральні та фізичні зусилля, необхідний досвід).

Визначаючи методи розповсюдження послуг, варто не обмежуватись традиційними каналами фізичного розповсюдження, але й скористатись каналами електронної доставки послуг, звісно, якщо це можливо.

Жоден товар або послуга не знайдуть свого споживача, якщо він не знатиме про їх існування. Проте, організовуючи просування послуг, необхідно пам’ятати, що споживача потрібно не просто проінформувати про існування тієї чи іншої послуги, його потрібно навчити користуватися цією послугою, пояснити які вигоди він може отримати, придбавши її, як поводитися під час обслуговування, тощо. Тобто, заходи по просуванню послуг мають виконувати не лише традиційні функції (інформативну, нагадувальну і підкріплюючу), а й просвітницьку (навчальну).

Що ж стосується нових елементів, які пропонується включити до маркетингового комплексу, то тут обов’язково потрібно пам’ятати, що п’ятий елемент – людей – необхідно розглядати у трьох вимірваннях: обслуговуючий персонал, клієнти і інші споживачі, які можуть вплинути на процес надання та споживання послуги, не обмежуючись плануванням заходів стосовно лише тих, хто має безпосередній контакт із клієнтами.

Для забезпечення належного рівня обслуговування споживачів, маркетолог має ретельно спланувати процес надання послуг, тобто конкретні дії та їх послідовність, які необхідні для того, щоб надати певну послугу із високою споживчою цінністю.

Зважаючи на нематеріальний характер послуг, варто подбати про фізичне оточення в якому будуть надаватись послуги. Це дозволить підвищити ступінь матеріальності послуги та сформувати у споживача певне відчуття її якості.

Таким чином, маркетолог, який працює на підприємстві сфери послуг, повинен не лише добре розумітися на організації маркетингової діяльності, а й бути обізнаним з методами операційного менеджменту та управління людськими ресурсами, а також плідно співпрацювати з представниками підрозділів, які займаються цим безпосередньо.

І останнє, спланувавши кожний з зазначених елементів, варто звернути увагу на те, наскільки узгоджені між собою ці компоненти. Саме системний підхід до організації маркетингової діяльності на підприємстві сфери послуг дозволить компанії отримати конкурентні переваги, сформувати міцні зв'язки із споживачами і посісти чільне місце в своїй галузі.

ЛІТЕРАТУРА

- Ринок послуг в Україні. Взято з <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2352387-derzstat-rinok-poslug-v-ukraini-u-iii-kvartali-zris-na-31-do-164-milardiv.html>.
- Shostak L. (1977). Breaking Free from Product Marketing, *Journal of marketing*, 4, 58-67.
- Eiglier P., Langeard E., & Lovelock C. (1977). *Marketing Consumer Services: New Insights*. Cambridge, MA: Marketing Science Institute.

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА

Комар Н.Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Поняття «імідж» давно не тільки відомо в світі бізнесу, але й активно використовується для успішного досягнення ділових цілей і стрімкого просування по службі. З цим поняттям першими активно в практичному аспекті почали працювати зарубіжні економісти, які займаються підприємницькою діяльністю. У 60-х роках ХХ ст. американський економіст К.Болдуїнг уперше застосував термін “імідж” стосовно ділового успіху. Згодом імідж був узятий на озброєння політологією, фахівці якої зробили формування іміджу важливою складовою своєї роботи С. М. Бондаренко (2014).

Основними складовими іміджу організації є: корпоративна філософія; історія-легенда організації; зовнішній вигляд організації; корпоративна культура; розвиток стосунків з громадськістю.

Процес формування іміджу починається із створення бачення, а потім з місії як соціально-значимого статусу організації. Далі визначається його індивідуальність, ідентичність і лише тоді створюється позитивний імідж (рис.1) Лозовський О.М., Дрончак І.В. (2016).

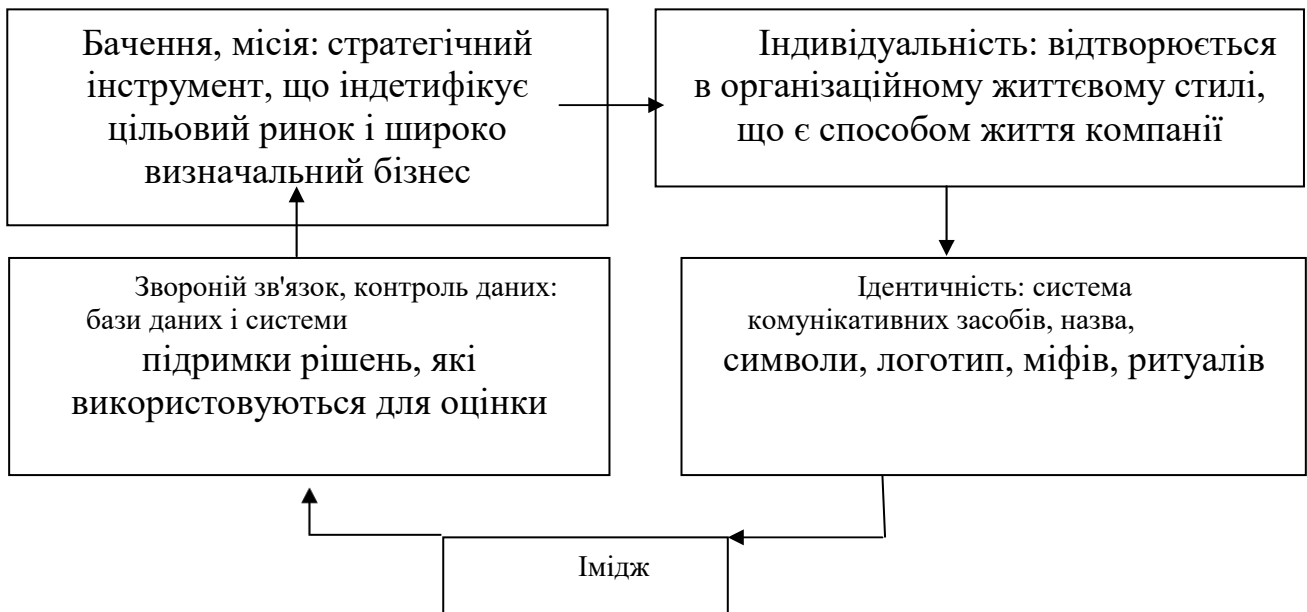


Рис. 1. Формування іміджу підприємства

У формуванні іміджу, на нашу думку, важливе місце займає стратегічне управління в організації. Стратегічне управління створює конкурентні переваги, які забезпечують успішне існування і розвиток підприємства в довгостроковій перспективі Костюк Г. В. (2014).

Оскільки підприємство є відкритою системою, то зрозуміло, що воно має зовнішнє оточення. Це передусім інформаційні потоки, які йдуть в обох напрямках (на підприємство та з нього). Також впливає зовнішня підбурююча дія, що впливає на внутрішнє середовище із зовні.

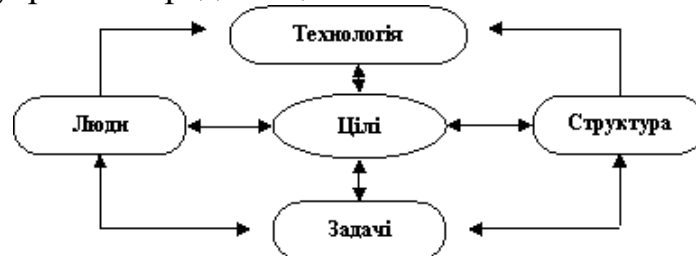


Рис.2. Внутрішні чинники організації (підприємства) та їх взаємозалежність

Те, як поводить себе людина в організації, є наслідком складного сполучення характеристик особистості та зовнішнього середовища.

Спостерігаємо фактори внутрішнього середовища, які є детермінантами всередині організації (підприємства) – власне їх можна розглядати і як чинники, що прямо чи опосередковано є визначальними у формуванні іміджу всередині підприємства. Щодо факторів зовнішнього середовища, то вони, на нашу думку, також до певної міри (або через дії яких) є причетними до формування іміджу підприємства.

Таким чином, фактори, що формують загальний імідж підприємства - це імідж споживачів, бізнес імідж, соціальний імідж, імідж у державні органи, імідж персоналу. Створення і підтримка сильного іміджу вимагає великих витрат, тривалого часу, виникає протиріччя між необхідністю постійно мати

досить високий прибуток і довгострокові інвестиції в імідж, що не дають швидкої віддачі. Але треба розуміти, що якщо один раз підприємство втратить ринкові позиції, то повернутися на них буде вкрай складно, практично неможливо.

ЛІТЕРАТУРА

- Бондаренко С. М., Ліфар К. В. (2014). –) Імідж організації: сутність, зміст та основні етапи формування *Вісник київського національного університету технології та дизайну*. № 2 (11). – С. 1-7.
- Костюк Г. В., Сторожук В. В (2014.) Формування позитивного іміджу підприємства / Г. В. Костюк, // *Вісник КНУТД*. – № 1. – С. 176-181.
- Лозовський О.М., Дрончак І.В. (2016 р.) Формування іміджу підприємства як елементу конкурентоспроможності *Молодий вчений* (№ 1 (28) - Частина 1 .
- Химич І.Г. (2009).Імідж як важливий показник діяльності підприємства у сучасних умовах розвитку корпоративної культури *Економіка та держава*. – № 9. – С. 59.)
- Шавкун І. Г. Дибчинська Я.С. (2016.)*Формування іміджу організації: [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент»]*. – Запоріжжя : ЗНУ.

ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ З КИТАЄМ

Кондратенко В.Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

На сучасному етапі розвитку української економіки, в умовах складної політичної ситуації, досить важливим постає питання про знаходження нових ринків збуту для товарів вітчизняного виробництва.

З огляду на стан світового ринку стає очевидно, що однією з найвигідніших країн-партнерів для проведення та удосконалення вже існуючих торговельних зв'язків для України є співпраця з Китайською народною республікою. У літературі проблему здійснення торговельних відносин між Україною та Китаєм розглядали достатньо відомі українські вчені. Проте, дослідження цього питання на сьогоднішній день залишається досить актуальним, так як, розвиток торгівлі набирає стрімких обертів.

Торговельна співпраця між Україною та КНР бере свій початок у далекому 1991р. За 2014-2017 рр. між країнами було підписано декілька нормативно-правових документів про дружбу та співпрацю, а також обговорено питання з приводу двосторонніх відносин у різних сферах, зокрема, й торгівлі. Протягом кількох останніх років КНР входить до п'ятірки найбільших країн-партнерів України, незмінним це залишилось і станом на 2017 р.

Китайська сторона розглядає Україну, як вигідного економічного партнера, про що неодноразово заявляли китайські представники під час різних зустрічей та конференцій обох країн. Це пов'язано з багатим потенціалом нашої

країни у певних економічних галузях, що безпосередньо цікавить китайських партнерів. Пріоритетними сферами для співпраці є аграрна, машинобудівна, військово-промислова, сфера аерокосмічних технологій, а також авіа- та суднобудівна. Крім того, для Китаю Україна є вигідним ринком збуту китайської продукції машинобудування: станки, виробничі лінії, автомобілі. Також КНР експортує в Україну електроніку, різноманітні товари із низькою доданою вартістю (одяг, іграшки, побутову техніку), будматеріали. Товари, які поступають із Китаю до України, як правило, дешеві та мають низьку якість.

Станом на 2017 р. український експорт товарів до Китаю склав 2 млрд. дол. США, що трохи більше за обсяги 2016 р., які становили 1,9 млрд. дол. США. Загалом, за 2017 рік на Китай припадало 4,5% всього українського експорту. Основу експорту українських товарів склали: руди, шлаки та золи, на які припадало 40% від усього постачання до Китаю, друге місце зайняли - жири та олія (24%), дещо поступилися їм зернові культури (23,2%), решта експорту припала на двигуни й електричні генератори, ядерні реактори, турбореактивні двигуни. Позитивні зміни відбулись у експорті молочних продуктів. Лише за перші п'ять місяців 2017 року український експорт молокопродуктів зріс у 9 разів, у порівнянні з таким же періодом попереднього року. Таким чином, поставки сухої молочної сировини у грошовому еквіваленті зросли на 52%, на 34% більше грошей принесло масло, на 30% – сухе знежирене молоко, на 27% – сир, порівняно з 2016 р. Позитивні зміни відбулись і у експорті кукурудзи, поставки якої у 2017 р збільшились майже у 3,6 рази, цим самим призвівши до ще більшого витіснення американської кукурудзи з ринку Китаю.

У загальній структурі імпорту з Китаю в цей період домінували поставки: електричних машин - 24,9%; котлів, машин - 19,2%; пластмаси, полімерних матеріалів - 5%; чорних металів - 4,9%. Згідно з українською статистикою за 2017 р. імпорт китайських товарів в Україну становив - 4,0 млрд. дол. США. Порівнявши експорт з імпортом, спостерігаємо негативне сальдо для України за цей період, яке склало 2,6 млрд. дол. США.

Ще одним важливим моментом в українсько-китайських відносинах є інвестиційне співробітництво. На сьогодні представники КНР шукають найбільш вигідні пропозиції для вкладення своїх фінансів. Крім агропромислової сфери, яка останнім часом найбільш цікава для китайської сторони, привабливими для китайських партнерів є енергетичний сектор, машинобудування, авіаційна галузь і приладобудування. Станом на 2017 р. в економіку України залучено 17,05 млн. дол. США інвестицій з Китаю. Найбільший обсяг інвестицій спрямовано на підприємства у таких сферах як, сільське, лісове та рибне господарство - 38,6%, оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів - 11,2%. Проте китайський бізнес досить обережно ставиться до інвестування в Україну. Крім політичної нестабільності й труднощів в економіці, усе ускладнює наявність проблем по захисту іноземних інвестицій і невиконання зобов'язань України щодо вже вкладених коштів. Представники КНР хочуть від української сторони гарантій збереження їхніх інвестицій (Офіційний сайт Посольства України в Китайській Народній Республіці та в Монголії).

Таким чином, стає зрозуміло, що українсько-китайські відносини мають всі шанси на успішне та перспективне функціонування. На жаль, існують певні фактори, що гальмують процес розвитку та удосконалення вже існуючих відносин між нашими двома країнами. Це і питання розробки стратегії щодо поліпшення економічної політики України та пошук нових шляхів для розширення спектру товарів що збільшили б частку експорту українських товарів на ринку КНР.

ЛІТЕРАТУРА

Офіційний сайт Посольства України в Китайській Народній Республіці та в Монголії (за сумісництвом) [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://china.mfa.gov.ua/ua/ukraine-cn/trade>

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМАЛЬНИХ І НЕФОРМАЛЬНИХ ГРУП В ОРГАНІЗАЦІЇ

Лебедева В.М.

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасних умовах ключовим фактором успішного існування організації є розуміння усіх законів її створення і розвитку, структури організації та її компонентів як соціальної системи. Будь-яка організація є складним організмом, у якому все функціонує задля досягнення спільної мети. На шляху до неї керівник організації повинен враховувати існування не тільки формальних, а і неформальних груп, які можуть чинити різноспрямований вплив на реалізацію поставленої мети.

Дослідженню теоретичних аспектів сутності організації, її розвитку і функціонування присвячені праці багатьох вчених, зокрема таких як: С. Янг, В. Глущенко, Б.Мільнер, А.Пригожин, Г. Воронцова, О. Богданов, В.Алієв, А. Колосов та ін. Через широкий спектр позицій і визначень цього терміну, досі не існує загальноприйнятої та чітко сформульованої думки щодо сутності організації.

Так, у своїй відомій праці “Методы развития организации” Пригожин (2003) не дає єдиного визначення терміну “організація” та розглядає її як соціальний інститут, як процес та ознаку, як атрибут об’єкта. Проте визнає, що організація, як соціальний інститут, складається з груп (колективів). За Шоу (1971), група (колектив) – це дві і більше особи, які взаємодіють одна з одною таким чином, що кожна особа здійснює вплив на конкретних людей (працівників) і одночасно перебуває під впливом конкретних людей.

У будь-якій організації співіснують і тісно переплетені між собою два види груп: формальні та неформальні. Формальна група – це група людей, що створена та надалі координується керівництвом з метою досягнення спільної мети. Такий вид організації людей передбачає стійку, передбачену модель їх поведінки, яка існує на законних підставах. Формально існування подібної групи починається з моменту “узаконення” плану діяльності організації. Керівництво створює групу у зв'язку з виробничою необхідністю. В організації можуть існувати три типи формальних груп:

- групи керівників (або командні групи) формують особи, які здійснюють процес управління в організації. Прикладами груп керівників можуть бути: президент компанії і віце-президенти; директор магазину і завідувачі відділів; ректор університету та проректори; директор заводу та його заступники;

- цільові виробничі (господарські) групи складаються з осіб, які виконують одне завдання. Вони мають певну самостійність, планують самі свою роботу, щодо них застосовуються окремі елементи цільового стимулювання. В організації можуть існувати групи конструкторів, технологів, фінансистів, постачальників, рекламодавців тощо;

- комітети – це групи, яким організація делегує повноваження для виконання конкретного завдання (ради, комісії, збори, команди, товариства). За функціональним призначенням виділяють спеціальний (наприклад, ревізійна комісія) та постійний (наприклад, рада директорів) комітети (Мосій, Кужда, 2017).

З однієї сторони, формальна організація є стійкою, раціональною, ефективною системою, де кожен може проявити себе як особистість та взаємодіє з іншими задля досягнення мети. Проте з іншої сторони, ці самі ознаки можуть породити бюрократизм, а з нею і “бездушність” організації як такої, де кожен є просто виконавцем, який дбає лише про власні успіхи, і відносини з колегами є виключно службовими. Тому невід’ємним процесом функціонування організації є спонтанна саморегуляція, яка є способом владнання певних конфліктів і проблем, а поряд з нею виникає інший спосіб соціальної впорядкованості, що породжує неформальну організацію.

В свою чергу, неформальна організація – це група людей, що створена на засадах соціальної взаємодії. Такий вид організації виникає через бажання більш тісного спілкування, наявності спільних інтересів тощо. В ній також наявний неформальний лідер, де його функцією є взаємодія з іншими членами групи для досягнення цілей. Разом із тим, неформальна організація може сприяти погіршенню дисципліни, зменшенню продуктивності праці персоналу. Всередині організації неформальні групи часто чинять опір будь-яким змінам, стають підґрунтям поширення чуток тощо. Тому керівнику важливо прийняти існування неформальних груп в організації та вміти впливати на них в першу чергу через неформальних лідерів, залучаючи їх до співпраці на користь досягнення спільної мети організації.

Отже, у формальних груп є чимало спільного з неформальними, а саме ієрархія, завдання для кожного, наявність лідера, чітко встановлені правила та норми поведінки. Головні відмінності полягають лише в способах формування і процесі взаємодії їх членів між собою. Урахування важливості взаємовпливу цих природних складових організації як цілого є ключовим фактором для успішного злагодженого функціонування організації та ефективного управління нею.

ЛІТЕРАТУРА

Пригожин, А.И. (2003). *Методы развития организации*. МЦФЭР. Взято з <http://www.klex.ru/big>

Shaw, M. (1971). *Group dynamics: the psychology of small group behavior*. New-York: McGraw-Hill.

ОЦІНКА ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ ПЕРСОНАЛУ

Линник А.Г.

Київський національний лінгвістичний університет

Практично жоден напрямок роботи в організації не існує без оцінки персоналу. Актуальність даної роботи пов'язана з оцінкою діяльності персоналу в організаціях, зумовлена необхідністю вирішення проблеми підвищення ефективності управління персоналом, що є визначальним чинником конкурентоспроможності будь-якої організації. Оцінка професійних компетенцій допомагає визначити готовність співробітників до рішення стратегічних завдань, отримати точні результати діяльності персоналу та побачити професійно-діловий потенціал співробітників.

Метою цієї публікації є визначення ролі компетенцій в системі оцінки персоналу.

У сучасних умовах вітчизняними та зарубіжними дослідниками (наприклад М. Армстронгом, Т.Ю. Базаровим, Д. Едвардсом, А.К. Марковою, А.А. Вучкович-Стадник, С.В. Штурхецьким) виділяється значна кількість підходів до визначення поняття “професійна компетентність”, які значною мірою відрізняються один від одного.

У своїй книзі “Оцінка персоналу. Чіткий алгоритм дій і якостей”, А.А. Вучкович-Стадник (2011) визначає оцінку професійних компетенцій як «вияв міри відповідності бажаного і дійсних станів об'єкту» (с. 15).

С.В. Штурхецький (2013) розглядає оцінку професійних компетенцій як цілеспрямований процес визначення відповідності якісних характеристик персоналу вимогам посади або робочого місця (с. 69).

Оцінка персоналу розглядається як елемент управління і як система атестації кадрів, що застосовується в організації в тій чи іншій модифікації. В той же час це необхідний засіб вивчення якісного складу кадрового потенціалу організації, його сильних і слабких сторін, а також основа для удосконалення індивідуальних трудових здібностей працівника і підвищення його кваліфікації. При визначенні компетенцій слід пам'ятати: вони визначатися групою експертів (менеджер по персоналу, керівники відділів, спеціалізовані працівники та ін.), які добре ознайомлені із специфікою певної вакансії; усі компетенції мають бути чітко сформульованими і прописаними, щоб не виникало двозначності у їх трактуванні; формулювання компетенцій повинне бути доступним для усіх працівників; система компетенцій повинна поєднувати відображення сучасних потреб компанії та майбутнє бачення організації.

На нашу думку, оцінка професійних компетенцій персоналу є невід'ємною частиною виробничого процесу так як тісно пов'язана з його безпосереднім

якісним та своєчасним виконанням. За допомогою оцінки компетенцій персоналу, керівник може тверезо оцінити вміння свого працівника інтегрувати свої навички у виробничий процес. У іншому ж випадку, за допомогою оцінки компетенцій співробітників, керівник може зробити висновки щодо його подальшої роботи: можливо на співробітника очікує підвищення кваліфікації, чи навпаки навчання. Своєчасна атестація завжди тримає співробітників в тонусі та допомагає підприємству закріпити свої позиції на ринку.

Проте, було б недоцільним розглянути оцінювання компетенцій персоналу лише як плюси для підприємства. Американський вчений Едвардс Деннінг (2014) вважає, що оцінка професійної компетентності вбиває ініціативу та змушує співробітників конкурувати один з одним, а не працювати на благо компанії (с.78).

Подібні теорії нам здаються занадто різкими, так як без існування оцінки компетенцій персоналу дещо неможливо оцінити потенціал співробітника, його навички, та відповідність займаній посаді.

Отже, оцінка персоналу є однією з найважливіших складових системи управління персоналом. Важливим є наявність певного комплексу особистісних властивостей – компетенцій, які значно покращують результативність працівника. Кожна вакансія передбачає свій індивідуальний набір рис. Визначати і оцінювати необхідні компетенції можуть лише працівники конкретної організації, які достатньо ознайомлені із специфікою вакансії. Оцінка проводиться з метою поліпшення добору й розстановки кадрів, розвитку ініціативи і творчої активності персоналу, визначення їхнього потенціалу, потреб у підвищенні кваліфікації та особистому розвитку, планування кар'єри, удосконалення процесу планування й організації трудової діяльності, аналізу виконання посадових інструкцій.

ЛІТЕРАТУРА

- Вучкович-Стадник А.А. (2011). Оценка персонала. Четкий алгоритм действий и качеств. Москва: Эксмо.
- Edwards Denning (2014). System of Profound Knowledge. Routledge.
- Маркова А. К. (2013). Психологія професіоналізму. Київ: Знання.
- Штурхецький С.В. (2013). Система і стратегія HR-менеджменту для державного управління. Київ.

РОЗВИТОК КЛАСТЕРІВ, ЯК СИСТЕМИ СУСІДСЬКОЇ СОЛІДАРНОСТІ В УМОВАХ РИНКУ

Літовкіна О.О.

Київський національний лінгвістичний університет

Стрімкі зміни, які відбуваються в розвитку людства, диктують нові умови, але й надають нові можливості для розвитку малого та середнього бізнесу регіонів.

Сучасні дослідження таких вчених, як Майкл Портер, Іфор Ффоукс-Вільямс, доводять, що кластерні механізми, є джерелом і чинником зростання регіонального розвитку у понад 100 країнах світу (Ффоукс-Вільямс, І. 2017).

За М. Портером, кластери – це сконцентровані за географічною ознакою групи взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників послуг, фірм у відповідних галузях, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій (університетів, агентств по стандартизації, торговельних, туристичних, будівельних об'єднань) у певних конкуруючих областях (Портер, М. 1997).

Такі компанії знаходяться поряд і використовують соопetition (cooperation+competition), тобто співпрацю конкурентів для досягнення мети. До складу кластерів можуть входити малі та середні фірми, їх взаємодія дозволяє досягти результатів, що неможливі при самотійній роботі. Також учасникам кластерів простіше виходити на закордонні ринки, реєструвати патенти та торговельні марки, використовувати інновації, адже у кластеру є менеджер, завданням якого є налагодження зв'язків з зовнішнім світом та всередині кластеру. Крім того, кластер може приймати участь у подіях на зразок розповсюджених у Європі matchmaking-конференцій, де представники різних кластерів знайомляться між собою і підшукують потенційних партнерів(Розвиток в стилі кластеру, 2017).

«Кластери – це синергія зусиль, коли два плюс два більше чотирьох. Тому в більшості країн світу саме вони стали двигуном соціального й економічного зростання та запустили якісні зміни в регіонах. Але ефективний розвиток кластерів можливий лише через взаємодію уряду, бізнесу та освіти», – вважає Іфор Ффоукс-Вільямс(2017).

Кластери поширені в Європі і уряд ЄС надає їм фінансову підтримку, стимулюючи через їх діяльність і розвиток регіонів.

За даними Європейської Комісії, на території ЄС вже є понад 2 тисячі кластерів, з яких 150 мають світове значення (з огляду на розмір, спеціалізацію, кількість залучених працівників). 38% робочих місць у ЄС організовано кластерами (Розвиток у стилі кластеру, 2017).

В Україні, на думку спеціалістів, малий бізнес занадто залежний від великого бізнесу. В той же час, економіка майбутнього – це тисячі швидкісних бізнесів, які здатні працювати як одна команда (Некрасов, В. 2017). Розвиток кластерів може стати ключовим чинником у переході економіки на новий етап розвитку.

Для створення нових кластерів та змін в регіонах, початковою дією є визначення, концентрація бізнесів з якою спеціалізацією є характерною для певного регіону, чи відбувається реалізація продуктів та товарів, вироблених такими фірмами поза межами регіону, чи відбувається співпраця освітніх та дослідницьких установ з такими фірмами, та яка існує взаємодія з постачальниками та обслуговуючими фірмами.

Дуже важливу роль для розвитку регіонів через систему кластерів також має підтримка державних інституцій через систему фінансування початкового розвитку (протягом одного – двох років). Для розвитку на локальному рівні потрібна державна підтримка розвитку кластерів. Проте держава не повинна

втручатись та очолювати цей процес. В уряді є два способи підтримати бізнес, вважає Іфор Ффоукс-Вільямс (2017). Перший – надати податкові пільги, чи податкові канікули. Другий – підтримати за допомогою будівництва нової інфраструктури, тренінгових та науково-дослідних центрів (R&D) центрів. І саме другий варіант – сприятиме зростанню продуктивності праці в тій місцевості, де створено кластер (Некрасов, В. 2017).

Важливим для розвитку кластерів є вибір відповідної моделі розвитку, (Цихан,Т.В. 2003) та соціальний аспект взаємодії – співпраця, єдність людей, подолання недовіри та надія на спільне розв’язання проблем.

В Україні започатковано розвиток кластерів в сферах органічного виробництва сільськогосподарської продукції, туризму, ІТ – технологій, відновлювальної енергетики, освіти та інших.

У нашої країни є можливість стати кластерним регіоном світу, саме кластери можуть допомогти розвитку нових секторів економіки та регіонів, які до цього часу були на периферії розвитку.

ЛІТЕРАТУРА

- Портер, М. Методика аналізу галузей діяльності конкурентів (1997), К.:Основа.
Некрасов, В(2017) (5.04.2017) Іфор Ффоукс-Вільямс: У України є можливість рухатися до стартап-економіки, Взято з <https://www.epravda.com.ua/publications/2017/04/.../62348..>
Розвиток у стилі кластеру (10.10.2017) Взято з <open.kmbbs.ua/ua/articles/finance/.../rozvitok-u-stili-klasteru>.
Цихан, Т.В.(2003) Кластерная теория экономического развития. *Теория и практика управления», №5.*

УПРАВЛІННЯ РОЗРОБКОЮ ТА РЕАЛІЗАЦІЄЮ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Мальованна О.С.

Київський національний лінгвістичний університет

Дана робота присвячена викладенню найефективнішого способу управління розробкою та реалізацією маркетингової стратегії організації з використанням головних маркетингових інструментів задля досягнення максимального результату.

Перш за все необхідно визначити довгострокову мету, проміжні цілі, прописати план, що складається з пунктів досягнення нашої мети (успішної маркетингової кампанії), затвердити організаційну політику, яка виражає цінності та погляди компанії, визначити бажану статистику і цінний кінцевий продукт. Ви запитаете “навіщо робити усе це, якщо можна просто почати просувати продукт і потім отримати прибуток?”. Відповідь досить проста: немає жодної справи, яка б стала успішною без вмотивованості. Саме прописування адміністративної шкали визначає мету діяльності організації, дає зрозуміти для чого ми це робимо.

Наступним кроком ставимо SMART-цілі і однією з них є створення команди маркетингового відділу. Головним інструментом визначення чи підходить вам та чи інша людина для досягнення спільної мети, є шкала спонукальних мотивів. Найкращими є працівники з почуття обов'язку та особистої переконаності, проте задля того, щоб ваші стосунки були надалі якомога кращими, на допомогу прийдуть шкала емоційного тону та трикутник розуміння.

ШЕТ(шкала емоційних тонів) – це ключ до знаходження спільної мови з людиною, можливість достукатися до неї. Невід'ємним елементом налагодження стосунків є й трикутник розуміння (спілкування – афіниті - реальність), адже чим більше ви будете розмовляти зі своїм колегою, тим більше ростиме взаєморозуміння і результатом цього стане приязнь до вас.

можна і НЕОБХІДНО застосовувати не тільки з тими, з ким плануєте працювати разом, але й з вашим клієнтом. Визначивши емоційний тон вашої аудиторії та з'ясувавши що саме їй подобається чи навпаки, ви з легкістю зможете презентувати ваш продукт з найвигіднішої (для вас) та найпривабливішої (для споживача) сторони. Проте як же це можна дізнатися? Завдяки опитуванням. Це наш наступний помічник. Чіткі та правильно поставлені питання зможуть найяскравіше описати уявлення КОЖНОГО вашого клієнта про ідеальний продукт. Створіть у людей бажання купити саме у вас, прийти до вас. Використовуйте так звані «кнопки», які привертають увагу.

Початок нашої рекламної кампанії покладений, ми з'ясували вподобання споживачів, наступний етап - просування товару. Перш за все, необхідно запам'ятати, що крізь кожний ролик, бігборд, презентацію повинна невидимою ниткою проходити наша місія. Клієнт полюбить вас за чесність та якість.

Тепер головною метою є правильне презентування себе, виведення на ринок. Створюємо чіткі та зрозумілі, навіть без повідомлення, картинки-зачіпки, використовуємо можливості просування у соціальних мережах (SMM), робимо пресс-реліз, створюємо ввідну послугу, що надала б споживачу можливість познайомитися з нашим продуктом. І пам'ятайте: кількість вхідного потоку прямо пропорційна кількості вихідного потоку. Чим більше одиниць уваги ви залучите, тим більший буде ваш прибуток.

Ще одним важливим інструментом для налагодження контакту зі споживачем та одночасним просуванням товару є шкала БНБ (бажати-нав'язувати-блокувати). Спочатку клієнт не знає про ідею, блокує її, нав'язує контр-постулат і тільки після цього цікавиться, бажає та купує.

Будьте компетентними, полюбіть свій товар та споживача і ви отримаєте зустрічну реакцію. На початку організація може знаходитися у стані не існування, пізніше небезпеки, нормальної діяльності, достатку та лише після цього могутності. Єдиним шляхом легкого подолання цих етапів і створення та реалізації успішної маркетингової кампанії є грамотне і раціональне використання інструментів, що були вказані вище.

ЛІТЕРАТУРА

Абрамова Г.П., Касаев Б.С. (2007) *Маркетинг* М:ИНФРАС.

Богомолова В. В. (2010) *Організація управління маркетинговою діяльністю підприємства*, Матеріали XV Міжнародної наукової конференції молодих науковців «Наука і вища освіта». У 3 ч. , Запоріжжя: ГУ «ЗІДМУ».

Матвій М.Я. (2007) *Маркетинг знань: методологічний та організаційний аспекти*. , Т.: Економічна думка.

Слабковский Ю. (2009) Развитие маркетинга и его роль в экономическом росте, *Економіка України*. - №5, 74-81.

ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮКТУРИ РИНКУ

Мороз М.А.

Київський національний лінгвістичний університет

Найголовнішим напрямком дослідження ринку є вивчення та прогнозування кон'юктури ринку. Кон'юктура ринку є станом економіки загалом, окремої галузі або конкретного товарного ринку, що формується певними чинниками і виражається в конкретних показниках. Кінцевим підсумком такого дослідження є отримання відповідей на наступні питання: в який момент і за якими цінами слід продавати або купувати товар.

Для вивчення кон'юктури ринку та підготовки прогнозів його розвитку необхідно насамперед з'ясувати, у якій фазі свого циклу знаходиться економіка країни. Потім дати комплексну характеристику економіки за попередній рік, виявити і проаналізувати всі чинники, що впливають на кон'юктуру ринку, і зробити обґрунтований кон'юктурний прогноз. (*Кон'юктура ринку промислової продукції*)

Отже, дослідження кон'юктури ринку – це цілеспрямований безперервний збір, аналіз та оброблення інформації про стан економіки, товарного ринку, аналіз і виявлення особливостей та тенденцій їх розвитку.

Основними завданнями дослідження кон'юктури ринку є:

1. Визначення об'єкту кон'юктурного аналізу
2. Зібрати і опрацювати кон'юктурну інформацію про об'єкт дослідження
3. Оцінити особливості стану досліджуваного ринку, виявити поведінку суб'єктів що діють на ринку
4. Оцінити і проаналізувати потенціал та основні пропозиції
5. Виявити основні тенденції розвитку ринку, його коливання, сезонність та цінність (Войчак, 2011).

Кон'юктура ринку має такі відмінні риси:

1) Варіабельність, ринок схильний до коливань, як випадкових, так і таких, що проявляються постійно: циклічних і сезонних; він дуже гнучкий в своєму розвитку, швидко реагує на події в соціально-економічній сфері, залежить від політичних і психологічних факторів ;

2) Циклічність; ринок динамічний, його межі розширюються або звужуються, відбуваються структурні зрушення, змінюються ціни і об'єми товарної маси, що продається і купується на ринку. Тому в дослідженнях

кон'юнктури ринку провідне місце посідають виявлення і аналіз динамічних тенденцій ринкових процесів;

3) Динамічність, ринкова кон'юнктура є результатом дії множини різних факторів, частина з яких має циклічний характер динаміки, і тому динаміка кон'юнктури також має циклічний характер(*Кон'юнктура ринків: поняття і методи дослідження*, 2012).

Дослідження кон'юнктури означає вивчення ринку, а це найскладніша ділянка економічних досліджень. Дослідження кон'юнктури означає вивчення економіки в її ринковому відображенні в даний момент.

Особливістю кон'юнктурних досліджень є те, що прогноз тут завжди короткостроковий – на 1-1,5 років. Кон'юнктура на ринку ніколи в точності не повторюється.

Успішне вирішення задачі може бути досягнуте лише в тому випадку, якщо дослідження кон'юнктури буде здійснюватися з належним врахуваннями усіх нових явищ і процесів, що розвиваються у відповідних галузях та економіці в цілому.

ЛІТЕРАТУРА

Войчак А. В. (2011). Маркетингові дослідження К. : КНЕУ.
Кон'юнктура ринків: поняття і методи дослідження (2012). Тернопіль: ТНЕУ
Кон'юнктура ринку промислової продукції, Взято з
[http://pidruchniki.com/165202-5/marketing/konyuktura_rinky]

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ

Остапчук А.Г.

Київський національний лінгвістичний університет

Історія є орієнтиром життя в майбутнє. І маркетинг не є виключенням. Представлена інформація є вельми важливою та цікавою для нас, адже вивчаючи історію маркетингу ми можемо зрозуміти до чого може привести наша діяльність, як нововведення вплинули на подальший розвиток маркетингу та як запобігти помилок в сьогоденні та майбутньому.

Маркетинг починає свою історію ще зі старовинних часів. Деякі кажуть що перший маркетинголог – це змії, який вговорив Єву з'їсти заборонений плід в Едемі та запропонувати його Адаму. Насправді ця професія має більш благородний початок. Маркетинг розвивався паралельно з підприємництвом, паралельно з розвитком торгівлі. Разом з розвитком ринку стали розвиватися деякі елементи маркетингу, такі як ціноутворення і реклама. Відомі рекламні записи на папірусі з Стародавнього Єгипту, і, навіть, реклама, висічена на гранітних плитах. Початок виробництва продуктів не тільки для власного споживання, а й для обміну, вже нагадує примітивні маркетингові форми.

У Стародавній Греції і Стародавньому Римі маркетинг став набувати більш сучасні форми і схеми. Виробництво стало орієнтуватися на попит.

Удосконалювалися методи продажів, почали успішно використовуватися піар і реклама. Причому реклама вже цілком може конкурувати з сучасною. Наприклад, одна з дійшли до нас реклам: “Щоб очі сяяли, щоб червоніли щоки, щоб надовго зберігалася дівоча краса, розумна жінка купуватиме косметику за розумними цінами у Ексліптоса”. У середньовіччі маркетинг став вже більше походити на сучасний, розвивався в основному у країнах з промисловим виробництвом. В середні віки з'являються праці в області економіки, виникають економічні доктрини, але до праць, систематизують поняття маркетингу, що представляють маркетинг як науку, справа ще не доходить. Країною в якій було закладено початок вже більш сучасного маркетингу, відомий американський економіст та теоретик менеджменту Пітер Дуккер вважав Японію. Там в 1690 році підприємець Міцуї відкрив магазин з універсальним асортиментом товарів, який вважається першим супермаркетом (Динець, 2015).

В середині XIX століття маркетинг виник вже на Заході. Батьківщиною саме сучасного маркетингу прийнято вважати США. Сайрус Маккормік став першим хто зазначив що маркетинг повинен стати центральною функцією підприємства, а створення круга споживачів - спеціальною роботою менеджера. Ним були створені такі напрямки сучасного маркетингу як вивчення та аналіз ринку, принципи цінової політики та сервісного обслуговування. Завдяки цьому прийшла до успіху його фірма “International harvester”. Вже як академічна дисципліна маркетинг виник в 1901 р. , коли в Іллінойському та Мічиганському університетах почали викладати короткий курс з маркетингу. В 1905 р. було прочитано курс “Маркетинг товарів” у Пенсильванському університеті, читав В.Е. Креузі. У 1910 р. в університеті Вісконсин Р. Батлер почав вести постійний курс “Методи маркетингу”. Ринок послуг було завойовано лише в 50-60-х роках. (Павленко, 2001). Тоді у США маркетинг почали застосовувати на ринках товарів промислового призначення. В Європі це почалось пізніше, після енергетичної кризи середини 70-х років. Консервативний фінансово-банківський світ сприйняв маркетинговий підхід лише наприкінці 70-х – на початку 80-х років. Лише наприкінці 80-х років маркетинг поширюється на соціальну та політичну сфери й одразу посідає там домінуючі позиції. Стають популярними дослідження політичних, мистецьких, медичних, туристичних та рекламних ринків. Маркетингові професії не нові для України. Вони існували й за радянських часів. Наприклад, на підприємствах були фахівці, які складали плани зі збуту продукції або плани матеріального забезпечення. Крім того, вони налагоджували контакти, укладали угоди з найвигіднішими партнерами, використовуючи особисті зв'язки. Замість реклами широко використовувалась пропаганда, особливо політична. Ф. Тейлор наголошував, що радянські спеціалісти у сфері пропаганди у своїх ініціативах частіше вигравали, оскільки пропаганда залежала від політики. І саме політика виконувала більшість маркетингових функцій.

Певна річ, командно-адміністративна економіка заважала формуванню маркетингу як науки, адже кожне підприємство чітко виконувало вказівки

“зверху”, не замислюючись над тим, як залучити споживача та задовольнити його потреби. Отож питання щодо конкурентоспроможності власної продукції у підприємства навіть не виникало.

В наш час функції маркетингу істотно змінилися. Нові технології (не лише виробництва, а й зв'язку, комунікації, продажу) породжують і нові методи маркетингового впливу. Особлива увага нині приділяється електронному продажу й новим формам замовлень і доставки товарів. Разом із завершенням «холодної війни» та активним розвитком ділових міжнародних зв'язків прийшла глобалізація, яка разом із технологічними можливостями відкриває величезні можливості (Примак, 2004).

Отже, в наш час до успіху приходять ті бренди та компанії, які найкраще пристосовуються до умов зовнішнього середовища, активно вивчають ринок та сучасні тенденції, вчаться на помилках “попередників” та активно використовують у сфері маркетингу та бізнесу розвиток сучасних технологій. А вивчення історії та практика є надійними помічниками.

ЛІТЕРАТУРА

Примак Т.О. (2004) Маркетинг: Навч. посіб. – Київ: МАУП. – 228 с.

Юсиф Динець (2015) «История маркетинга с древности до современности».

Взято з: <https://malbusiness.com/istoriya-marketinga-s-drevnosti-do-sovremennosti/>.

Павленко А. Ф. (2001) Маркетинг: навчально-методичний посібник.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ФІРМОВОГО СТИЛЮ ВИДАВНИЦТВА

Пархомук О.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Формування фірмового стилю видавництва є однією з основних складових книжкового маркетингу – комплексної діяльності з виявлення і задоволення потреб потенційних читачів. Сьогодні така діяльність поки що недостатньо розвинута на вітчизняному книжковому ринку через певні історичні та соціально-економічні обставини. Але сьогодні більшість видавництв постали перед необхідністю пошуку нових методів для підвищення рівня конкурентоспроможності, привернення уваги читачів до власної продукції. Одним з таких інструментів виступає фірмовий стиль, завдяки якому формуються тісні емоційні зв'язки зі споживачами. Недостатнє наукове та практичне опрацювання даної теми і постійне зростання ролі фірмового стилю в діяльності сучасних видавництв посилює актуальність теми дослідження.

Видавництва для збереження своїх позицій на ринку та привернення уваги споживачів до своєї продукції стикаються з проблемою знаходження ефективних методів, одним з яких стає фірмовий стиль. На основі аналізу дослідження практики використання брендів видавництвами (Королук, 2015),

можна виділити переваги, які обґрунтовують потребу в застосуванні цієї технології у видавництвах:

- допомагає сформуванню стійкого емоційного зв'язку зі споживачем продукції видавництва;
- спосіб видавництва ідентифікувати себе і власну продукцію з-поміж конкурентів;
- сильний видавничий фірмовий стиль допомагає спростити процедуру вибору продукції споживачами і прийняття ними рішення про купівлю (особливо актуальне, оскільки може вплинути на популяризацію купівлі української книги);
- посилює позиції видавництва, створює сприятливі умови для співробітництва з партнерами;
- сильний видавничий фірмовий стиль знижує вразливість до дій конкурентів або в умовах ринкової кризи.

Фірмовий стиль – “особливий різновид брендингу, який передбачає процес управління видавничим брендом, включаючи його створення і просування, адаптацію на ринку та контроль, з урахуванням особливостей видавничої діяльності” (Фірсова, 2014).

Однак формування фірмового стилю у видавничій сфері набагато складніше, ніж у будь-якій іншій галузі, що пов'язано з особливостями даного виду діяльності. Так, загальні засади і функції фірмового стилю набувають конкретніших, адаптованих до його специфіки ознак. Серед особливостей, які впливатимуть на формування видавничого фірмового стилю, пропонуємо виділити наступні:

1) складність побудови постійного емоційного зв'язку зі споживачами. Видавнича діяльність за сутністю – це творча діяльність авторів, редакторів, коректорів, дизайнерів тощо, які створюють основний зміст видавничої продукції, й котра передусім цікавить кінцевого споживача; наявність автора відрізняє її від будь-якого іншого товару, необхідно шукати цікавих сучасних авторів і видавати їх, залучати професіоналів на всіх стадіях цього процесу;

2) поєднання в книзі як продукті виробничої і матеріальної сфер діяльності. Книга як товар є продуктом виробничої діяльності видавництва. Проте книжкова продукція, потрапляючи на ринок, слугує для задоволення духовних й інформаційних потреб споживачів, що впливає на особливість характеру споживання – індивідуального та масового;

3) особливість технології виготовлення продукції. У більшості галузей промисловості будь-який виріб з однієї серії не може відрізнитись один від одного (допускається застосовувати окремі інноваційні заходи та модернізацію, що поліпшують технічні та експлуатаційні властивості продукції). У видавничій діяльності майже все навпаки. Кожне видання є неповторним. Це зумовлено тим, що у виданнях використовуються матеріали різних авторів і на різну тематику;

4) особливість реалізації видавничої продукції. Попит на видавничу продукцію зумовлений наявністю зацікавлених споживачів, що, в свою чергу,

створює обмеженість ринків її збуту. При купівлі видавничої продукції споживачі задовольняють специфічні потреби – духовні. Передбачити духовні потреби значно складніше, ніж матеріальні (використання середньостатистичних показників і нормативів).

Таким чином, можна стверджувати, що фірмовий стиль видавництва є особливим видом брендингу, що пов'язано з природою кінцевого продукту, інноваційністю видавничої продукції, особливістю технологічного процесу виготовлення та реалізації її. Видавництво, яке зуміло сформувати власний сильний фірмовий стиль, більш захищене від атак конкурентів, і в умовах ринкової кризи в нього завжди прогнозовані перспективи. Попри наявність значної кількості інструментів брендингу, видавничі підприємства використовують лише невелику частину з них і не повною мірою. Необхідне подальше вдосконалення управління видавничим брендом та вибір методів оцінки ефективності брендингу у видавничій галузі. Це дасть можливість сформувати в подальшому власні сильні видавничі фірмові стилі або покращити позиції вже існуючих.

ЛІТЕРАТУРА

- Корольок Н. (2015). Дослідження практики використання брендів видавництвами. *Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова 2015. Т. 20. Вип. 4*, 100-105.
- Фірсова С. (2014). Особливості бренд-менеджменту видавничої галузі України. *Проблеми інноваційного розвитку економіки України*. Зб. наук. пр., 257-266.

СУЧАСНІ ФІНАНСОВІ ПІРАМІДИ: СУТНІСТЬ ТА ХАРАКТЕРНІ ОЗНАКИ

Решетник Н. І.

Київський національний лінгвістичний університет

Фінансові піраміди, як вид фінансового шахрайства, виникають найчастіше у періоди фінансових криз та негараздів і є прямою загрозою фінансовій системі країни. За даними українського центру розвитку позабіржових фінансових інструментів і технологій, за останні десятиліття на пострадянському просторі постраждало від фінансових пірамід більше 35 млн. чоловік. Причинами виникнення фінансових пірамід завжди були: низький рівень фінансової грамотності населення; прагнення заробити великі гроші без зусиль; відсутність жорсткого правового регулювання фінансових операцій з боку держави.

Сучасні науковці приділяють значну увагу проблемам виникнення та функціонування фінансових пірамід. Серед них заслуговують на увагу дослідження Димитриаді Г. Г., Дубовського С. В., Князева С. М., Лондар С. Л., Охрименка О. А., Ольховського К. А., Черепанова В. Д., Резника-Мартова А.В., Коваленко Ю. М., Юрасова А. В. та інших поважних вчених. У своїх дослідженнях автори розглядають фінансові піраміди як технологію злочинної діяльності, здійснюють теоретичне обґрунтування економічної категорії “фінансової піраміди”, характеризують ознаки фінансових пірамід з

використанням методів математичного моделювання та пропонують методики статистичного вимірювання результатів діяльності суб'єктів господарювання, з визначенням критеріїв, за якими можна відрізнити реальний бізнес-проект від фінансової піраміди.

Економічна наука ще не виробила єдиного підходу до визначення “фінансової піраміди”. Так, Коваленко (2011) наводить визначення “фінансової піраміди”, як спосіб забезпечення доходу її учасникам за рахунок постійного залучення грошових коштів. Дохід першим учасникам піраміди виплачується за рахунок вкладів наступних учасників. У більшості випадків дійсне джерело отримання доходу ховається і декларується.

На думку Справжньої (2008), фінансова піраміда – це організація, членство в якій набувається за умови внесення певних платежів, внесків чи іншої оплати і дає змогу отримувати прибуток членам організації залежно від кількості залучених ними учасників. Характеризуються такі організації ієрархічністю: її члени входять у певні групи, якими керують керівники, що отримують прибутки від членів своєї групи. Найвищий керівник отримує прибутки від внесків усіх учасників.

Найбільш відомими фінансовими пірамідами, що діяли в останні десятиліття на території України за схемою Понци були: ЗАТ “Український будинок Селенга”, ТК “Алькор-траст”, ДП “Тана-траст”, АТ “Ініс-траст”, ДП “Термес-фінанс Україна”, ДП “Якір-траст”, НПФ “Оберіг”, АТ “След-Інвест”, ДП “Слід-траст”, ПП “Меркурій” і “Саламандра”. Найбільших збитків завдали ТК “Меркурій” (20 млн. дол. США, понад 1 млн. потерпілих), ЗАТ “Український будинок Селенга” (9 млн. дол. США, понад 890 тис. потерпілих), недержавна пенсійна фундація “Оберіг” (2 млн. дол. США, понад 300 тис. потерпілих). В цілому, вкладникам завдано збитків на суму 155,5 млн. грн. (Підхомний, 2015).

Фінансові піраміди діють за певними характерними ознаками. Саме за ними їх можна розпізнати. Насамперед це гарантування засновниками значно вищої за середньоринкову прибутковість за аналогічні продукти, що приваблює потенційних вкладників. Фінансові та ризикові преференції для перших учасників. Відсутність реальних інвестиційних проектів, прибуток сплачується за рахунок залучення внесків нових учасників. Як правило, реєстрація в офшорних зонах. Фізичне місцерозташування свідчить про тимчасовість перебування (орендовані, малі, необжиті приміщення). Нестандартні ліцензії, або їх відсутність. Агресивна реклама та значні масштаби її поширення на ринку, що створює відчуття неймовірної новизни проекту. Можливе також маскування під фінансові бренди або експлуатація приналежності до державних структур. Непрозора структура активів, куди вкладаються гроші інвесторів. Відсутність реалізації матеріального продукту в обмін на фінансові інструменти. Використання принципів мережевого маркетингу. Клієнт може отримати додатковий дохід, якщо залучить своїх друзів або знайомих. Наявність хоча б кількох з перерахованих ознак – це вже серйозний привід задуматися. Варто пам'ятати, що висока прибутковість завжди пов'язана з відповідним ризиком (Князєв, 2011).

Основним принципом фінансової піраміди є перерозподіл коштів, що надходять від нових учасників між попередніми учасниками і керівництвом компанії. Отже, убезпеченням населення від фінансового шахрайства може стати всебічна фінансова грамотність населення а також посилення державного фінансового законодавства і більш жорстке регулювання з боку держави фінансових операцій і підприємницької діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

- Князев С. М. (2011). Фінансова піраміда: поняття та криміналістичні ознаки. *Юридичний часопис Національної академії внутрішніх справ*, 1(1), 30-37. Взято з [http://nbuv.gov.ua/UJRN/aymvs_2011_1\(1\)_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/aymvs_2011_1(1)_5).
- Коваленко, Ю. М. (2011). Неформальні норми фінансового сектора економіки: економічна ментальність та інституційна довіра. *Економічна теорія*, 5, 58-68.
- Підхомний, О. М. (2015). Класифікація чинників фінансової безпеки України: теоретичний і практичний аспекти. *Бізнес Інформ*, 1, 284-290. Взято з http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2015_1_47.
- Справжня, В. (2008). Глухі кути фінансових пірамід. *Персонал плюс*. Взято з http://m.aratta-ukraine.com/text_ua.php?id=978.

ВЗАЄМОЗАЛЕЖНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТА ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Сташенюк А.В., Козакова Р.Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Важкий стан економіки України, відсутність чітких стратегій розвитку як на макро- так і на мезорівні, застарілість технологій та методів управління не дозволяє заявити про нашу країну на світовому ринку як сучасну, інноваційну державу з великим потенціалом. Саме тому питання визначення стратегії економічного піднесення та інноваційної моделі розвитку, як країни в цілому, так і окремих регіонів, є досить актуальним.

На думку багатьох вчених, для економічного піднесення та соціального розвитку країни, необхідно розпочати формування регіональної інноваційної системи. Економічне зростання, досягнуте на основі інноваційного розвитку сприятиме, по-перше, подальшому нарощуванню економічного потенціалу нашої держави, по-друге, підвищенню добробуту населення, а також рівня і якості його життя.

Відомо, що модель інноваційного розвитку є головним фактором, який виводить країну на передові рубежі наукового та соціально-економічного прогресу. У такій моделі роль основного джерела економічного зростання відіграють наукові досягнення та їх технологічне втілення, які дають можливість, насамперед, сприяти конкурентоспроможності економіки, гарантувати її економічну безпеку та посісти гідне місце на міжнародних ринках.

На жаль, на шляху до впровадження інноваційних технологій Україна зустрічається з такими проблемами, як недостатня інтегрованість регіонів у

господарський простір країни та їх надмірна орієнтованість на зовнішні ринки; незначна кількість конкурентоспроможних об'єктів для інвестування та відсутність сприятливого інвестиційного клімату в регіонах; неналежне інформаційне представлення інвестиційного потенціалу територій; неможливість швидкого запровадження інноваційних технологій внаслідок застарілості основних фондів. Також, слід відзначити низьку ефективність заходів державної політики щодо підтримки інноваційної діяльності та стимулювання розвитку економіки на основі інноваційної моделі.

Для вирішення вищезгаданих проблем необхідно виконати низку завдань. Перш за все слід забезпечити інвестиційну привабливість регіону. Адже саме від інвестицій залежить успіх розвитку економічного та соціального життя, а також забезпечити ефективне впровадження інновацій.

Відомо що інвестиційна привабливість регіону залежить від багатьох показників. Найбільш поширеною є методика, що характеризує регіон на основі п'яти груп показників:

Рівень загальноекономічного розвитку (питома вага регіону у ВВП і ВНП, обсяг виробленої промислової продукції на душу населення, середній рівень заробітної плати, кількість підприємств усіх форм власності);

Рівень розвитку інвестиційної структури регіону (кількість підрядних будівельних компаній усіх форм власності, виробництво енергетичних ресурсів на душу населення, щільність залізничних шляхів сполучення та автомобільних доріг);

Демографічна характеристика регіону (питома вага населення території в загальній кількості жителів країни, питома вага населення, зайнятого у суспільному виробництві, рівень кваліфікації робітників);

Рівень розвитку ринкових відносин і комерційної інфраструктури регіону (питома вага приватизованих та недержавних фірм власності, кількість спільних компаній із зарубіжними партнерами, кількість банківських установ);

Рівень криміногенних, екологічних та інших ризиків (рівень економічних злочинів, питома вага підприємств зі шкідливими викидами, середній радіаційний фон у містах);

Більше того, кожен регіон повинен мати продуману стратегію розвитку, яка б забезпечувала розбудову провідних галузей та приваблювала б нових інвесторів для впровадження інноваційних технологій.

Важливу роль у створенні інвестиційної привабливості відіграє і держава. Для побудови сприятливого інвестиційного клімату їй слід, в першу чергу, звернути увагу на такі заходи як зниження податкового навантаження на інвесторів та забезпечення стабільності економічного середовища, забезпечення прозорості прийняття рішень центральними та виконавчими органами влади, подолання інфляційних коливань, зниження рівня безробіття, вдосконалення законодавства, а також впровадження економічного механізму страхування ризиків іноземного інвестування.

Отже, можна сказати, що розбудова інноваційної моделі розвитку національної економіки України є стратегічно важливим завданням, від вирішення якого залежить не тільки стан економіки, але й її економічне

зростання. Інвестиційна привабливість регіону залежить від інвестиційного клімату, який повинен забезпечуватися державою, та наявності чіткої стратегії розвитку його потенціалу.

ОБҐРУНТУВАННЯ ВИКОРИСТАННЯ КОНЦЕПЦІЇ СПІЛЬНОЇ ЦІННОСТІ

Тур О.В.

Київський національний лінгвістичний університет

В роботі М. Портера та М. Крамера «The Big Idea: Creating Shared Value» [1] зазначається, що стара, базова точка зору капіталізму будується на розумінні, що бізнес сприяє суспільству, отримуючи прибуток, який підтримує зайнятість, заробітну плату, закупівлі, інвестиції та податки. А власне ведення бізнесу є достатньою соціальною вигодою. Така точка зору побудована на тому, що фірма значною мірою є самодостатнім суб'єктом, а соціальні чи суспільні проблеми не є предметом їх турботи.

Підприємства зосереджені на спонуканні споживачів купувати все більше і більше своїх товарів або послуг. Зіткнувшись зі зростаючою конкуренцією та зростаючим невдоволенням акціонерів, менеджери вдаються до хвиль реструктуризації, скорочення персоналу та перенесення компаній у регіони з дешевою сировиною, робочою силою тощо. Результатами таких дій часто стає зростання товарообігу за рахунок цінової конкуренції, практично відсутні реальні інновації, відбувається повільний органічний ріст компаній і, як результат, відсутність чіткої конкурентної переваги.

Така ситуація стала причиною незадоволення суспільства. При зростанні прибутку компаній населення сприймає цей процес як збагачення за рахунок суспільства, оскільки високі прибутки компаній не сприяють компенсації втрат від високого рівня безробіття, не впливають на розвиток регіонів та соціальний захист населення.

В процесі глобалізації створюються вертикально інтегровані структури, які дозволяють зменшити залежність компаній від зовнішніх постачальників, але при цьому виникає проблема, коли компанії перестають асоціювати себе із певним регіоном розвитку, а стан громади, на території якої розвивається бізнес, перестає бути предметом турботи таких компаній.

Такі структури зумовлюють значну економічну ефективність. Але, на думку авторів статті [1] щось глибоко важливе було втрачено в процесі побудови таких структур, оскільки більше не вистачало принципових можливостей для створення цінностей.

За концепцією створення ланцюга цінностей (ланцюга створення вартості) підприємство отримує конкурентну перевагу за рахунок створення ланцюга вартості, що являє собою комплекс заходів, пов'язаних зі створенням, виробництвом, продажем, доставкою та підтримкою своїх продуктів або послуг. Під вартістю в даному випадку розуміють ту суму, яку покупці згодні сплатити за товар або послуги, що пропонує виробник.

Концепція «ланцюга цінностей», або «ланцюга створення вартості», запропонована Майклом Портером у його книзі «Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance» [2].

Формування конкурентної переваги, виходячи з основних положень концепції «ланцюга створення вартості», має передбачати рішення триединого завдання, а саме:

- оптимізація рівня виконання базисних функцій;
- ефективна міжфункціональна координація;
- погодження з впливом зовнішніх чинників.

Таким чином, забезпечення ефективного функціонування ланцюга формування вартості передбачає одночасне посилення кожної із складових та зв'язків між ними. Оптимальна конкурентоспроможність може бути встановлена завдяки аналізу для кожної з основних функцій «ланцюга створення вартості» джерел конкурентних переваг, доступних для підприємства. Кожна базова функція має бути проаналізована згідно з її власною логікою стратегічного розвитку, оскільки кожна із них міститься у своїй специфічній конкурентній площині, з власними бар'єрами для вступу і закономірностями динаміки основних показників (витрат і результатів) [3, с.124].

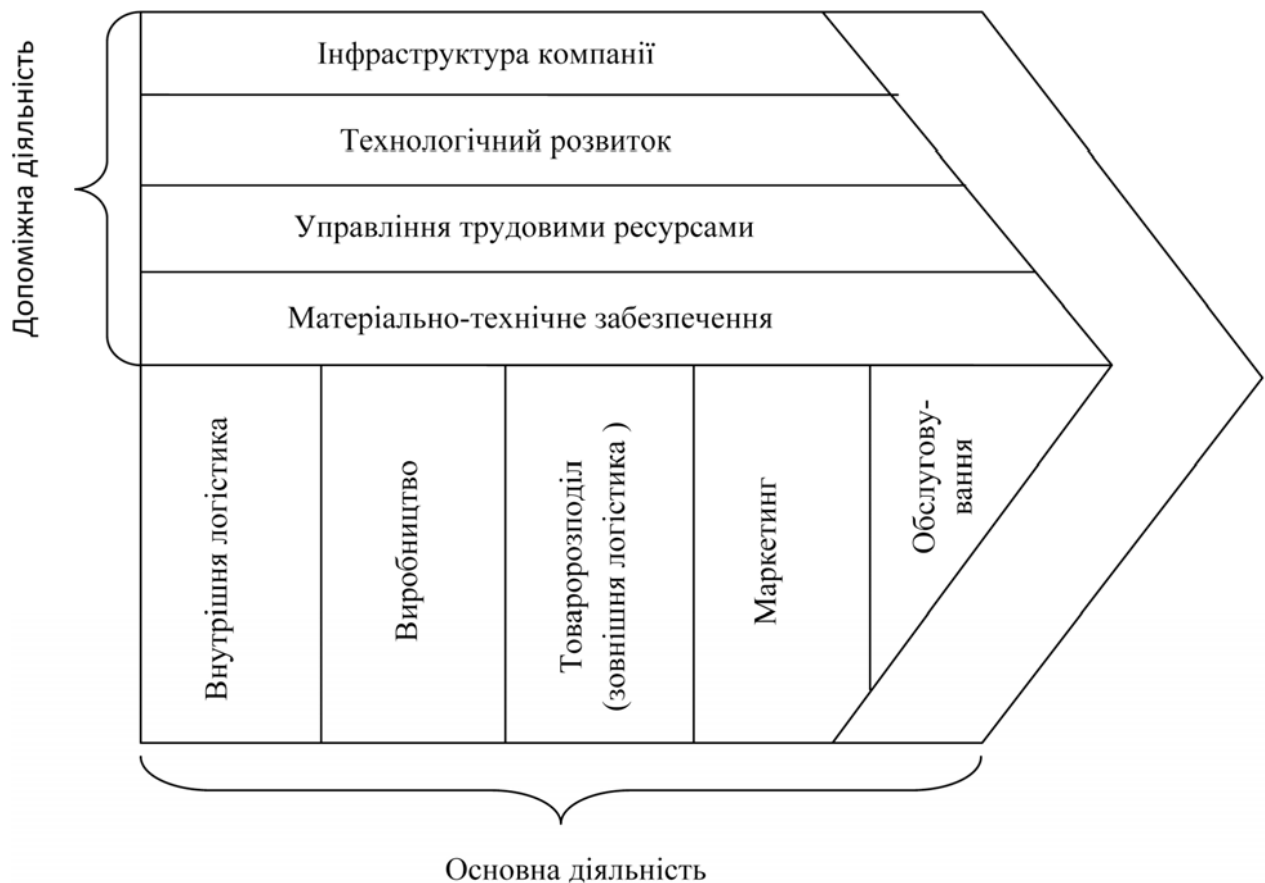


Рис. Базова модель ланцюга створення вартості

Джерело: [2].

Нова концепція організації бізнесу побудована на спільній цінності. Спільна цінність – це корпоративна політика та практика, що підвищують конкурентоспроможність компанії, одночасно підвищуючи соціальні та економічні умови в громадах, в яких вона працює. Головною ідеєю цієї концепції виступає орієнтація на створення економічної цінності при створенні суспільної цінності. Ключовими положеннями в цьому разі виступають твердження – те, що добре для громади, добре для бізнесу.

При побудові концепції спільної цінності керуються розумінням того, що прибуток, пов'язаний із спільною цінністю, дозволяє суспільству розвиватися швидше і в той же час дозволяє компаніям зростати швидше [4].

ЛІТЕРАТУРА

- Michael E. Porter and Mark R. Kramer . The Big Idea: Creating Shared Value // Harvard Business Review, Boston, MA – 2011. <https://hbr.org/2011/01/the-big-idea-creating-shared-value>
- Michael E. Porter Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York, Free Press, 1985 – 592 p.
- Крикавський Є. В., Патора-Висоцька З. Ланцюг вартості Портера (конструкція, деконструкція, реконструкція) та управління за цінностями // Маркетинг і менеджмент інновацій, 2015, № 2, С.121-133.
- Porter M. Creating Shared Value: Redefining Capitalism and the Role of the Corporation in Society, // FSG CSV Leadership Summit. June 9, 2011.

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК СКЛАДОВА ЧАСТКА МЕНЕДЖМЕНТУ КОМЕРЦІЙНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Харитоненко С.В.

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасних умовах глобальної конкуренції та стрімкого науково-технічного прогресу, коли знання та навички співробітників стають головним джерелом розвитку організації, управління персоналом набуває особливого значення. Людина є багатогранним суб'єктом, яка бере участь у діяльності комерційної організації та досягає успіху в реалізації стратегії розвитку.

Управління персоналом є центральною ланкою менеджменту організації і являє собою професійну діяльність, спрямовану на максимально ефективне функціонування працівників в організації з урахуванням їх мотивації.

Категорія “управління персоналом” – це сукупність принципів, методів і засобів цілеспрямованого впливу на персонал, що забезпечують максимальне використання його інтелектуальних і фізичних здібностей при виконанні трудових функцій для досягнення цілей організації (Гапоненко, Савельєва, 2016). Саме на досягнення цілей функціонування підприємства варто акцентувати увагу у визначенні цього поняття, адже система управління персоналом є складовою системи управління підприємством у цілому.

Сутність управління персоналом розкривається за допомогою таких понять, як: трудові ресурси, трудовий колектив, персонал, кадри, людські ресурси, кадровий потенціал. Між цими категоріями існує тісний взаємозв'язок. Зокрема, трудові ресурси, як частина працездатного населення, яка володіє фізичними й розумовими здібностями і знаннями, необхідними для здійснення корисної діяльності, розглядаються як макроекономічна категорія. Персонал підприємства відноситься до трудових ресурсів як часткове до загального. Персонал (кадри) підприємства варто сприймати як сукупність постійних працівників, що отримали необхідну професійну підготовку і забезпечують господарську діяльність. Крім постійних працівників, в господарській діяльності можуть брати участь й інші працездатні особи. Відповідно, персонал, що бере участь в господарській діяльності підприємства, на основі трудового договору (контракту, угоди), а також інших форм, що регулюють трудові відносини працівника з підприємством, становить його трудовий колектив (Економіка підприємства). Працівники, які мають певні професійні навички і знання і можуть використовувати їх у трудовому процесі становлять людські ресурси (Богиня, 2000). Щодо кадрового (людського) потенціалу, то це існуючі сьогодні та передбачувані трудові можливості, які визначаються чисельністю, віковою структурою, професійними та іншими характеристиками персоналу підприємства (Федонін, 2004).

Управління персоналом спирається на закономірності, які є основою вимог до системи управління персоналом. Розглянемо основні закономірності: відповідність системи управління персоналом цілям, особливостям, і тенденціям розвитку виробничої системи; системність формування системи управління персоналом; пропорційне поєднання сукупності підсистем і елементів системи управління персоналом; різноманітність складових системи управління персоналом; сутність закономірності мінімізації числа ступенів управління персоналом полягає в тому, що чим менше рівнів управління має система управління персоналом, тим вона ефективніше працює; зміна складу та змісту функцій управління персоналом (Маслова, 2015).

Перераховані вище закономірності управління персоналом пронизують всю управлінську діяльність та впливають на стан всіх підсистем і елементів системи управління персоналом.

Управління персоналом в комерційній організації включає в себе певні функції, в першу чергу це планування трудових ресурсів: розробка плану задоволення майбутніх потреб у людських ресурсах; набір персоналу: створення резерву потенційних кандидатів по всіх посадах. Наступна функція передбачає відбір кадрів: оцінка кандидатів на робочі місця і відбір кращих із резерву, створеного в ході набору. Значний вплив на мотивацію персоналу має визначення заробітної плати і пільг: розробка структури заробітної плати і пільг із метою залучення, наймання і збереження службовців. Профорієнтація й адаптація, це психолого-економічна функція, яка передбачає вступ найнятих робітників в організацію і її підрозділи, розвиток у працівників розуміння того, чого очікує від нього організація і яка праця в ній одержує заслужену оцінку; Навчання, як функція, це: розробка програм для навчання трудовим

навичкам, необхідним для ефективного виконання роботи. Оцінка трудової діяльності передбачає розробку методик оцінки трудової діяльності і доведення їх до працівника, а також розробку методів переміщення працівників на посади з більшою або меншою відповідальністю, розвитку їх професійного досвіду шляхом переміщення на інші посади або ділянки роботи, а також процедур припинення договору найму. Однією з важливих функцій управління персоналом є підготовка керівних кадрів, управління просуванням по службі, розробка програм, спрямованих на розвиток здібностей і підвищення ефективності праці керівних кадрів (Гапоненко, Савельєва, 2016).

Отже, управління персоналом являє собою процес планування, підбору, підготовки, оцінки, навчання та мотивації персоналу, спрямований на ефективне його використання та досягнення цілей підприємства і працівників. Суть управління персоналом розкривається за допомогою комплексу взаємопов'язаних понять і категорій . А реалізація функцій сприяє створенню ефективної системи управління персоналом ,як складової частини менеджменту комерційної організації.

ЛІТЕРАТУРА

- Богиня, Д.П. (2000) *Основи економіки праці: навч. посіб.* Взято з <http://library.if.ua/book/40/2646.html>
- Гапоненко, А.Л., Савельєва, М.В. (2016). *Теорія управління.* М.: Юрайт. *Економіка підприємства.* Взято з <http://buklib.net/books/24836/>
- Маслова, В.М. (2015). *Управління персоналом.* М.: Юрайт.
- Федонін О.С. (2004). *Потенціал підприємства: формування та оцінка.* Київ: КНЕУ.

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ РОЗРОБКИ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Шиян В.Є.

Київський національний лінгвістичний університет

В умовах глобалізації економіки та формування світового продовольчого ринку, що характеризується надзвичайно високим рівнем конкуренції, все більш важливу роль відіграє підвищення ефективності процесу прийняття управлінських рішень, що є основним елементом процесу управління.

Удосконалювання процесу розробки, прийняття управлінських рішень і відповідно підвищення якості прийнятих рішень досягається за рахунок використання наукового підходу, моделей і методів прийняття рішень (Гоменюк, 2014).

Теоретично питання принципів, методів, моделей розробки та прийняття управлінських рішень в організаціях розроблені досить добре. Практична ж реалізація теорії являє все ще важку задачу в організаціях, зокрема, в організації крупного бізнесу. Це пов'язано з відсутністю серйозного досвіду

роботи в ринкових умовах і браком знань і навичок у суб'єктів прийняття управлінських рішень.

Механізм розробки управлінських рішень залежить від багатьох чинників, зокрема від специфіки організації, в якій він реалізується. Наприклад, організації великого бізнесу знаходяться в стані сильною конкурентної боротьби через присутність на світових ринках і внаслідок цього виявляють інтерес до нових управлінських ідей і концепцій.

Великий потенціал для вдосконалення механізму реалізації управлінських рішень в організаціях містить оптимізація:

↓ принципів прийняття рішень;

↓ методів прийняття рішень;

↓ технологій прийняття управлінських рішень;

↓ моделей прийняття рішень; орієнтирів в прийнятті рішень (Гоменюк, ~~ВУ~~ сучасних організаціях лише частково використовуються можливості для оптимізації механізмів розробки та реалізації управлінських рішень як ресурсу для перекладу організацій з рівня функціонування на рівень розвитку (Воротіна & Пятигін, 2012).

Таким чином, для вдосконалення механізму розробки і прийняття управлінських рішень необхідне дотримання ряду умов: наявність в організації стратегії розвитку, перш за все, чітко поставленої і відомої всім співробітникам організації місії і цілей (ефективним організаціям властиво чітке розуміння бачення свого майбутнього, свого призначення і основних напрямків розвитку); партисипативне управління, що розуміється як залученість всіх співробітників організації в управління нею, створення команд за принципом професіоналізму, ефективне делегування повноважень, навчання та професійний розвиток персоналу; узгодженість дій, яка проявляється в наявності сильної корпоративної культури; інноваційність, що розуміється як постійна генерація ідей, що призводить до створення конкурентоспроможних на ринку товарів і послуг.

ЛІТЕРАТУРА

- Бужинский, В.А.* (2012). Методы принятия управленческих решений. М.: МИЭП.
- Воротіна, Л.І., Пятигін, А.С.* (2012). Раціональні управлінські рішення як ресурс підвищення ефективності операційної діяльності підприємства. Київ: Актуальні проблеми економіки. Взято з http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2012_10_14.
- Гоменюк, М. О.* (2014). Удосконалення процесу прийняття управлінських рішень на сільськогосподарських підприємствах з використанням маржинального аналізу. Харків: Вісник Харківського національного аграрного університету, (4), 23-28.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ГЕЙМІФАКАЦІЇ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

Шульпіна Н.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Через численні зміни в демографії, технологіях і конкурентному середовищі далекоглядне керівництво деяких компаній, включаючи некомерційні та державні, починає звертати увагу на ігри як інструмент радикального переосмислення призначення організації в цілому. Така зміна світогляду дозволяє активно залучати клієнтів, об'єднувати працівників і впроваджувати інновації, які здавалися нездійсненними ще кілька років тому. Керівники інноваційних компаній розуміють, що правильне поєднання інформації, мотивації та, що найважливіше, залучення громади для виконання бізнес-завдань, має неабиякий потенціал для розвитку бізнесу, посилення прихильності клієнтів, зміцнення конкурентних позицій.

Класичні моделі залучення більше не працюють у світі, в якому панує багатозадачність, а різноманітність чинників, що відволікають увагу, постійно зростає, перетворюючи життя на захопливу гру, в якій люди очікують ще більших винагород, стимулювання і зворотного зв'язку. У пошуку нових шляхів залучення клієнтів та працівників, на переконання Зікерманна (2014), варто враховувати наступні факти:

- Світ вже не буде таким спокійним і зосередженим, як в минулому. Багатозадачність персоналу і клієнтів – це те, що залишиться назавжди.
- Залученість – найцінніший ресурс. Успіх або поразка компанії буде залежати від рівня залученості працівників і покупців.
- Кращий спосіб перемогти конкурентів – запропонувати клієнтам і підлеглим цікавіший і захоплюючіший досвід.

Гейміфікація здатна забезпечити найкращий спосіб створення і підтримки зацікавленості у людей. Найуспішніші організації частіше, ніж інші, використовують ці технології для отримання конкурентної переваги, переосмислення стратегій, формування лояльності, прийому на роботу та утримання в колективі надзвичайно цілеспрямованих людей.

Гейміфікований проект використовує переваги ігрових механік, програм лояльності та поведінкової економіки для вирішення критичних проблем і посилення залученості. Аналіз діяльності компаній, які досягли успіху в стратегії гейміфікації, показав наявність спільних рис у їхній поведінці, а саме:

- орієнтація на споживача;
- введення нової посади – директора із залученості;
- надання користувачам того, чого вони хочуть;
- залученість – завдання номер один;
- створення центру передового досвіду та інновацій.

Не можна стверджувати, що ігри сформували світогляд сучасної молоді, але все ж багато в чому завдяки ігровим елементам мільйони хлопців і дівчат на Землі думають швидше, технічніше та й просто по-іншому, ніж минуле

покоління. Проте, якщо прислухатися до невдоволених менеджерів, вчителів і батьків, можна припустити, що це покоління не варте витрачених на нього зусиль і ніколи не досягне успіху.

Але схоже, що це хибне припущення. Ймовірніше те, що всі перевірені методи покарання і заохочення, викладання та залучення сьогодні вже не працюють. Можливо, лише через кілька років слово «весело» буде синонімом поняття «ефективно». Веселощі допомагають продавати товари і купувати їх, привертати увагу і досягати цілей. У світі, де задоволення стає важливішим, ніж матеріальна вигода, кожна компанія має бути зацікавлена в тому, щоб зробити своїх співробітників і клієнтів максимально щасливими. На думку Джейн Макгонігал (2011) ігровий елемент – перша сходинка на шляху до того, щоб зробити будь-яку роботу чи навчання веселішими, а значить, ефективнішими.

Зростання популярності так званої «поведінкової економіки» допомагає підприємцям привертати увагу широких верств населення, залучати їх до роботи і отримувати необхідні результати. Включення ігрового елемента у взаємини з клієнтами або з співробітниками компанії є ефективним тому, що:

- гра – це мова нового покоління;
- результати застосування ігрового елемента схвально оцінюються представниками старших поколінь;
- гра дозволяє відчутно змінити поведінку цільової аудиторії, і такі зміни можна зафіксувати і виміряти.

Гейміфікацію можна використовувати і для того, щоб розробляти стратегії розвитку. Гра, як відомо, – традиційний елемент стратегічного планування, але останнім часом саме планування стає грою. Гра розширює можливості всіх учасників процесу, і саме тому гейміфікація стратегії сьогодні так високо цінується. Ця тенденція поширюється навіть на тих співробітників, які не беруть участі в процесі стратегічного планування безпосередньо. Адже додаткове навчання, розвиток і підвищення продуктивності стають все важливішими для організацій.

Таким чином, гейміфікація надає потужні можливості підвищення ефективності будь-якої діяльності. З її допомогою можна забезпечувати досвід, який створить необхідний сенс і посилить мотивацію співробітників і клієнтів. Коли уряди, компанії і організації різних форм і розмірів навчаться використовувати ігрове мислення і механіку, вони будуть успішніше залучати свою аудиторію, прориватися крізь інформаційний гамір, стимулювати інновації та суттєво збільшувати доходи.

ЛІТЕРАТУРА:

Зикерманн Г., Линдер Д. (2014). Геймификация в бизнесе: как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием сотрудников и клиентов. Москва: Манн, Иванов и Фербер.

McGonigal J. (2011). Reality Is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World. NY: Penguin Books.

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ BEAUTY ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Янченко Т.Ю.

Київський національний лінгвістичний університет

Косметичний ринок України влаштований складно, місцями дуже заплутано. Складність не можна пояснити високорозвиненою структурою, а тільки тим, що сформувався конгломерат двох напрямків ринку: професійного сегменту і мас-маркету, які існують паралельно і вступають в протиріччя.

Ринок вітчизняних виробників косметики поки не представляє особливого інтересу з точки зору бізнесу, так як не в змозі конкурувати зі світовими брендами за споживача в роздробі. Немає достатньої сировинної, виробничої, матеріальної бази, в той час, коли споживач давно готовий купувати місцеві “б'юті-засоби” за умови високої якості. А ось ринок професійних послуг та продуктів, який залишається невидимим для звичайного споживача, представлений операторами - тими, хто створює навчальні центри для фахівців індустрії, фаховими виданнями, спільнотами фахівців, дистрибуторами професійної косметики, організаторами профільних виставок і івентів.

Поки українські марки економлять на упаковці і рекламі, а часом і на складі продукту, їх світові конкуренти не скупляться на дорогі відео та фотозйомки, інтегровані кампанії, створені управлінцями бренду в партнерстві з рекламними агентствами. Потім ці матеріали направляються дистриб'юторам, завдання яких - адаптувати створені за кордоном комунікаційні матеріали для місцевого ринку.

Галузеві виставки, на яких презентувалися новинки, технології, перебували партнери - були основним джерелом бізнес-розвитку: контактів і контрактів. Наприклад, InterCHARM і EstetBeautyExpo, лідери виставкового руху в Україні, протягом багатьох років формували вигляд професійної індустрії краси, породивши безліч супутніх проектів, видань та фахівців. Усередині так званої професійної тусовки відбувається дуже насичене подіями життя: майстер-класи світових професіоналів, що використовують різні техніки і методики проведення процедур. Лідери в розробці найпрогресивніших препаратів і технологій в сфері “б'юті” регулярно проводять зустрічі зі своєю аудиторією: лікарями-косметологами, власниками салонних мереж і менеджерами клінік (Балашова, 2014).

Саме тому, прийшовши вперше до фахівця, ми з подивом дізнаємося про десятки нових для нас найменувань іноваційних препаратів, про які ніколи не чули. Тому що професійні бренди працюють не з нами, з нами працюють фахівці. У цій частині ринку і обертаються основні гроші, зосереджені по салонах, клініках і майстрах. Продажі, тобто прибуток самого майстра, залежать в тому числі і від його вміння продавати. Компанії-виробники готові проводити стільки тренінгів, скільки буде потрібно, щоб фахівець покращував свої технічні навички та навички продажу і був зацікавлений в роботі саме з цієї професійної косметикою.

Щоб комунікувати зі своїми агентами - фахівцями і майстрами - виробниками і власниками профбрендів зацікавлені в існуванні професійних видань, які розповсюджуються по салонах краси, клінікам та індивідуальним майстрам. Рекламуються і просуваються вони по-старому, особливих інновацій, наприклад нативної реклами або спецпроектів, не спостерігається.

А що ж кінцевий споживач? Ось він-то ніяк не стикається з комунікацією і проявами професійних гравців, так як вся взаємодія виникає в рамках спеціалізованих подій, симпозіумів та конгресів. Саме тому у маркетингу професійних марок і дистриб'юторів b2b немає якісної та трендової комунікації. Звідки знати гравцям професійного сегмента про те, як говорити і що показувати в своїх матеріалах своєму клієнтові - фахівця, у якого вже ми з вами купуємо послугу? І фахівець, в свою чергу, не розуміє, що спрацьовує добре або погано в візуальних матеріалах. Для нього, як і раніше орієнтиром залишаються галузеві події, організовані тими ж людьми, продають професійний контент, обходячись підручними засобами і власними уявленнями про естетику.

Виходить, що фахівці орієнтуються на тенденції, задані галузевими подіями, а організатори цих подій дивляться на переваги фахівців. І ніхто з них не розуміє, що немає припливу свіжих ідей і чому саме вони безнадійно застаріли в своїх уявленнях про красу, дизайн та трендах. У багатьох є ілюзія того, що вони самостійно непогано справляються з маркетингом, дизайном, діджиталом і PR-комунікаціями.

Виняток становлять одиниці на ринку, які розуміють важливість емоційної складової бренду, яку неможливо досягти інструментами десятирічної давності. Нове покоління майстрів, так званих міленіалів, які їздять на навчання в Європу, працюють з такими ж міленіалами у вигляді своїх клієнтів. Вони усвідомлюють, що майбутнє "б'юті-індустрії" - за яскравими концепціями, в основі яких якість і майстерність, за поділом цінностей з кінцевим споживачем, за особистими брендами фахівців, у яких купуються послуги.

В останні кілька років з'явилися різні концепції і салонів краси: коворкінг для майстрів і медіа-проектів, які пропонують своїй аудиторії те, що вона шукає: настрій, емоції, новий досвід і сервіс.

І в цій точці сходяться обидва сегмента (і професійний, і мас-маркет), які все ще намагаються існувати паралельно, розділивши ринок в своїй уяві. Але реальність така, що в ланцюжку виробник-дистрибутор-фахівець-споживач всі міцно пов'язані один з одним. І виграє той, хто цей зв'язок підсилює, думаючи про кінцевого споживача.

ЛІТЕРАТУРА

Балашова, Є. (2014). Стратегічні дослідження. В А. Сухоруков (Ред.), *Пріоритети інвестиційного забезпечення* (2-ге вид.). (с. 5-9). Київ: Наукова думка.

Поколение Y. Взято з <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D>

Сотрудничество с estet-portal.com. Взято з : <http://beautyexpo.com.ua/ru-RU/press/news/1280.aspx>

ПРАВОЗНАВСТВО

ПРАКТИКА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СУДУ З ПРАВ ЛЮДИНИ З ПИТАНЬ ОПЛАТИ ПРАЦІ

Васильченко Д. С.

Київський національний лінгвістичний університет

Питання оплати праці в Україні завжди були і є актуальними, особливо це зумовлене євроінтеграційними процесами в Україні та реформою трудового законодавства.

Право громадян заробляти собі на життя тією працею, яку вони самі собі обирають та на яку вільно погоджуються є одним із основоположних прав людини, як працівника. Та чи можна говорити про правомірність норми, коли за вибрану вільну працю працівник не отримує заробітну плату? Це при тому, що в законодавстві встановлені мінімальні державні гарантії, які просто не можуть бути порушені. Йдеться як про мінімальний розмір заробітної плати, тривалість робочого тижня, так і про оплату праці за виконану роботу.

Відсутність коштів у роботодавця не виключає його відповідальності перед працівником, адже останній зобов'язаний виплатити заробітну плату працівнику згідно Ст.43 Конституції України, Ст.21 КЗпП України.

На жаль, дуже поширеним явищем сьогодні є порушення базових державних гарантій з питань оплати праці, про що, зокрема, свідчить практика Європейського суду з прав людини (далі – ЄСПЛ). Наприклад, у справі «Дідух проти України» Суд зобов'язав військову частину, де працював заявник виплатити йому заборгованість по заробітній платі у розмірі 2207 грн. На момент розгляду цієї справи у ЄСПЛ зобов'язання щодо сплати вказаних коштів, не виконувалося чотири роки і шість місяців. Європейський Суд присудив виплатити заявнику 1500 євро відшкодування моральної шкоди. Іншим прикладом може слугувати справа “Меньшакова проти України” у ній йдеться про порушення та несвоєчасну виплату заробітної плати Меньшаковій О. О. Заявниця подала позов до суду, щодо виплати їй заборгованості, суд присудив заявниці 492,17 грн. Далі було відкрито ще три провадження з приводу невиконання заборгованості, невиконання компенсації. Відповідач заявляв, що не несе відповідальності за затримки виплати заявниці заборгованості із заробітної плати, що його представник у суді першої інстанції не мав права погоджуватись з позовною заявою заявниці, що державне підприємство, на якому працювала заявниця не було належним чином повідомлений про дату та час проведення судового засідання та що рішення суду першої інстанції не містило розрахунків присудженої суми. Далі справа потрапила до Верховного Суду України, але вже за позовом відповідача. Таким чином заборгованість заробітної плати у початковому розмірі 492,17 грн переросла в компенсацію моральної шкоди у розмірі 2100 євро та 40 євро компенсації судових та інших витрат, разом з будь-якими

податками, що можуть нараховуватися. Особливо хочеться звернути увагу на те, що це було державне підприємство, а що тоді казати про приватні.

У справі “Кечко проти України” йшлося про порушення майнових прав заявника, а саме - відмова виплатити йому надбавку за період з 1997 по 1999 роки. “Відповідач стверджував, що заявлені суми не можуть бути виплачені тому, що законами України про Державний бюджет на 1997-1999 роки не було передбачено відповідних витрат. Суд відхилив вимогу заявника щодо виплати йому щорічної винагороди за зразкове виконання ним своїх службових обов'язків, оскільки така виплата вимагає проведення оцінки роботи заявника, що не відноситься до компетенції суду”. Суд керувався законом України який діяв на той час, а саме З “Про загальну середню освіту», прийнятим у травні 1999 році, де зазначалося, що педагогічним працівникам державних навчальних закладів заробітна плата та інші виплати виплачуються з Державного бюджету. На той час у цьому вбачалася колізія норм права із Законом України «Про освіту» 1996 року, де передбачено виплата 20% надбавки вчителям, які мають стаж педагогічної роботи понад десять років. Тут же було зазначено про щорічні виплати на допомогу на оздоровлення та щорічну винагороду за зразкове виконання своїх службових обов'язків. Європейський суд з прав людини присудив заявнику 1500 євро моральної та матеріальної шкоди та 200 євро судових витрат.

Практика ЄСПЛ свідчить про порушення роботодавцем законодавства України та невиконання своїх зобов'язань перед працівниками, тому громадяни змушені звертатися до Європейського суду з прав людини за відновленням свого порушеного права. Чому ЄСПЛ має змушувати українських роботодавців виконувати їхні зобов'язання перед працівниками? Що потрібно аби прості і здавалося логічні норми виконувалися чесно і без лукавства? Ну що ж, маємо надію на нове реформоване законодавство з питань оплати праці, яке покликане покращити теперішній стан державного регулювання даного питання.

ЛІТЕРАТУРА

Конституція України. № 254к/96-вр § розд. II ст. 43. (2016).

Кодекс законів про працю України. № 322-08 § розд. III ст. 21. (2018).

Рішення Європейського суду з прав людини. Справа “Дідух проти України”. № 14394/04 (2008).

Рішення Європейського суду з прав людини. Справа “Кечко проти України”. № 63134/00 (2005).

Рішення Європейського суду з прав людини. Справа “Меньшакова проти України”. № 377/02.

Про освіту. № 1060-12 § розд. III ст. 57. (1998).

Про загальну середню освіту. № 651-14 § розд. VIII ст. 43. (1999).

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПРАВОВОЇ ДЕРЖАВИ УКРАЇНА

Васьківська В. О.

Київського національного лінгвістичного університету

З початком військового конфлікту на Сході України загалом та інформаційної війни між сторонами конфлікту виникає потреба в перевірці та удосконаленні механізму регулювання інформаційної сфери. Тому одним з найбільш актуальних питань сучасної України є перспективи розвитку інформаційної правової держави та врегулювання відносин у сфері створення, збирання, одержання, зберігання, поширення, використання, охорони та захисту інформації (№ 2657-ХІІ).

Предметом дослідження питань у сфері інформаційної політики були у наукових роботах вчених В. С. Цимбалюк, В. Д. Гавловського та інших. Але вони не дослідили перспективи розвитку інформаційної правової держави у сучасній Україні у період АТО. Тому, необхідно дослідити державну інформаційну політику сучасної української держави, визначити проблеми, що виникли під час інформаційної війни в українському медіапросторі та перспективи їх подолання.

Досліджена тема досить важлива оскільки порушує питання реалізації прав та свобод людини і громадянина та навіть національної безпеки України. Перш за все варто зазначити, що право вільного користування інформацією закріплене у ст. 34 Конституцією України (№ 254 к/96).

Як показує аналіз матеріалів рівень поширення та доступу до інформації свідчить про рівень демократизації суспільства: чим більш демократична політика держави, тим краще в ній розвинене інформаційне право та свобода слова. В незалежній Україні як зазначають Цимбалюк В. С., Гавловський В. Д. та Гриценко В. В. (2004) поняття “інформаційне право” було введено лише у 2003 році, що, безумовно, свідчить про лібералізацію в суспільстві, особливо після багатьох років тоталітарних утисків. Інформаційне право сформувалося з норм права, які регулюють суспільні відносини, що виникають в інформаційній сфері у зв’язку з реалізацією інформаційних прав та здійсненням інформаційних процесів і діяльності.

Всупереч проголошеному в Конституції України праву на вільний доступ до інформації та свободу слова, в інформаційній сфері держави є багато проблем та прогалин у законодавстві. Серед багатьох проблемних аспектів інформаційної політики держави своє особливе місце займає проблема не чіткого регулювання механізму доступу до державної таємниці, що загрожує національній безпеці України. Підтвердженням тому є суперечності в Законі України “Про державну таємницю” (№ 3855-ХІІ) (далі – Закон): так, ст. 3 Закону вказує на те, що його дія поширюється на органи законодавчої, виконавчої та судової влади, органи прокуратури України, інші державні органи, Верховну Раду Автономної Республіки Крим, Раду Міністрів Автономної Республіки Крим, органи місцевого самоврядування, підприємства, установи, організації усіх форм власності, об’єднання громадян, що проводять

діяльність пов'язану з державною таємницею, громадян України, іноземців та осіб без громадянства, яким у встановленому порядку наданий доступ до державної таємниці. Однак, ст. 20 Закону передбачає надання доступу до державної таємниці на підставі заявок до державних органів, органів місцевого самоврядування, підприємств, установ і організацій. Ця та інші статті Закону не містять порядку надання доступу до державної таємниці для іноземців.

Наступне, на що слід звернути увагу, так це питання інформаційної війни в українському медіапросторі. Питанням боротьби з кіберзлочинами дезінформативного та провокативного характеру займається кіберполіція, створена 5 жовтня 2015 р. (№ 5/2015). Однак через відсутність чіткого розмежування обов'язків між кіберполіцією та іншими органами Міністерства внутрішніх справ багато кіберзлочинів залишаються поза увагою, а у інформаційне поле українців потрапляє інформація, що в подальшому спричиняє негативні наслідки для безпеки України та порушення прав і свобод людини.

У зв'язку із зазначеними вище проблемами Президент України видав указ про Стратегію сталого розвитку "Україна 2020", який встановлює основні напрямки розвитку інформаційної сфери, зокрема: боротьба з інформаційними атаками та дезінформацією; контрпропаганда; гармонізація із законодавством Європейського Союзу (№ 5/2015). Метою Стратегії є впровадження в Україні європейських стандартів життя та вихід України на провідні позиції у світі. "Стратегія 2020" спрямована на інтеграцію України до Європейського Союзу. Саме ці напрямки Міністерство інформаційної політики України визначило як пріоритетні і розвиватиме в наступні роки. Загалом реалізація цієї стратегії розпочалася у 2017 р. з реформи у сфері Засобів масової інформації. В перспективі планується створення відділів роботи закордоном та відділу запобігання пропаганді.

Підсумовуючи, можна говорити про те, що державна інформаційна політика потребує докорінних змін та приведення у відповідність до вимог сучасності. По-перше, потрібно усунути прогалини в законодавстві, адже, як показує досвід, це досить небезпечно для національної безпеки України. По-друге, необхідно посилити боротьбу із дезінформацією у Засобах масової інформації з боку іноземних держав, особливо Росії. Отже, суттєва зміна українського законодавства у сфері інформації та визначення нових орієнтирів для розвитку допоможе пришвидшити процес розвитку інформаційної сфери України та забезпечити підґрунтя щодо реалізації прав і свобод людини і громадянина як основного елементу правової держави.

ЛІТЕРАТУРА

Конституція України № 254 к/96 розд. II ст. 34. (1996).

Про інформацію. № 2657-XII (1992)

Про державну таємницю. № 3855-XII розд. I ст. 3; розд. IV ст. 20. (2017)

Цимбалюк В. С., Гавловський В. Д., Гриценко В. В. (2004). Основи інформаційного права. Навчальний посібник. К.: Знання.

Указ Президента України Про Стратегію сталого розвитку "Україна 2020".

№ 5/2015 п. 3.1, 3.10 (2015).

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПРОТИДІЇ КАТУВАННЮ

Гоняна Н.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Питання протидії катуванню безпосередньо пов'язане зі здійсненням захисту прав людини і має достатньо високий рівень значимості, що підтверджується існуванням значної діяльності правових актів, у тому числі міжнародного характеру. До таких документів, зокрема належать Загальна декларація прав людини 1948 року, в якій проголошено, що ніхто не повинен зазнавати тортур, або жорстокого, нелюдського, або такого, що принижує його гідність, поводження і покарання (ст. 5), Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод 1950 року, що закріплює заборону катування у ст. 3, відповідно до якої нікого не може бути піддано катуванню або нелюдському чи такому, що принижує гідність, поводженню або покаранню. Крім того, питання протидії катуванню врегульовано такими міжнародними документами, як Конвенція проти катувань та інших жорстоких, нелюдських або таких, що принижують гідність, видів поводження і покарання 1984 року та Європейська конвенція про запобігання катуванням чи нелюдському або такому, що принижує гідність, поводженню чи покаранню 1987 року. Слід зазначити, що згідно з Конвенцією 1984 року кожна держава-сторона забезпечує розглядання всіх актів катування згідно з її кримінальним законодавством як злочини. Те саме стосується спроби піддати катуванням та тих дій будь-якої особи, що являють собою співучасть у катуванні (ст. 4). Щодо кримінального законодавства України, необхідно вказати, що таке діяння як катування належить до категорії злочинів проти життя та здоров'я особи. Так, відповідно до ст. 127 Кримінального кодексу України катуванням є умисне заподіяння сильного фізичного болю або фізичного чи морального страждання шляхом нанесення побоїв, мучення або інших насильницьких дій з метою примусити потерпілого чи іншу особу вчинити дії, що суперечать їх волі, у тому числі отримати від нього або іншої особи відомості чи визнання, або з метою покарати його чи іншу особу за дії, скоєні ним або іншою особою чи у скоєнні яких він або інша особа підозрюється, а також з метою залякування чи дискримінації його або інших осіб. Покаранням за вчинення вищевказаного діяння є позбавлення волі на строк від двох до п'яти років. Ті самі дії, вчинені повторно або за попередньою змовою групою осіб, або з мотивів расової, національної чи релігійної нетерпимості, караються позбавленням волі на строк від п'яти до десяти років.

Відносно положень Конвенції 1987 року, варто звернути увагу, що окрім іншого, нею передбачається створення Європейського комітету з питань запобігання катуванням чи нелюдському або такому, що принижує гідність, поводженню чи покаранню, на який покладається завдання зі здійснення інспекцій та перевірок поводження з позбавленими волі особами з метою посилення, у разі необхідності, захисту таких осіб від катувань чи нелюдського або такого, що принижує їхню гідність, поводження чи покарання. Останнє є дуже важливим, у тому числі у контексті того, що чинним кримінальним законодавством України передбачається, що покарання не має на меті завдати

фізичних страждань або принизити людську гідність і спрямоване не тільки на кару, а й на виправлення засуджених, а також на запобігання вчиненню нових злочинів як засудженими, так і іншими особами.

В контексті питання правового регулювання протидії катуванню варто звернути увагу на положення Римського статуту міжнародного кримінального суду, ст. 7 якого передбачається, що катування включається до переліку діянь, які підпадають під поняття «злочини проти людяності», за умови, що таке діяння здійснюється в рамках широкомасштабного або систематичного нападу на будь яких цивільних осіб, якщо такий напад здійснюється свідомо. Під катуванням, виходячи з положень Статуту, слід розуміти умисне заподіяння сильного болю або страждань, фізичних або психічних, особі, яка перебуває під вартою або під контролем обвинуваченого. Важливим є те, що катуванням не вважається біль або страждання, які виникають лише в результаті законних санкцій, невіддільні від цих санкцій чи викликаються ними випадково.

Таким чином, враховуючи все вищезазначене, можна дійти висновку, що механізм правового регулювання протидії катуванню передбачає наявність як міжнародних, так і національних засобів впливу, які перебувають у тісному взаємозв'язку. Ефективність такого механізму має надзвичайно важливе значення, зокрема з огляду на підвищену суспільну небезпечність такого діяння як катування, що пояснюється особливістю природи об'єкту посягання – здоров'я особи, її свобода, честь та гідність.

ЛІТЕРАТУРА

- Загальна декларація прав людини (1948). Взято з [http:// zakon2. rada.gov.ua/laws/show/995_015](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_015)
- Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод (1950). Взято з [http:// zakon3. rada.gov.ua/laws/show/ru/995_004](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/ru/995_004)
- Конвенція проти катувань та інших жорстоких, нелюдських або таких, що принижують гідність, видів поводження і покарання (1984). Взято з [http:// zakon3. rada.gov.ua/laws/show/ 995_085](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_085)
- Кримінальний кодекс України. № 2341-III. (2001).
- Європейська конвенція про запобігання катуванням чи нелюдському або такому, що принижує гідність, поводженню чи покаранню (1987). Взято з http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_068
- Римський статут міжнародного кримінального суду (1998). Взято з [http://zakon2. rada.gov.ua/laws/show/995_588](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_588)

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ВІДПУСТОК У СКАНДИНАВСЬКИХ КРАЇНАХ

Дорошенко А. С.

Київський Національний Лінгвістичний Університет

Кожна людина має право на відпочинок та на відпустку відповідно до Ст.45 Конституції України. Механізм реалізації цього права передбачений

главою V Кодексу законів про працю України та Законом України “Про відпустки”. Останній закріплює такі види відпусток: 1) щорічні відпустки: основна відпустка, додаткова відпустка за роботу та із шкідливими та важкими умовами праці, додаткова відпустка за особливий характер праці; інші додаткові відпустки передбачені законодавством; 2) додаткові відпустки у зв’язку з навчанням; 3) творча відпустка; 4) відпустка для підготовки та участі в змаганнях; 5) соціальні відпустки: відпустка у зв’язку з вагітністю та пологами, відпустка для догляду за дитиною до досягнення нею трирічного віку, відпустка у зв’язку з усиновленням дитини, додаткова відпустка працівникам, які мають дітей або повнолітню людину-інваліда з дитинства підгрупи А І групи; 6) відпустки без збереження заробітної плати (Беззуб, Голяк, Кісілевич, 2012).

Законодавство України у цій сфері розвивалось не так динамічно, як, наприклад, у країнах Скандинавії - Норвегії та Швеції. Кодекс законів про працю України (КЗпП) ухвалили ще в 1971 році, але попри внесені до нього зміни й доповнення, він і досі залишається "нормативним реліктом". Ухвалити нову трудову конституцію в Україні намагаються щонайменше протягом останніх 15 років. Паралельно із цим не згасали дискусії щодо її численних проєктів, абсолютно кожен з яких розширював права роботодавця, а не працівника (Гаращенко, 2016). У країнах Скандинавії приділяється більша увага правовому регулюванню часу відпочинку, що знаходить своє відображення у правових актах, де є норми про врегулювання обідньої перерви, щоденного відпочинку, вихідних днів, а також відпустки (Чанишев, 2015).

У трудовому законодавстві Скандинавських країн, як і в Україні, щорічні відпустки поділяються на основні і додаткові. Зокрема, тривалість щорічної відпустки у Норвегії та Швеції становить 25 робочих днів. Законодавством встановлено особливий час для надання відпусток, що має назву “сезон відпусток”. Важлива роль у регулюванні щорічних відпусток належить колективним договорам (Пустовойт, 2013).

Особливістю законодавства Норвегії є законодавчо закріплена можливість подовження тривалості відпустки особам, які досягли 60 річного віку. Також працівник, який влаштувався на роботу не пізніше 30 вересня поточного календарного року, має право на щорічну відпустку повної тривалості, а якщо ж навпаки, то щорічна відпустка надається тривалістю лише 6 робочих дні [6]. Під час надання щорічної відпустки враховуються всі робочі дні, крім неділі, церковних чи державних свят.

Швеція стала першою у світі, де у 1974 році була змінена існуюча система відпусток, де поряд із відпусткою по вагітності і пологах, яка надавалась жінкам, з’являється відпустка у зв’язку з батьківством, що надається батьку дитини. Відпустка у зв’язку з батьківством фінансується за рахунок держави, її тривалість сягала шести місяців і передбачала матеріальну компенсацію. Розмір цієї суми залежала від фінансового становища батька і складав 90% від заробітної плати, або якщо заробітна плата перевищувала максимальний рівень, розмір допомоги складав менше 90% від заробітної плати. Правове регулювання такої відпустки в Швеції здійснюється на підставі окремого

закону “Про відпустки у зв’язку з батьківством” та Кодексу соціального страхування (Гаращенко, 2016).

Отже, законодавством Скандинавських країн закріплено такі види відпусток: 1) щорічні відпустки; 2) додаткові відпустки; 3) соціальні відпустки: відпустка у зв’язку з вагітністю та пологами, відпустка для догляду за дитиною, відпустка у зв’язку з усиновленням дитини. У цих країнах, на відміну від України, більш детально врегульовано надання відпустки батьку дитини по догляду за нею. Тому, в контексті виконання Україною зобов’язання з адаптації законодавства України до Директиви № 2010/18/ЄС про батьківську відпустку необхідно продовжувати роботу по приведенню законодавства України до норм ЄС.

ЛІТЕРАТУРА

- Гаращенко Л.П. (2016). Відпустка по догляду за дитиною у Швеції. *Правова реформа в сучасних умовах: досягнення і перспективи*: матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції, м.Київ, Національний авіаційний університет. (Т. II, с.73-75). Тернопіль: Вектор.
- Пустовойт Л. А. (2013). *Система державного управління Королівства Норвегія: досвід для України*. Ю. В. Ковбасюк, С. В. Загороднюк. (Ред.). Київ: НАДУ. 52 с.
- Чанишев А. С. (2015). *Правовое регулирование рабочего времени и времени отдыха в странах Скандинавии*. Монографія. Москва: Проспект.
- Беззуб Б. С., Голяк Л. В., Кісілевич О. М. (2012). *Порівняльне трудове право: Навчальний посібник*. А. С. Мацка. (Ред.). (с. 168-172). Київ: МАУП.
- Про відпустки № 505/96 (1996). Взято з: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/504/96-вр> (дата звернення 27.02.2018)
- Parental Leave Act (1995:584). Взято з: <https://www.ilo.org/dyn/natlex/docs/ELECTRONIC/43732/66014/F1921497432/SW E43732.pdf>

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ ЯК ПРАВОВОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ДЕРЖАВИ

Кириленко О. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Процес активного сучасного державотворення в Україні відродився на початку ХХ сторіччя, відтворюючи давні державницькі традиції українського народу, що формувалися впродовж багатьох століть. На сучасній стадії свого розвитку Україна взяла курс на становлення себе як правової соціальної держави.

Правова держава – це є такий тип державно-соціальних відносин, де закон посідає чільне місце у регулюванні будь-яких відносин.

De jure, Україна проголошена суверенною і незалежною, демократичною, соціальною, правовою державою у першій статті своєї Конституції (№ 254

к/96), але часто можна помітити, що певні особи, як у складі владних структур, так і серед народних мас українського суспільства, діють не в інтересах держави чи установлення верховенства права, та таким чином, що суперечить чинним нормам законодавства.

Проблема невиконання певними особами чинних правових норм є досить дискусійною, а особливо гостро постає саме проблема визначення причин та умов поточного стану речей та формулювання чітких, ефективних та водночас прийнятних для суспільної думки шляхів розвитку громадянського суспільства, почуття громадянського обов'язку в українського народу та, власне, дійсної правової держави.

Можна припустити, що однією із причин труднощів щодо розвитку в Україні інститутів правової держави є низький рівень економічних прав і свобод населення, що і зумовлює його масове зубожіння та навертає осіб-учасників правовідносин діяти “у тіні”. Це зашкоджує також розвитку України як держави соціальної, адже для того, щоб провадити активну соціальну політику, у держави повинна бути потужна матеріально-економічна база, яка у сучасній Україні не є достатньо розвинутою. Водночас, необхідно звернути увагу на те, що саме проведення надто активної соціальної політики у нашій державі зумовлює низький рівень добробуту суспільства, низьку економічну активність населення, унеможливлення розвитку правового інституту приватної власності як суспільної цінності, що безумовно приносить прибуток і, як наслідок, гальмує перехід України до стану дійсної правової держави.

Також згубний вплив на становлення реальної влади закону над усіма сферами публічного та цивільного життя українського народу становить низький рівень правосвідомості основної маси населення. Велика частка населення послуговується радянською та пострадянською моделлю світосприйняття, що породжує суспільну апатію щодо фактів виявлення незаконності у діях владних та економічно привілейованих груп населення. Кількість свідомих громадян, хоч і збільшилася за останні роки у зв'язку з загостренням політичної, економічної та, певною мірою, соціальної криз, досі є надто малим у співвідношенні з загальнонародною масою.

Шляхи розвитку в Україні інститутів правової держави, пропоновані різними політичними силами, наразі є або застарілими, або несистематизованими, адже дуже багато сил, що мають змогу формувати громадську думку та впливати на неї, сповідують різні бачення майбутнього України. Найбільш компромісним наразі є варіант запозичення Україною міжнародного досвіду з регулювання певних соціальних відносин, із якими наша держава не має достатніх ресурсів та досвіду, щоб впоратися.

Щодо соціальної політики нашої країни, то можна запропонувати “бісмарківську” модель обґрунтовану Михненко та Щур (2011), ввівши у практику забезпечення соціальної безпеки роботодавцем, що послабило б надто сильний вплив держави на господарські та трудові відносини та пожвавило б розвиток економіки. Також доцільним було б спрощення податкової системи України, та перегляд принципів складення державного бюджету (№ 928-XIX,

№ 1801-XIX, № 2246-XIX), який протягом уже декількох років є незбалансованим у плані співвідношення доходів і видатків.

Підсумовуючи, можна сказати, що одними з найбільших проблем на шляху розвитку правової держави в Україні є неефективність управління, відносно низький рівень суспільної громадянської та правової свідомості населення та недостатність економічної бази для проведення більш патерналістської соціальної політики; із усіма проявами цих труднощів можна боротися реформуванням низки державних інститутів, перерозподілом повноважень державних органів і прав, свобод та обов'язків особи у низці сфер суспільного життя та, звичайно ж, усуненням суб'єктивізму із політики та управління задля забезпечення дійсного верховенства права, заснованого на об'єктивності та всезагальності закону.

ЛІТЕРАТУРА

Конституція України № 254 к/96. розд. I ст. 1. (1996).

Михненко А., Щур Н. (2011) Світові моделі соціальної політики: уроки для України. Взято з: <http://visnyk.academy.gov.ua/wp-content/uploads/2013/11/2011-2-31.pdf>

Про Державний бюджет України на 2018 рік. № 2246-XIX. розд. I ст. 1. (2017).

Про Державний бюджет України на 2017 рік. № 1801-XIX. розд. I ст. 1. (2016).

Про Державний бюджет України на 2016 рік. № 928-XIX. розд. I ст. 1. (2015).

ПРАКТИКА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СУДУ З ПРАВ ЛЮДИНИ ЩОДО ЗАХИСТУ ПРАВА НА БАТЬКІВСТВО

Корж О. Д.

Київський національний лінгвістичний університет

Право на батьківство – це природне, невід'ємне право особи (чоловіка або жінки) стати батьком (матір'ю) дитини та володіти правами й обов'язками щодо неї. Разом з тим його можна назвати досить уразливим правом, і тому часто потребує захисту, в тому числі судового. На сьогоднішній день одним із найефективніших способів захисту прав людини є звернення до Європейського суду з прав людини.

Право на життя визначається ст. 2 Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод (далі - Конвенція). Її зміст зводиться до правової охорони цього права законом та заборони умисного не- законного позбавлення життя людини (ч. 1 ст. 2), тобто стосується насамперед обов'язку держави захищати право людини на життя (державний захист). Також, у контексті цього питання слід виходити із гарантованого ст. 8 права на повагу до приватного та сімейного життя.

Загалом справи, що надходять до Європейського суду стосовно права на батьківство можна поділити на ті, що пов'язані із зародженням (штучним заплідненням) та припиненням життя ембріона (штучним перериванням вагітності) на пренатальній стадії розвитку людини. Розглянемо деякі справи з

практики Європейського суду, що стосуються цінності життя ще ненародженої дитини.

Справа “Evans vs. the United Kingdom”. Заявниця - гр. Англії Наталі Еванс отримала відмову у імплантації генетично споріднених їй ембріонів після розриву стосунків з її партнером (при відсутності його згоди на проведення запліднення), а також на подальше знищення ембріонів, що на її думку становило порушення права на життя (ст. 2) стосовно ембріона, а також права на повагу до приватного та сімейного життя (ст. 8) і заборона дискримінації (ст. 14) стосовно неї самої. Натомість Європейський суд виніс рішення, у якому постановив про відсутність порушень вищезазначених статей. Суд аргументував це тим, що “питання про те, коли виникає право на життя у людської істоти, входить до сфери оцінювання держави. Відповідно до законодавства Сполученого Королівства ембріон не має незалежних прав чи інтересів і не може претендувати – як і від його імені ніхто не може претендувати – на те, аби мати право на життя згідно зі ст. 2 Конвенції”.

На противагу цій справі, наведу ситуацію, що стосується обмеження абортів. Справа “A, B AND C vs. Ireland Judgment”. Взагалі, Ірландія є однією з країн, в якій існує досить сувора заборона на здійснення штучного переривання вагітності з мотивів здоров'я або достатку (ст. 58, 59 Закону “Про злочини проти особистості”, від 1861р.).

Перша та друга заявниці по цій справі зверталися до Європейського суду у зв'язку із неможливістю перервати вагітність з мотивів здоров'я та/чи достатку з огляду на втручання у їх право на повагу до приватного життя в контексті ст. 8 Конвенції, яка включає право на особисту самостійність та на фізичну і психологічну недоторканість. Однак у висновку Європейський суд констатував відсутність порушення відносно першої та другої заявниць. Третя заявниця скаржилася на державу за відсутність процедури, яка б дозволила їй встановити, чи підпадає вона під умови для легального здійснення штучного переривання вагітності у Ірландії, враховуючи ризик від неможливості отримання лікування її хвороби на рак під час вагітності, що становить загрозу для її життя. Так, Європейський суд встановив наявність порушення вищезгаданої ст. 8, оскільки державні органи не дотрималися зобов'язання по забезпеченню щодо заявниці ефективної поваги до її приватного життя не ухваливши таке законодавство, яким би запроваджувалася доступна процедура для з'ясувати можливості чи неможливості проведенням їй процедури абортів в Ірландії, у зв'язку із ризиком для її життя.

Зокрема, цікавим з правової точки зору є питання пропорційності інтересів батька та матері під час прийняття рішення про штучне переривання вагітності. Репрезентативною в цьому аспекті є справа “Boso vs. Italy” За обставинами справи, дружина заявника вирішила перервати вагітність, незважаючи на заперечення чоловіка. Заявник скаржиться на порушення своїх прав як потенційного батька і права ненародженої дитини на життя. Він незадоволений тим, що дозвіл переривання вагітності надає матері право вирішувати чи робити аборт і не враховує жодних заперечень з боку батька. Окрім цього заявник стверджував, що надання жінці можливості здійснити аборт

перешкоджає батькові створити сім'ю. Суд в своєму рішенні зазначив, що “право на приватне життя батька не може тлумачитися так широко, щоб містити право консультуватися з приводу аборту, який має намір зробити жінка”. Суд додав, що аборт у даній справі був проведений відповідно до законодавства Італії і мав на меті захист здоров'я матері. Втручання в право згідно зі статтею 8 Конвенції виправдане, оскільки було необхідне для захисту прав іншої особи.

Підводячи підсумок практики Європейського суду з питань захисту права на батьківство можна чітко прослідкувати відсутність спільних висновків судових рішень в силу відмінностей національного законодавства різних країн, що регулює ці питання. Таким чином права людини, зокрема право на життя, можуть бути порушені *de facto*, однак *de jure* відповідно до положень Конвенції – можуть бути визнані судом як такі, що не були порушені.

ЛІТЕРАТУРА

- Європейська конвенція про захист прав людини і основоположних свобод (1950). Взято з http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/995_004
- Островська, Б.В. (2017). Практика Європейського суду з прав людини щодо захисту права на життя у біоетичних питаннях. *Держава і право: Збірник наукових праць*, 75, 20-30. Взято з http://idpnan.org.ua/files/derjava-i-pravo.-yuridichni-nauki.-vipusk-75-_2017_.pdf
- Українська Гельсінська спілка з прав людини. (2010). Право на батьківство в рішеннях Європейського суду з прав людини. Взято з <https://helsinki.org.ua>

ПРИНЦИП НЕЗАЛЕЖНОСТІ СУДДІВ В НАЦІОНАЛЬНОМУ СУДІ ТА АРБІТРА В МІЖНАРОДНОМУКОМЕРЦІЙНОМУ АРБІТРАЖІ В УКРАЇНІ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АСПЕКТ

Костяна І.М.

Київський національний лінгвістичний університет

Упродовж багатьох віків людство мріє про справедливий, неупереджений і швидкий суд. Перевірку історичною практикою пройшло чимало моделей організації судової влади. Втім кожній суверенній державі притаманні свій самобутній шлях розвитку і власні історичні традиції у здійсненні правосуддя, започаткування судових інститутів та впровадження посад професійних суддів (Фурсов, Харламова, 2009).

Проте з розвитком міжнародних суспільних відносин, переважно торговельного характеру, почали виникати спори між суб'єктами таких міжнародних приватних правовідносин, які було важко вирішити в національних судах. Адже учасники цих відносин зазвичай походили з різних країн, де діяли різні правові системи та різні системи права, які могли суттєво відрізнятися один від одного. Виникало запитання згідно права якої країни необхідно вирішувати спір і як зробити таке вирішення неупередженим та незалежним на міжнародному рівні.

На початку 20 століття більшість розвинених країн дійшли висновку, що вирішення міжнародних приватно-правових спорів за межами національного права та судових інститутів з впровадженням особливих умов ведення судочинства було б дуже слушним та корисним світовим надбанням. Саме тому у той час почали створюватися міжнародні комерційні палати та інститути, які могли б забезпечити якісне та професійне вирішення арбітрами міжнародних торгових спорів.

Тож, на сучасному етапі ми маємо умовно дві групи професіоналів, які здатні вирішувати правові спори, а саме: судді в національних судах та арбітри в міжнародних комерційних арбітражних установах.

З огляду на предмет дослідження варто проаналізувати та порівняти ефективність забезпечення принципу незалежності суддів та арбітрів на законодавчому рівні в Україні, що є дуже актуальним питанням на сьогоднішній день.

При дослідженні принципу незалежності варто звернути увагу, на інстанційність судової та арбітражної системи. У системі національних судів існують місцеві, апеляційні, вищі спеціалізовані суди та Верховний Суд України, які дають змогу ретельно дослідити справу та прийняти кінцеве правильне рішення. Проте арбітражна судова система не має таких інстанцій, існує лише перша арбітражна інстанція, яка повинна повноцінно дослідити обставини справи та винести обґрунтоване рішення з першого разу, щоб у учасників справи не було підстав для звернення до національного суду з мотивів скасування такого рішення. Відсутність вищих інстанцій в арбітражному процесі пояснюється навмисно закладеним принципом якісного розгляду справ, що додає неабиякої привабливості такому інституту.

Процедура призначення і судді, й арбітра має схожу природу, адже обидва призначаються на кожну справу індивідуально.

Призначення судді або колегії суддів для розгляду конкретної справи здійснюється автоматизованою системою документообігу суду під час реєстрації відповідних документів, а також в інших випадках визначення складу суду на будь-якій стадії судового процесу, за принципом випадковості та в хронологічному порядку надходження справ (Закон України Про судоустрій і статус суддівсуддів, 2016).

На відміну від цього, в сфері міжнародного комерційного арбітражу сторони можуть на власний розсуд узгодити процедуру призначення арбітра чи арбітрів (Закон України Про міжнародний комерційний арбітраж, 1994). Як правило, у такому випадку, сторони зазначають у договорі кількість суддів яких необхідно залучити до справи, а коли виникає спір, сторони передають його на розгляд до арбітражної судової установи і там зі списку рекомендованих арбітрів сторони вправі узгодити арбітра чи арбітрів за власним бажанням.

При розгляді справ, судді і арбітри обмежені різними часовими проміжками. Наприклад, національні судді зобов'язані розглянути спір строком, у середньому, від 1 до 2 місяців, у той час, як арбітри, можуть розглядати спір, у середньому, від 3 до 12 місяців. Тож, арбітри є більш

обізнані в суті спору і тому, на відміну від суддів, виносять більш правомірне рішення.

Коли принцип незалежності судді або арбітра ставиться під сумнів застосується відвід. Процес відводу в обох випадках має майже однаковий характер, адже він повинен бути заявлений письмово, вмотивовано та обґрунтовано для подальшого вирішення цього питання апаратом суду або апаратом арбітражної установи. У такому випадку забезпечується збереження вищезгаданого принципу.

Таким чином, судова і арбітражна система розвивались в різні періоди та за різних обставин, однак метою обох систем є дотримання принципу незалежності у роботі як суддів, так і арбітрів. Враховуючи зазначене, арбітри у міжнародних комерційних арбітражних судах мають хоч і незначне, проте більш ефективніше забезпечення відповідного принципу з огляду на впровадження першої, та єдиної інстанції розгляду спорів, особливу процедуру призначення арбітра, більше часу для безпосереднього розгляду справи, а також можливість відводу суду.

ЛІТЕРАТУРА

Фурсов Д.А., Харламова И.В. (Ред.). (2009). Теория правосудия в кратком трехтомном изложении по гражданским делам. Том первый: Теория и практика организации правосудия. Москва: Статут.

Про судоустрій та статус суддів. № 1402-VIII § розд. I ст. 15. (2016).

Про міжнародний комерційний арбітраж. № 4002-XII § розд. III ст. 11. (1994).

КОЛІЗІЇ ЗАКОНОДАВЧОГО РЕГУЛЮВАННЯ ВІДНОСИН У СФЕРІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Лало Г.С.

Київський національний лінгвістичний університет

Всім відомо, що чітке регулювання права інтелектуальної власності та забезпечення його реалізації, є одним із найголовніших показників демократичного розвитку країни. Однак, на жаль, в національному законодавстві ми стикаємось із багатьма колізіями у сфері забезпечення права інтелектуальної власності. Наша мета дослідження – розглянути певні колізії у частині позитивного правового регулювання охорони та захисту окремих об'єктів права інтелектуальної власності, що неналежним чином врегульовані законодавством.

Розглянемо одну з колізій на прикладі такого об'єкту, як науковий твір (дисертація, стаття, курсова робота і т.п). Фактично можемо дійти висновку, що вони не можуть бути захищеними нормами авторського права, оскільки, відповідно до ч. 3 ст. 8 ЗУ “Про авторське право і суміжні права” (Про авторське право і суміжні права. № 3792-XII. ст. 8. 1993), авторське право захищає лише форму вираження твору. Але не її зміст. Хоча, з практичної та прагматичної точок зору, з досліджень багатьох вітчизняних науковців: Ю.Л.Бошицького,

Ю.М.Капіци, О.Кохановської, Н.С.Кузнецової, О.А.Підпригори, О.І.Харитонової та багатьох інших дослідників, – саме зміст у такому творі становить основне творче інтелектуальне надбання автора. Адже на сьогоднішній день ми не раз стикаємось з таким звичним для нас всіх явищем, як перефразування будь-якої статті, монографії, курсової, дипломної роботи тощо, – і вільне безкоштовне їх використання. Окрім того, багато хто навіть присвоює собі певні ідеї, висновки, концепції, вказуючи себе безпосереднім їх автором. Хоча, з іншого боку, кожен з нас розуміє, що обов'язкове ознайомлення з усім арсеналом праць у цій сфері було б не просто неправильним, але й нереальним.

На наш погляд, рішенням цієї колізії може стати встановлення права автора на пріоритет наукової думки, тобто, якщо в якомусь науковому творі, який опублікований пізніше, буде зазначено, що її автор вперше виклав певні наукові ідеї, які вже були до того опубліковані іншим автором, останній має право вимагати публічного спростування такого факту автором, який їх використав, та внесення обов'язкового посилання на його роботу (це має стосуватися висновків та положень дисертацій, які виносяться на захист; висновків наукових статей тощо). Крім того, законодавством України має бути встановлена заборона на отримання дозволів видавництвами на відмову авторів від права на всі види винагород від опублікування, розповсюдження й використання наукових творів (Когут, 2015, с. 208).

Статтею 1 Закону України “Про авторське право і суміжні права” (Про авторське право і суміжні права. № 3792-ХІІ. ст. 8. 1993), дозволено використання матеріалу без згоди автора, але за умови, що буде вказане його ім'я та джерело запозичення. Звідси розуміємо, що цитування має використовуватись у всіх випадках, коли в роботі застосовуються дані, взяті зі сторонніх джерел, а не отримані або створені безпосередньо автором (Кісіль, 2013, с. 385). Хоча й всі нюанси цитування мають бути чітко прописаними, оскільки навіть використання чужого твору із зазначенням імені автора і джерела можна вважати плагіатом у широкому розумінні цього слова.

Також слід звернути увагу на постанову Кабінету Міністрів України “Про затвердження Порядку присудження наукових ступенів” (Про затвердження Порядку присудження наукових ступенів і присвоєння вченого звання старшого наукового співробітника. № 423. (2007), яка передбачає, що положення наукових робіт мають містити у собі “наукову новизну”. Тобто, ті ідеї, теорії та висновки, які зазначено в ній, не повинні були бути опубліковані кимось раніше. Відповідно потім, за допомогою антиплагіатних систем передбачена можливість визначення порушення авторських прав інших осіб. І тут ми знову стикаємось з передбаченням можливості перевірки форми вираження твору, а не змісту. Вже не кажучи, про рукописні версії творів, які технічно не підлягають перевірці у такий спосіб.

Проаналізувавши все вищевикладене, пропонуємо ввести поняття “права автора на пріоритет наукової думки”, щоб хоча б частково забезпечити захист наукових творів правом інтелектуальної власності. Отже, тоді при виявленні фактів опублікування повністю або частково чужого твору під іменем особи, яка не є автором цього твору, а також відсутності у певному творі відповідного

посилання на автора твору та джерело запозичення, відповідно будуть підстави для захисту авторських прав у судовому порядку або для звернення до правоохоронних органів та відкриття кримінального провадження.

ЛІТЕРАТУРА

- Про авторське право і суміжні права. № 3792-ХІІ. ст. 8. (1993). Взято з <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/3792-12>
- Когут Н.Д. (2015) *Прогалини та аномалії в праві інтелектуальної власності*. Часопис Київського університету права, (1), с. 208-212.
- Кісіль Н. В. (2013). *Особливості проведення експертних досліджень, пов'язаних з літературними творами наукового характеру*. Криміналістика и судебная экспертиза: Междуведомственный научно-методический сборник. Отв. ред. И. И. Емельянов. К.: Министерство юстиции Украины, Вып. 58, ч. 1, 385-390.
- Про затвердження Порядку присудження наукових ступенів і присвоєння вченого звання старшого наукового співробітника. № 423. (2007). Взято з <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/567-2013>

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ У КРАЇНАХ ЄВРОПИ

Онофрійчук В.О.

Київський національний лінгвістичний університет

Охорона прав на об'єкти творчої діяльності визнається в світі зовсім недавно в порівнянні з охороною речових прав. На сьогодні питання, що стосуються права інтелектуальної власності є одними з найбільш затребуваних у сучасному світі і забезпечення права інтелектуальної власності набуває дуже важливого значення. Країни Європи мають великий досвід захисту прав інтелектуальної власності, так як мають ефективно, дієве нормативно-правове забезпечення в цій сфері.

У країнах Європи право інтелектуальної власності дістає нормативне забезпечення в законах і підзаконних актах. Великим поштовхом в забезпеченні права інтелектуальної власності стало прийняття міжнародних договорів наприкінці ХІХ ст., коли було прийнято Паризьку конвенцію щодо охорони промислової власності (1883р.), Бернську конвенцію з охорони літературних і художніх творів (1886р.) та Мадридську угоду про міжнародну реєстрацію знаків (1891р.). Система міжнародних відносин, що склалася у світі в галузі охорони інтелектуальної власності, об'єднана в рамках Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ), створеної у 1967р. ВОІВ була заявлена як спеціалізована установа Організації Об'єднаних Націй, до функцій якої віднесено розробку нових міжнародних угод і проектів з гармонізації національних законодавств; забезпечення міжнародної реєстрації ряду об'єктів інтелектуальної власності; збір і розповсюдження технічної, наукової та іншої інформації (Кубах, 2008, с. 21). Унікальним явищем у європейській практиці

став прийнятий у 1992 році Кодекс інтелектуальної власності Франції. Прихильники нововведення зазначають, що кодекси є кращою формою систематизації норм права. Вони допомагають позбутися дублювання, пропусків і суперечностей в окремих нормах, дають змогу здійснити регламентацію економічним шляхом, що забезпечує краще застосування нормативного матеріалу, а побудова кодексу за певною логічною системою уможливорює системний підхід до законодавства (Бачарова, 2009, с. 119).

Вирішальну роль у правовому забезпеченні інтелектуальної власності в країнах Європи продовжують відігравати спеціальні закони, а саме у сфері авторського і патентного права. Про забезпечення авторських прав на законодавчому рівні вперше заговорили у Великобританії, проте лідером, який задав темп у розвитку національного права стала Німеччина. В 1965 році у Німеччині з'явився Закон "Про авторське право і суміжні права", також Закон "Про авторські товариства", Закон "Про видавничі права". А в 1988 році у Великобританії був ухвалений Закон "Про авторське право, промислові зразки і патенти" і він досі є чинним.

В наші часи через розвиток технологій у світі все більше порушується право інтелектуальної власності, так як технології онлайн дозволяють швидко поширювати незаконну продукцію. Для сучасної законодавчої практики притаманний пошук вирішення проблем саме пов'язаних з розвитком цифрових технологій, а саме протидія порушенню прав інтелектуальної власності у просторах інтернету. На сьогодні постає проблематика в тому, як одночасно посилити правову охорону в інтересах правовласників і сприяти доступу до інтелектуальних продуктів користувачам. Проте, світ не стоїть на місці і в 2017 році Європейська комісія представила в Брюсселі нові заходи щодо забезпечення захисту права інтелектуальної власності, щоб стимулювати європейські підприємства, особливо малі, середні і стартапи, до інвестицій в інновації та творчість. Серед запропонованих нових заходів Єврокомісія називає інтенсифікацію боротьби проти контрафактної та піратської продукції, зокрема, шляхом забезпечення однакового рівня захисту та ідентичних правил, які гарантують юридичну безпеку у всьому Євросоюзі. Так ми наглядно бачимо, що одним з факторів розвитку законодавчої бази країн Європи є правотворча діяльність Європейського Союзу. А саме, законодавство стрімко розвивається у сфері інтелектуальної власності у зв'язку з міжнародною співпрацею.

Отже, враховуючи вищевикладене право інтелектуальної власності завжди знаходиться у розвитку і вдосконаленні. На це впливають ряд позитивних факторів, важливим є те, що держави відкриті для співпраці з питань забезпечення і захисту права інтелектуальної власності. В наш час, Європейський Союз встановлює напрям на посилення охорони прав інтелектуальної власності за допомогою гармонізації законодавства країн-членів ЄС та введення охоронних документів для різних об'єктів інтелектуальної власності. Правове регулювання відносин інтелектуальної власності в ЄС становить на меті забезпечити високий рівень охорони прав, оскільки вони є правовою основою для захисту результатів творчої діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

Кубах А. І. (2008). Право інтелектуальної власності: навчальний посібник. Харків: ХНАМГ.

Бачарова Н. В. (2009). Законодавче забезпечення права інтелектуальної власності в країнах Європи (порівняльно-правовий аналіз). Порівняльно-правові дослідження, (2), 118-123.

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

Салатко Б. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Західне правове поле представлено переважно двома правовими сім'ями: англо-американською (англо-саксонською) та романо-германською (континентальною). Це обумовлено особливостями національних правових систем відповідних країн, які відносять до даних сімей, як Німеччина, Франція – представники континентальної правової сім'ї, та США, Великої Британії – представників англо-саксонської правової сім'ї. На нашу думку, на фоні даного розподілу можна набагато краще з'ясувати стан правового регулювання господарської діяльності, виходячи зі дослідження, часткового висвітлення подібностей і відмінностей між загально-правовими тенденціями, законодавчими особливостями відповідних членів правових сімей.

Основою державного регулювання господарською діяльністю в зарубіжних країнах є законодавство, яке постійно змінюється і доповнюється у зв'язку з динамікою господарської діяльності, регулюванню підлягають майже всі елементи цієї діяльності, від її суб'єктів до антимонопольно-конкурентної сфери.

Правові норми регулюють порядок створення і діяльності індивідуальних і колективних суб'єктів господарювання, порядок ведення бухгалтерських операцій і фінансової звітності, складання і публікації балансів, ведення торгових книг, проголошення банкрутства, торгіву юрисдикцію тощо (Джерела правового регулювання підприємницької діяльності зарубіжних країн). Склад господарського законодавства неоднорідний. Головне значення в ньому надається нормативним актам рівня законів. Але кількісно вони поступаються підзаконним нормативним актам. Пояснити таке положення можна динамікою процесів, які мають місце в економіці, а від так і в сфері господарюванні. Що характерно, значні кодифіковані акти мають значення в першу чергу загального права, яке покликане встановити основні шаблони, засади та моделі господарювання та господарських відносин (Мамутов, 1996). Головне, за практичною цінністю місце посідають численні підзаконні акти, офіційні тлумачення, що видаються, аби забезпечити ефективне та актуальне правове поле для ведення господарської діяльності. В подальшому ці підзаконні акти інкорпорується до кодексів, законів і так далі, набуваючи більш загального, проте базисного характеру, а можуть формувати та поглиблювати окремі сфери господарювання. Прикладом може слугувати спеціальне законодавство, яке

визначає правове положення суб'єктів господарювання у Німеччині – Німецьке торгове укладення і Закон про акціонерні товариства, у Франції – Комерційний кодекс 2000 р., в Англії Закон про компанії від 11.03.85 р., у США правове положення корпорацій регулюється законодавством окремих штатів, зокрема Законом про підприємницькі корпорації і Загальним законом про корпорацію штату Делавер 1967 р., Законом про підприємницькі корпорації штату Нью-Йорк 1963 р. і Загальному законі про корпорації штату Каліфорнії 1977 р. (Господарське право зарубіжних країн).

Уваги також заслуговує і особливість прецедентного права країн англо-саксонської правової сім'ї. Країни континентальної правової сім'ї розвивають своє господарське законодавство виходячи з певної державної політики (переважно не цілком об'єктивної), планування розвитку економіки на основі аналізу актуального стану суспільних відносин, у тому числі нових викликів відносин господарювання. Натомість країни англо-американської правової сім'ї за істотне джерело законотворення мають судовий прецедент, тобто, фактично, рішення судів щодо конкретних справ. Їхня правозастосовча практика, маючи офіційну обов'язкову силу і якнайсильніше впливаючи на юридичну практику, в подальшому отримує законодавче закріплення. Це є очевидною перевагою даної правової сім'ї над континентальною, особливо якщо враховувати звичаї, як правила поведінки, що склалися в господарській практиці, застосовуються найчастіше через невідповідність нормативних актів вимогам сьогоденного підприємництва, у торговому праві звичаї відображають повсякденну практику, яка вважається нормою в господарській діяльності. Суд розглядає загальновідомі правила поведінки в певній сфері ділового життя в якості складової частини укладеного контракту. Багато торгових звичаїв перетворюються поступово в норми прецедентного права (Шимон, 2004).

Можна зробити висновок, що правове регулювання господарської діяльності в зарубіжних країнах багато в чому залежить від особливостей законотворення та правозастосування, які виникають, як ми побачили, між різними правовими сім'ями. Ефективність такого регулювання відчутно залежить від актуальності нормативної бази викликам сучасного господарювання, а також від повноти та відповідності правової сфери господарських відносин, врахування звичаєвих норм взаємовідносин суб'єктів господарської діяльності. У даному аспекті, як показує наше дослідження, перевагу має правова система країн англо-американської правової сім'ї, оскільки здатна більш вчасно та доцільно адаптуватися до господарських правовідносин, що увесь час розвиваються.

ЛІТЕРАТУРА

Джерела правового регулювання підприємницької діяльності зарубіжних країн.

Взято з: <http://um.co.ua/3/3-2/3-27732.html>.

Мамутов В. (1996) *Господарче право зарубіжних країн*: Підручник для студ. юрид. спец. вищ. навч. закладів. Міжнародний фонд "Відродження". Київ: Ділова Україна.

Господарське право зарубіжних країн Взято з: http://e-works.com.ua/work/98_Gospodarske_pravo_zarybijnih_krain.html.

Шимон С.І. (2004). *Цивільне та торгове право зарубіжних країн: Навчальний посібник (Курс лекцій)*. Київ: КНЕУ.

ПЕРСПЕКТИВИ ПРАВОВОГО ВРЕГУЛЮВАННЯ ОБІГУ КРИПТОВАЛЮТИ В УКРАЇНІ

Шибанова М.-Т.Я

Київський національний лінгвістичний університет

Криптовалюта є сферою підвищеного технологічного, інвестиційного та фінансово-правового інтересу у світі. За даними Cryptocurrency Market Capitalizations, існує понад 2000 видів криптовалюти, станом на початок 2018 року, і їх кількість постійно збільшується.

Найбільш популярними є Ethereum, Dash, Bitcoin Cash, Litecoin. Проте найпопулярнішим вже протягом тривалого часу залишається Bitcoin, стрімкий ріст у ціні якого (за 2017 рік від 1000\$ до 20600\$), змусив заговорити про нього на міжнародному рівні. Деякі країни навіть визнали біткоїн валютою. Так, наприклад, у Швейцарії ще від 2013 року біткоїни розглядають як іноземну валюту. Криптовалюта в Японії з квітня 2017 року офіційно стала платіжним засобом з прийняттям відповідного закону. За Висновком експертного управління (2018), фінансові регулятори Сполучених Штатів Америки (США), Сінгапуру, Канади виступили із заявами, в яких стверджується про доцільність сприймати різні види криптовалюти як цінні папери. Окремі країни, наприклад як Китай, фактично забороняють проведення операцій чи максимально обмежують проведення операцій з біткоїнами.

Головною ж проблемою, яка постала перед міжнародними фінансовими організаціями та керівництвом окремих країн залишається питання контролю за обігом криптовалюти, адже неконтрольовано – вона створює великий простір для розвитку тіньової економіки та відкриває великі можливості для шахраїв, дії яких неможливо буде класифікувати, а тому і покарати зловмисників, за відсутності відповідного законодавства у країні. На думку голови МВФ Крістін Лагард в сфері криптовалюти не можна обійтися без нагляду і міжнародного регулювання. За словами Лагард, в операціях з криптовалютою є багато темних плям, тому МВФ прагне запобігти їх використанню для «відмивання» грошей і фінансування тероризму.

Виходячи з вищезазначеного постає важливе питання як для економіки, так і для суспільства, щодо регулювання та створення правової основи для стимулювання розвитку криптовалюти на державному рівні. У зв'язку з підвищенням інтересу до криптовалюти в жовтні 2017 року у Верховній Раді України було зареєстровано два законопроекти, які претендують на регулювання ринку криптовалюти: про обіг криптовалюти в Україні (№7138) та про стимулювання ринку криптовалют та їхніх похідних в Україні (№7183-1).

Метою законопроекту № 7183 (2017) є надання офіційного статусу криптовалюти, регулювання правовідносин щодо її обігу, зберігання, володіння, використання та проведення криптовалютних операцій в Україні, зазначено в пояснювальній записці до проекту. Цей законопроект визначає правовий статус криптовалюти та правові засади організації та діяльності суб'єктів криптовалютних транзакцій (в тому числі криптовалютних бірж), також авторами законопроекту визначено, що державне управління в сфері обігу криптовалюти здійснюється Національним Банком України (ст. 3).

Другий законопроект дає інше визначення криптовалюти, що є суперечливим відносно першого законопроекту. В статті 9 проекту, мова йде про формування і реалізацію програм стимулювання діяльності з видобування криптовалют та фінансову підтримку виконання інноваційних проектів у галузі майнінгу криптовалют, в тому числі через тарифне регулювання цін на електроенергію та інші ресурси для таких суб'єктів. Проектом Закону передбачається введення 2% збору на обов'язкове державне пенсійне страхування з кожної криптообмінної операції, що призведе до додаткових надходжень до Пенсійного фонду України та зменшить фінансування його дефіциту з Державного бюджету України. Проектом 7183-1 (2017) пропонується – за порушення законодавства у сфері провадження діяльності з надання фінансових послуг на ринку криптовалюти посадові особи суб'єктів господарювання несуть адміністративну та кримінальну відповідальність, передбачену законодавством (ч.2 ст.22). Однак у відповідному законодавстві України такі норми відсутні і експерти вважають більш доцільним вирішувати цивільно-правовими методами з відшкодуванням майнової та моральної шкоди власнику майна, як це передбачено у главі 3 Цивільного кодексу України. Також, відповідно до висновку Головного науково-експертного управління (2018) було б доцільним отримати щодо проекту експертний висновок Національного банку України, оскільки на Національний банк України покладено здійснення валютної політики в Україні.

Проаналізувавши думки експертів, можна зробити висновок, що на даний час Україна не поспішає закріплювати статус криптовалюти на офіційному рівні. Причин може бути декілька. На нашу думку, перша і найголовніша це значна недосконалість законопроектів, неповнота застосовуваної термінології та в якомусь сенсі нерозуміння того, що саме необхідно регулювати. По друге, не можна не звернути увагу на той факт, що з початку 2018 року Bitcoin значно впав у ціні (до 8 тисяч доларів), що вплинуло на думку експертів які поспішили визначити – чи потрібно взагалі регулювати те, що може «не дожити» навіть до наступного року. Тому підсумовуючи, зазначаємо, що в перспективі питання обігу криптовалюти в Україні буде врегульовано лише в тому випадку, якщо даній валюті буде надано статус офіційної на міжнародному рівні.

ЛІТЕРАТУРА

Висновок Головного експертного управління (2018, Лютий 02) Взято з:
http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=62710

Проект Закону про обіг криптовалюти в Україні № 7183 (2017, Жовтень 06)

Взято з: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=62684

Проект Закону про стимулювання ринку криптовалют та їх похідних в Україні

№ 7183-1 (2017, Жовтень 10) Взято з:

http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=62710

КРИМІНОЛОГІЧНА ВІКТИМОЛОГІЯ НЕКОРИСЛИВИХ НАСИЛЬНИЦЬКИХ ЗЛОЧИНІВ

Шумбар Д.А.

Київський національний лінгвістичний університет

За останній рік рівень злочинності в Україні зменшився на 17%, згідно зі словами першого заступника голови Міністерства внутрішніх справ України, проте цей рівень є високим у порівнянні з іншими країнами Європейського Союзу (База даних “Міністерство внутрішніх справ України”, 2018). Зрозуміло, що для подальшого зменшення, необхідне всебічне дослідження не тільки злочинців, але і жертв злочину. І саме кримінологічна віктимологія є вченням про жертву злочину та її характеристики, якості та властивості; систему причин індивідуальної та групової віктимності, віктимної поведінки жертви злочину, а також систему заходів віктимологічної профілактики на загальному, спеціальному та індивідуальному рівнях.

Некорисливі насильницькі злочини (або просто насильницькі) за свою мету мають саме насильство. Мотивами цих злочинів можуть бути помста, ревності, заздрість, хуліганські спонування, гіпертрофований статевий інстинкт, садистські нахили. Але завжди в основі механізму злочинної поведінки виявляється агресивно-зневажливе, цинічне ставлення до особи, її життя, фізичного і психічного здоров'я, честі й гідності. Злочинне діяння може бути спрямоване як на конкретну особу, так і на невизначене коло осіб (Александров, Гель, Семаков, 2018).

Останнім часом у світі з'явилась тенденція до групових насильницьких злочинів, що мають характерну мотивацію. Насамперед це вандалізм, що пов'язаний з актами агресії. Така поведінка виявляється, зокрема, у руйнуванні обладнання в культурних і спортивних установах, підпалюванні будинків, пограбуванні автомобілів, битті вітрин, знущанні над людьми (Малышев, 2002, с. 210).

При дослідженні особи і поведінки потерпілого в час, що передував правопорушенню, необхідно визначити час правопорушення, з'ясувати професію потерпілого, посаду, дати соціально-демографічну характеристику. Певна категорія осіб у зв'язку з виконанням своїх професійних обов'язків інколи вимушена (може) вступати в конфліктні стосунки з громадянами. Найпоширенішим видом поведінки, яка призвела до злочину, є провокаційні дії відносно особи, яка вчинила злочин, або щодо інших. Кримінологія під провокацією розуміє неналежну поведінку жертви, яка призвела до відповідної реакції особи, яка вчинила злочин. Така поведінка завжди пов'язана через

причино-наслідковий зв'язок із протиправною поведінкою особи. Для кримінологічної віктимології не важливо, чи розуміла жертва наслідки своїх дій, чи передбачала до чого можуть призвести його дії або ні.

До структури особи потерпілого входять: 1) соціально-демографічні якості (стать, вік, освіта, сімейний стан тощо); 2) кримінально-правова характеристика (роль жертви в генезисі злочинної поведінки та у створенні криміногенної ситуації); 3) соціально-рольова характеристика, що містить сукупність видів діяльності особи у системі суспільних відносин як громадянина, сім'янина, члена трудового колективу тощо; 4) морально-психологічна характеристика, що показує ставлення особи до соціальних цінностей і соціальних функцій, які вона виконує. Вона виявляється у ставленні до держави, суспільства, громадянських обов'язків, колективу, себе тощо. Сюди ж належить і кримінально-правова система особи, тому що потерпілий зазвичай з'являється у процесі застосування кримінально-правових норм (Особливості віктимізації некорисливих насильницьких злочинів, 2018).

Аналіз групи потерпілих від насильницьких злочинів, яким було завдано шкоди на ґрунті несприятливих особистісних стосунків, виникненню та розвитку конфлікту, що був спровокований поведінкою жертви, показав, що такий конфлікт: 1) мав психо-антагоністичний характер; 2) всі потерпілі мали акцентуїзовану психіку, декількох видів; 3) для кожної жертви характерно відповідний зміст виявленого акценту психіки та психологічної форми її віктимної поведінки.

Аналогічне дослідження, що було проведено стосовно потерпілих, поведінка яких не сприяла розвитку та виникненню конфлікту, а згодом і кримінальної ситуації, дозволило зробити висновок, що для таких жертв конфлікт мав реалістичний та інтерактивний характер.

Ці результати дозволили зробити висновок про те, що потенційна особистісна віктимність, яка притаманна окремій категорії осіб, пов'язана з певними типами акцентованості їх психіки і проявляється, коли конфлікт для таких осіб починає мати не тільки деструктивний, а й реалістичний та психоантагоністичний характер у вигляді поведінки, що провокує (Луняк, 2002, с. 135).

Отже, необхідно максимально використовувати захисні можливості потенційних потерпілих шляхом організації цілеспрямованої виховної роботи: фізичного, статевого виховання, навчання способам самозахисту, привиття певних якостей, а саме: рішучості, сміливості, критичності, спостережливості. Правове виховання громадян шляхом поширення інформації про необхідну оборону, допоможе їм не лише протидіяти злочинцю, а й своєчасно повідомляти правоохоронні органи про вчинені злочини або ті, що готуються.

ЛІТЕРАТУРА

У Нацполіції підбили підсумки роботи відомства за дев'ять місяців 2017 року. (2018). База даних "Міністерство внутрішніх справ України". Взято з http://mvs.gov.ua/ua/news/10672_U_Nacpolicii_pidbili_pidsumki_roboti_vidomstva_za_devyat_misyaciv_2017_roku_FOTO_VIDEO_INFOGRAFIKA.htm

- Александров Ю. В., Гель А. П., Семаков Г. С. (2018). Кримінологія: Курс лекцій. База даних "Підручники онлайн". Взято з <http://textbooks.net.ua/content/view/3670/11>
- Мальшев В. (2002). *Карьера жертвы. Популярно о виктимологии*. Донецк: Юрпрес.
- Особливості віктимізації некорисливих насильницьких злочинів. (2018). Взято з <https://studfiles.net/preview/5130707>
- Луняк М. (2002). *Насильство як правова та філософська проблема*. Право України, (7), 134-135.

ІСТОРІЯ

САН-ДЖИМІНЬЯНО ТА ЙОГО ВЕЖІ

Абарбарчук А.Л.

Київський національний лінгвістичний університет

Тосканське місто Сан-Джиміньяно знаходиться у провінції Сієна. Воно розташоване на вершині пагорбу та, як і більшість середньовічних поселень, огорожене фортечними стінами. Пагорб давав можливість контролювати прилеглі долини, тому перші поселення там виникли ще за часі етрусків. Сучасна назва з'явилась у X ст., коли, за легендою, завдяки єпископу Джиміньяно місто було врятовано від захоплення племенами варварів. У добу Середньовіччя місто стало учасником комунального руху і перетворилося на арену боротьби між гвельфами і гібелінами.

Гвельфи та гібеліни – політичні напрями Італії XII–XV ст., що виникли у зв'язку зі спробами імператорів Священної Римської імперії ствердити своє панування на Апеннінському півострові. Гвельфи об'єднували противників імперії (переважно з торгівельно-ремісничих верств), гібеліни – прихильників імператора (головним чином дворян). Боротьба цих напрямів відображала глибокі суперечності між торговельно-ремісничими верствами й феодальною знаттю. Представники цих напрямів замінювали один одного в управлінні містом, що було висвітлено у 1300 р. великим поетом Данте Аліг'єрі, який на той час перебував у місті. У XIV ст. Сан-Джиміньяно був уражений чумою, а потім неврожаєм, і це стало початком економічного та політичного занепаду міста у наступні століття (Olschki, 2010, с. 221-250).

Місто відоме саме завдяки своїм вежам, про призначення яких досі ведуться дискусії. Ймовірно, вони виконували роль оборонних споруд у безперервних війнах між ворогуючими кланами. Варто також згадати про високу ціну на землю в центрі міста, через яку доводилося будувати висотні будівлі. Втім, наявність порожнин на території міста швидше спростовує цю гіпотезу. Нарешті, прагнення підкреслити свою могутність, характерні для знаті, також можуть пояснити появу подібних архітектурних форм, що не піддаються поясненню з точки зору матеріальної та воєнної доцільності.

Виконуючи захисну функцію, вежа, таким чином, служила притулком для сімей і кланів на час небезпеки. Вважалося суворим покаранням позбавити сім'ю вежі або змусити зруйнувати її (Брис, 2008, с. 161). У 1255 р. був виданий статут, який забороняв споруджувати вежі, які б височіли над найвищою – вежею Роньйоза, яка належала муніципалітету міста і була заввишки 52 метри. Вона є також найдавнішою вежею міста (Balestracci, 2014, с. 130-132). Родини Ардінгеллі та Сальвуччі побудували тоді власні вежі, які сягали такої ж висоти, і таким чином підкреслювали власну могутність кланів.

Вежі Ардінгеллі, найвпливовішої у місті родини гібелінів, розташовані на площі Чістерна. Вони були споруджені у XIII ст., майже досягнувши висоти у 52 метри, тобто вежі Роньйоза. Вежі Сальвуччі, найлютіших ворогів-гвельфів Ардінгеллі, спочатку були також 52-метровими, проте, як і гібелінівські, за рішенням міської влади були скорочені. Вони мають квадратну основу і по боках – невеликі щілини: на першому поверсі знаходяться вузькі проходи. Отже, гра амбіцій між двома впливовими родинами закінчилася тим, що у їхніх веж були зрізані верхівки.

Наразі найвища вежа досягає 54 метри, і це вежа мера міста, відома також як вежа Гросса, побудована на початку XIV ст. Разом з вежами-близнюками родин Ардінгеллі та Сальвуччі вона відкрита для відвідування і на неї можна піднятися. З висоти споруди відкривається чудова панорама на поселення і на оточуючі його пагорби. Вежа Роньйоза, відома також як годинникова вежа, є однією з найвищих у місті та найкраще збережених. Вона знаходиться на площі біля собору. Побудована у 1200 р. з квадратною основою, вежа була власністю родини Грегорі, а згодом – Оті.

Серед найвідоміших веж Сан-Джиміньяно – Вежа диявола, розташована з північної сторони площі Чістерна, раніше відносилася до палацу Кортезі. Легенда розповідає, що власник вежі, повернувшись до Сан-Джиміньяно після довгої подорожі, вважав, що вежа стала вищою з того моменту, як він поїхав. У цьому усі побачили витівки диявола, від якого вежа отримала свою назву. Останній поверх споруди до того ж оточений виступаючими консолями, які надають Вежі диявола зловісний та потаємний вигляд, підживлюючи легенду.

Позаду арки Беччі знаходиться однойменна вежа, яка височіє над площею Чістерна і суміжною вулицею Сан Джованні. Побудована у XIII ст., вона є однією з архітектурно найпростіших веж, але так само з квадратною основою, що є характерною ознакою тосканських веж Середньовіччя, та відкритими рустами точної форми. Однією з найкрасивіших, хоча і невисоких, є вежа Кіджі, побудована у 1280 р. родиною Узеппі. Однією з особливостей вежі є ворота на першому поверсі. У Середні віки, під час міжкланової боротьби у місті, дуже важливо було забезпечитись від нічних нападів. Вхід до будинків розміщувався на першому поверсі: вдень спускалися сходи, дозволяючи жителям виходити на вулицю, а вночі – прибиралися, роблячи таким чином неможливим доступ до вежі.

Між вулицями Куерчеккьо та Сан Джованні, одразу позаду арки Беччі, знаходиться вежа Куньянезі й однойменний палац. Ці споруди формують

основну частину оборонної системи усього містечка. Споруджена у XIII ст., вежа Куньянезі – одна із найвищих веж Сан-Джиміньяно.

У добу Середньовіччя веж Сан-Джиміньяно, побудованих міськими родинами, нараховувалося 72, але вже у XVI ст. їх кількість зменшилася до 25. Зараз у місті залишилося 14 веж. Тим не менш, Сан-Джиміньяно відоме всім, як “Місто чудових веж”, і у 1990 р. ЮНЕСКО вніс його до списку Світової спадщини людства (Balestracci, 2014, с. 30, 130-132).

ЛІТЕРАТУРА

Balestracci, D. (2014). *Breve storia di San Gimignano*. Pisa: Pacini Editore.

Olschki, L. S. (2010). *San Gimignano. Fonti e documenti per la storia del Comune*. Firenze: La Casa Editrice Leo S. Olschki.

Брис, К. (2008). *История Италии*. Санкт-Петербург, Россия: Евразия.

ХРИСТИЯНСТВО ЯК ФАКТОР ПЕРВИННОГО ОБ’ЄДНАННЯ ФЕОДАЛЬНОЇ ЄВРОПИ

Барса Є.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Однією з найважливіших подій доби Середньовіччя є християнізація Європи, яка відбувалася у супроводі війн, переселень і варварських вторгнень. Християнство утвердилось як світова релігія за часів феодалізму, який призвів до змін у культурному житті суспільства, ідеологічних настроях та соціальній психології. Християнство виникло в римській провінції Юдея в I ст. н.е., однак не відразу там прижилось. Протягом трьох століть у Римській імперії тривали гоніння на християн, що розпочалися з розп’яття Ісуса Христа, які закінчились у 313 році, коли був виданий Міланський едикт і християнство стало легальним. Уже наприкінці IV ст. більшість населення Римської імперії стало християнським, і почалося навернення варварських племен, які вторглися на територію імперії (вандали, остготи, вестготи).

Люди середньовічної Європи, якби їх запитали, сказали б, що вони християни, живуть за християнської доби в християнській частині земної кулі. Але й сам християнський світ – поняття досить еластичне. Протягом багатьох століть він то збільшувався, то зменшувався, відображаючи війни з ісламом і кампанії проти поган. Після падіння Римської імперії християнський світ усвідомлював себе не тільки як релігійну громаду, а й як єдину політичну спільноту.

Велику роль у підтримці і поширенні християнства відіграло Франкське королівство, яке виникло на руїнах колишньої Римської імперії і було одним з найбільших у ранньосередньовічній Європі (у добу свого розквіту воно охоплювало всю територію Франції, Бельгії, Люксембургу, а також низку областей Голландії, Німеччини, Італії та Іспанії). Королівство було засноване представником знатного роду Меровінгів Хлодвігом I, який у 498 році першим з франкських королів прийняв християнства ортодоксального зразка, що

заклало початок християнізації Галлії. Хрещення короля і ще трьох тисяч франкських воїнів вплинуло на подальшу історію Франції: всі французькі королі згодом коронувалися від імені Господа у Реймському соборі. Більше того, хрещення Хлодвіга заклало початок взаємин між духовенством і франкською монархією. Цей крок дозволив королю отримати вплив і владу над галло-римським населенням. З цього часу офіційною мовою діловодства стала латина. Знання латини відкривало двері в світ церкви і класичної античності.

Проте династія Меровінгів у VI–VII ст. поступово втрачає вплив через міжусобиці, що позначилося і на церкві. Стан священства на франкських землях ставав все більш плачевним, тому що священники вдавалися до розпусти і безсоромності. В VIII ст. папство звернулося до франків, а не до візантійських імператорів, у пошуках захисту і підтримки від лангобардської загрози. В VIII ст. церква благословила офіційний перехід влади від Меровінгів до Каролінгів, до сім'ї Карла Мартелла, відомого переможця над мусульманами (732), і зрештою до сім'ї Карла Великого, який з часом став вважатися “батьком Європи”.

Після смерті Карла Великого ініціатива в області поширення освіти переходить до церкви. До відкриття шкіл закликають місцеві церковні собори, такі як синод у Баварії (798), собори в Шалоні (813) та Ексі (816). У ролі вчителя Європи церква залишалась єдиною організацією, що пережила численні варварські вторгнення. Як відмічає К. Доусон, варвари могли спалити дев'яносто дев'ять монастирів зі ста, вбити та вигнати монахів, але було досить одного монаха, що вижив, щоб відновити традицію.

Найбільшої могутності Франкська держава досягла за часів правління представника династії Каролінгів, короля франків (768–814) Карла I Великого, який, продовжуючи політику батька, розширював кордони Франкської держави (за його правління територія збільшилась майже вдвічі). Він виявив себе видатним державним діячем, здібним воєначальником та дипломатом. Імперія Карла Великого остаточно утвердила союз римського папства з молодим Франкським королівством, коли 25 грудня 800 року Карл був коронований папою Римським Левом II у Римі. Варварське королівство піднялося на новий щабель, завдячуючи своїм новим статусом папі. Карл Великий активно заохочував розвиток освіти, мистецтва і ремесла, що призвело до культурного розвитку, яке потім назвуть Каролінгським відродженням. Християни цієї епохи вірили, що вони закладають основи цивілізації, яка перевершить Грецію і Рим, тому що у них було те, чого не мали люди античності, – віра.

Карл не вагався правити церквою як складовою частиною своїх володінь. Після Франкфуртського собору 794 року він відкинув ухвали VII Вселенського собору. Єпископства і абатства він вважав за феодалні маєтки, які підлягають законові про державну зраду. Забороняючи єпископам устривати до битв, Карл Великий поширював Євангеліє вогнем і мечем. Чи розумів він сам Проповідь на горі – питання суперечливе. Його послуги християнству зрештою було винагороджено канонізацією. Однак не лише франкська держава підтримувала християнство. Ірландські та англійські монастирі VI–VIII ст. дали ревних проповідників християнства, що проникали в усі куточки Європи. З IX ст.

розпочалася християнізація Скандинавії. У X ст. християнство проникає і на слов'янські землі, що вже є заслугою Константинополя, а не Риму.

Християнство сприяло не лише політичному зміцненню і культурному розвитку ранньосередньовічних держав, воно надало європейським народам Європи відчуття єдності, сприяло становленню Західної Європи як єдиного історико-культурного регіону.

ЛІТЕРАТУРА

Дэвис, Н. (2005). *История Европы*. Москва, Россия: Транзиткнига.

Dawson, C. (1991). *Religion and the Rise of Western Culture*. New York: Image Books.

Woods, T. E. (2005). *How the Catholic Church Built Western Civilization*. Washington: DC, Regnery.

КУЛЬТУРА ДОХРИСТИЯНСЬКОЇ РУСІ

Божок С.В., Зайченко О.В.

Київський національний лінгвістичний університет

На рубежі VIII–IX ст. у Середній Наддніпрянщині виникло державне об'єднання, до якого увійшли племінні союзи полян, древлян, сіверян. Це об'єднання називалося Руською землею, згодом, об'єднавши інші східнослов'янські племена, утворилася держава Русь з центром у Києві. Вже від часів князя Аскольда на Русь починає проникати християнства, а після хрещення Володимира у 988 р. держава стає християнською.

Дохристиянська Русь була язичницькою. Язичництво – це не лише релігія, це світогляд, тобто цілісна система уявлень про світ і місце людини в ньому. Боги уособлювали явища природи й космос, а з часом і суспільні процеси. Є всі підстави вважати, що наприкінці I тис. слов'янське язичництво становило собою досить складну систему уявлень, міфологічних образів, котрі мали глибокі первісні коріння та пройшли шлях різних перетворень від мисливських небесних тварин, землеробських богинь родючості до патріархальних і воєнно-дружинних культів Перуна та Сварога.

В очах наших слов'янських предків переважна більшість духів ставилася до людей неоднозначно. Саме в такому вигляді переносили люди на духів свої спостереження за різноманітними природними феноменами, кожний з яких, залежно від обставин, міг то допомагати, то шкодити людям. Сонце, наприклад, могло виступати як небесним вогнем, джерелом тепла і світла, так і нещастям. Отже, слов'янам-язичникам доводилося постійно залучати на свій бік водяників, лісовиків і домовиків заради доброго врожаю, безпеки худоби, вдалих пологів тощо. На протидію добрим духам існували також і злі. До них можна віднести русалок, мавок, кікімор, які часто завдавали шкоду людям, а були й навіть більш небезпечні упирі, вампіри й вовкулаки.

Але все ж основними об'єктами поклоніння слов'ян були боги. Найвідомішими представниками слов'янського пантеону були Перун (бог грому

та блискавки), Велес (бог худоби та потойбічного світу), Сварог (бог ковальства), Дажбог (бог сонячного світла та родючості), Лада (богиня любові), Морена (богиня смерті). Говорячи про слов'янську культуру та міфологію, не можна не згадати про вплив культур інших народів, переважно скандинавів, яких на Русі називали варягами. Можна навіть порівнювати деяких богів. Наприклад, Тор – Перун, Локі – Велес (боги-трікстери), Хель – Морена, Фрейя – Лада.

Вірування і традиції були важливим елементом культури східних слов'ян. Частиною традицій були свята. Річне обрядове коло предки називали Сварожим, яке можна ототожнити із Колесом року кельтських племен – щорічним циклом свят, який свідчить про тісний зв'язок людини з природою. Прикладом можуть слугувати такі традиційні кельтські свята, як Йоль та Літа, які святкувалися у дні зимового та літнього сонцестояння. Слов'яни, відповідно, святкували у цей час Коляду та Купайла (Купала). Можна прослідкувати схожість традицій: на Літу, як і на Купайла, люди стрибали через багаття та купалися у річках.

До вищої духовної касты, яка користувалася авторитетом князів і пошаною всього народу, належали жерці, волхви, мольфари. Були волхви-мудреці, яких вшановували й обожнювали навіть після смерті. Кожне плем'я чи поселення мало свого волхва. Очоловав усіх головний волхв чи жрець, який був близький до князя. Жерці, котрі здійснювали обряди богослужіння й жертвоприношення, пильно стежили за тим, щоб вироблені протягом віків ритуали виконувалися за всіма правилами.

Стародавні слов'яни-язичники споруджували святилища залежно від місцевості – на пагорбах, біля лісу, джерела, на болоті. Святилища огорожували валом і ровом, в яких горіли ритуальні вогні, а в центрі стояв ідол. Святилища обслуговували великі регіони, можливо, окремі племена. Цінним пам'ятником традиційної руської віри є Бушівське святилище, відкрите в Ямпільському районі на Вінниччині у 1884 р. Його цінність у тому, що тут розшифровані написи, вирізьблені на вапнякових брилах. Це імена богів Перуна, Хорса та князів Олега та Ігоря, а також ім'я жерця. Вважають, що написи зроблені абеткою, близькою до глаголиці, але дуже індивідуальним почерком.

Популярним у Київській Русі було музичне мистецтво. Арабські, візантійські, скандинавські автори розповідали, що у східних слов'ян у давні часи були різноманітні музичні інструменти – гудки, свірелі-сопелі, гуслі, бубни, флейти тощо. Відомими виконавцями танців, пісень були скоморохи. Також далеко за межами Київської Русі – в Скандинавії, Болгарії, Візантії – славилися витвори давньослов'янських майстрів – браслети, каблучки, намиста.

Після хрещення Русі у 988 р. язичництво було заборонене. Але воно не зникло назавжди, оскільки переродилося у неоязичництво. Отже, духовна культура дохристиянської Русі не була примітивною, як іноді стверджують богослови. Вона відбивала специфічні риси своєї епохи і пізніше чимало її досягнень були запозичені християнством: рукоділля, витвори декоративного мистецтва, елементи архітектури, старі орнаменти в книгах тощо. Навіть деякі обряди, заклинання, свята з язичницької релігії перейшли до християнства, як усім відома традиція гадання на Андрія.

ЛІТЕРАТУРА

- Гаврилов, Д.А. (2006). НордХейм: Курс сравнительной мифологии древних германцев и славян. Москва: Социально-политическая мысль.
- Гаврилов, Д.А, Наговицын, А.Е. (2002). Боги славян. Язычество. Традиция. Москва: Рефл-Бук.
- Терещенко, Ю. І. (1996). Україна і європейський світ: Нариси історії від утворення Старокиївської держави до кінця XVI ст. Київ: Перун.

АСПЕКТИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ НІМЕЧЧИНИ XX – XXI СТОЛІТТЯ

Ващук Ю.А.

Київський національний лінгвістичний університет

Сучасна держава слугує свого роду відображенням змін, що відбуваються в інтересах суспільства в цілому та людини (Мільчарек, 2008, с. 13-15). До її соціальних функцій належить боротьба з монополізмом, контроль за концентрацією власності в тому числі в ЗМІ та телекомунікаційному бізнесі. Держава повинна юридично і технологічно забезпечувати права на доступ до інформації і інформаційних ресурсів для своїх громадян та здійснювати охорону персональних даних, гарантувати свободу слова, сприяти розвитку багатонаціональної культури. Крім того, до важливих державних завдань належить протистояти інформаційно-культурній експансії інших країн (Мільчарек, 2008, с. 77), проведення послідовної інформаційної політики та розширення використання інформаційних та телекомунікаційних технологій для проведення діалогу влади і громадян (Макаренко, 2000, с. 33-42).

Однією з умов ефективної реалізації державою цих основних напрямків інформаційної політики є розробка та ухвалення відповідних стратегічних документів.

Власну інформаційну політику впроваджують більшість держав світу, проте існують певні відмінності, що пов'язані з поставленими завданнями, рівнем зацікавленості конкретної країни в інтеграції до глобальної системи комунікації, від історичних чинників, політичного та економічного розвитку, наявних фінансових і матеріальних ресурсів (Technology Observatory, 2000).

Становлення та розвиток інформаційної політики Німеччини бере початок з 1945–1949 рр., коли були створенні радіостанції зі складною системою управління, запозиченою у британських компаній, що повинно було забезпечити демократичний розвиток німецьких ЗМІ.

В подальшому при появі змін в політичній та економічній сфері були розроблені принципи правового регулювання інформаційної діяльності німецького суспільства.

1970–1977 рр. характеризуються впровадженням інформаційних технологій у різні сфери діяльності суспільства, прийнята програма I&D – Program забезпечувала доступ широкій громадськості до інформаційних

систем, накопичення наукових знань, що сприяло підвищенню якості соціального стану.

Політичні тенденції з розширення міжнародних комунікацій та зростання попиту щодо сегментованої інформації відповідно до сфер життєдіяльності призвели до акцентування інформаційної політики Федерального уряду на ринки інформаційних ресурсів, бізнесу, посиленні міжнародних позицій Німеччини та впровадженні новітніх технологій програма (“Fash informations program” 1985).

Федеральний закон про телекомунікації (1991) вводить обмеження щодо поширення інформації забороненого змісту, а закон про Інтернет (1997) крім певних інформаційних обмежень вводить відповідальність за поширення недозволених матеріалів та правила конфіденційності персональних даних тощо.

Фінансові аспекти впровадження інформаційних технологій та поширення інформації в умовах ринкового суспільства.

Програма “Федеральна підтримка нових комунікацій та інформаційних технологій” (1994), в якій визначено механізми контролю фінансування нових напрямків діяльності установ і приватних підприємств.

Крім вирішення нагальних питань інформаційна політика покликана розробляти напрямки розвитку на майбутнє.

Так створення інформаційної економіки, управління, розвиток державного і приватного бізнесу, та посилення відповідальності земель за зміст інформації передбачає програма “Info-2000: (Germany’s Way to the Information Society) – німецький шлях до інформаційного суспільства” (1996) (Technology Observatory, 1996, с. 31).

Таким чином, Федеральний уряд Німеччини проводить виважену роботу по забезпеченню соціально-правової інформаційної політики.

Провідну роль в інформаційній політиці відіграють ЗМІ.

На сьогоднішній день система німецьких аудіовізуальних ЗМІ є “дуальною”, тобто має дві форми власності на телемедіа: суспільно-правову (запозичена у британської BBC) та приватну. Суспільно-правове віщання було єдиним віщанням на території ФРН до кінця 1980-х років, коли в законодавство були внесені зміни, що дозволили створювати приватні радіо – і телекомпанії (Thorein, 1997).

Німецька суспільно-правова телерадіокомпанія ARD (Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland – Робоча співдружність суспільно-правових телерадіокомпаній Федеральної Республіки Німеччина), яка є децентралізованою структурою (співдружністю місцевих компаній) є найкрупнішою телерадіокомпанією Європи (Ulfkotte, 2014).

Інформаційні системи та інформаційна політика держави формується під впливом історичних чинників, з одного боку, та забезпечують соціальну спрямованість, національну ідентичність, слугують основою для подальшого розвитку інформаційного суспільства.

ЛІТЕРАТУРА

Мільчарек Д. (2008). *Європейський Союз та його місце в сучасному світі*. Львів: Інформація. Поступ. Перспективи.

- Макаренко Є.А. (2000). *Європейська інформаційна політика: монографія*. Київ: Наша культура і наука.
- European Information Technology Observatory. (2000). *The new edition of the European Information Technology Observatory*. Frankfurt: EITO.
- Deutschland, Bundesministerium für Wirtschaft (1996). *Info 2000 – Deutschlands Weg in die Informationsgesellschaft*. Bonn: Dt. Bundestag.
- Thorein T. (1997). *Telekommunikationspolitik in Deutschland: Liberalisierung und Reregulierung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Ulfkotte U. (2014). *Gekaufte Journalisten. Wie Politiker, Geheimdienste und Hochfinanz Deutschlands Massenmedien lenken*. Rottenburg: KOPP.

ВІДГОМІН ВОЛИНСЬКОЇ ТРАГЕДІЇ: ПОШУКИ ПОРОЗУМІННЯ ЧИ ВІДНОВЛЕННЯ ПРОТИСТОЯННЯ

Вербич О.С.

Київський національний лінгвістичний університет

Сьогодні в Україні активізувалася дискусія про трагічні події на Волині 1943 року. З огляду на це варто все-таки зрозуміти, що ж саме там відбулося, і чи доречно називати українсько-польське протистояння трагедією, чи таки визнати, що це було не що інше, як різанина. І чому так бурхливо на цю подію так реагують наші західні сусіди?

Волинська трагедія – один із найкривавіших епізодів українсько-польського конфлікту часів Другої світової війни. Це – міжетнічна драма, зрежисована Українською Повстанською Армією (УПА) та польською Армією Крайовою (АК) за участі польських батальйонів шуцманшафту та радянських партизанів на Волині. У польській історіографії ці події переважно трактують лише як антипольську акцію УПА, в українській – наголошують на мотивах, що спонукали УПА до проведення такої акції, а також зауважують, що основними були “дії у відповідь” проти терору населення України загонами АК.

Щодо причин конфлікту думки польських та українських істориків розділилися. Директор Інституту національної пам’яті Володимир В’ятрович вважає, що коріння Волинської трагедії тягнуться від війни за Львів у 1918 р. та перебування земель Західної Волині та Східної Галичини в складі Польщі. Поляки всіляко обмежували права українців: забороняли мову, зокрема в школах та офіційних установах, масово змушували українців відрікатися від православ’я, нищили храми, вбивали священників (лише в 1938 р. на територіях Холмщини та Підляшшя було зруйновано понад 150 українських церков).

Натомість польські історики твердять, що основним організатором та виконавцем етнічних чисток на Волині є місцева УПА. Їжегож Мотика, зокрема, звинувачує провідника волинської ОУН(б) Дмитра Клячківського (“Клима Савура”), військового референта ОУН(б) Василя Івахова (“Сома”) та Івана Литвинчука (“Дубового”). Однак українські дослідники вказують на те, що реальних документів, які б доводили провину цих осіб немає.

Спочатку дії українських повстанців були спрямовані проти польських співробітників німецької адміністрації, які працювали в службах охорони лісів, шляхів сполучень та держмаєтків (лігеншафтів). Поступово вони почали поширюватись і на польських селян. Із лютого 1943 р. антипольські акції охопили східні повіти довоєнного Волинського воєводства – Сарненський, Костопільський, Рівненський та Здолбунівський. Антипольські дії УПА підтримувала значна частина місцевих українців. Безсумнівно, саме підтримка УПА цивільним українським населенням, озброєним косами, вилами, сокирами, ножами, і надала вбивствам поляків на Волині масовості та особливо жорстокого характеру. Про винищення цивільного польського населення свідчать численні звіти виконавчих референтів Служби безпеки ОУН(б), які містяться в Центральному державному архіві найвищих органів влади й управління України в Києві, Державному архіві Рівненської області тощо. Водночас польська поліція, якою німецька влада замінила українську, брала участь в антиукраїнських пацифікаційних заходах, сприяла примусовому вивезенню української молоді на роботу в Німеччину, проводила “відплатні” акції (за деякими свідченнями, часто за кожне спалене повстанцями польське село польська поліція знищувала п'ять і деколи навіть більше українських сіл).

Командування АК Волинського округу, аби протидіяти УПА, почало створювати власні партизанські загони, а також спрямовувала офіцерів і рядових бійців кадрового складу АК організувати в польських поселеннях бази самооборони. Упродовж 1943 р. на території Волині постало понад 100 польських осередків самооборони. Найпотужніші серед них – Гута-Степанська і Стара Гута на Костопільщині, Панська Долина на Дубенщині, Засмики на Ковельщині, Білин на Володимирщині та інші. Одне з найдискусійніших питань, пов'язаних із вказаними подіями, – кількість жертв. Українські і польські історики наводять різні цифри. Зокрема, за українськими дослідженнями, кількість загиблих українців сягає 21–24 тис. осіб (лише на території Рівненщини було понад 10 тис. жертв).

Ось уже десятки років поляки всіляко намагаються звинуватити українців у Волинській трагедії. Водночас, за свідченням українських, польських, радянських, німецьких офіційних документів, поляки проводили не лише захисні дії, але й наступальні. Основною метою обох сторін протистояння було встановлення контролю над територією.

У 2003 р., коли Україна і Польща відзначали 60-у річницю трагічних подій на Волині, парламенти та президенти двох країн ухвалили документи, які назвали “історичними”, і які можна було вважати спільним знаменником на шляху до порозуміння між українським та польським народами. Але пізніше в Сеймі Польщі зареєстрували аж три законопроекти, звинувативши українців в “етнічних чистках і геноциді”, а 26 січня 2018 р. польський парламент ухвалив законопроект про заборону пропаганди так званої “бандерівської ідеології”. За заперечення “злочинів бандерівців” передбачено штраф або позбавлення волі на строк до 3 років. На жаль, питання про українсько-польське протистояння вийшло за межі історичних досліджень і стало предметом спекуляції політиків.

Чи приведе це до порозуміння, встановлення причин тих подій, запобігання повторенню подібних явищ у майбутньому?!

ЛІТЕРАТУРА

- В'ятрович, В.М. (2016). *За лапшунками "Волині-43". Невідома польсько-українська війна*. Харків : Книжковий клуб "Клуб Сімейного Дозвілля".
- Ковалевський, З. (1991). Польська демократична громадськість мусить знати правду про Українську Повстанчу Армію. *Україна. Наука і культура* (Вип. 25). Київ: Знання.
- Motyka G. (2000). Problematyka stosunków polsko-ukraińskich w latach 1939–1948 w polskiej historiografii po roku 1989. *Historycy polscy i ukraińcy wobec problemów XX wieku. Pod redakcją P. Kosiewskiego i G. Motyki*. Kraków.

КОЛЕКТИВІЗАЦІЯ В УКРАЇНІ – ЯК ЦЕ БУЛО

Войтенко І.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Зі здобуттям Україною незалежності стало можливим об'єктивно вивчити радянський період в історії України. Насильницька колективізація, що спричинила ліквідацію справжніх господарів землі – найжахливіша сторінка в історії, масштабна соціально-гуманітарна катастрофа українського народу та вітчизняної культури. Ці жахливі події замовчувалися або фальсифікувалися радянською владою, адже могли спричинити у громадян сумніви щодо ефективності соціалістичного будівництва.

Взявши курс на оновлення промисловості країни, радянське керівництво зіштовхнулося з наступними проблемами: сировина, кошти і робоча сила для розвитку індустрії. Головним джерелом цього було селянство, як найбільший за кількістю прошарок населення. Пропоновані державою ціни становили лише 1/8 ринкових, тому селяни відмовлялися продавати свій товар.

У 1927 р. XV з'їзд ВКП(б) прийняв рішення про повільний, поступовий, добровільний процес кооперації. Після поїздки Сталіна до Сибіру в лютому 1928 р. був уведений надзвичайний захід під час заготівлі хліба, який будувався на принципі "самообкладання", за допомогою якого села фактично ділились за майновою ознакою. Розгорнулася масштабна пропагандистська кампанія. Гасло "суцільної колективізації" стало центральним в діяльності органів державного і партійного управління.

Щоб залякати селянство, починається, за виразом Сталіна "ліквідація куркульства як класу". Але в колгоспи не мали бажання вступати середняки (пізніше також названі куркулі) та бідняки(підкуркульники). Тих, хто чинив опір колективізації, чекав розстріл, вивіз до таборів або конфіскація власності і виселення всієї сім'ї з будинку (Білоцерківський, 2007, с. 256).

Був змінений вектор залежності: не держава повинна залежати від свавілля селянства, а об'єднані господарства – від влади. Перехід до політики суцільної

колективізації став рушієм для насильницьких дій, спрямованих на входження селян до колгоспу.

Перша хвиля розкуркулення відбулась на початку березня 1930 р. Безумовно, така політика зустріла опір селянства. 2 березня 1930 р. Сталін у газеті “Правда” опублікував статтю “Запаморочення від успіхів”, де звинуватив у невдачах процесу колективізації місцеву владу, і це призвело до масового виходу селян з колгоспів.

У вересні 1930 р. ЦК ВКП(б) розіслав директиву “Про колективізацію”, у відповідності з якою Україна, зокрема, протягом 1931 р. мала закінчити суцільну колективізацію. Трагедія колективізації була описана в книзі Р. Конквеста “Жнива скорботи”. Колона “куркулів” протягом чотирьох днів ішла пішки 70 км. до нового місця свого перебування. Ставши на пень, один з конвоїрів закричав: “Маєте Україну ось тут”, – і показав довкола: – “Тих, хто спробує втекти звідси, постріляємо” (Білоцерківський, 2007, с. 287).

Не можу не процитувати людей, які особисто відчули на собі наслідки колективізації.

“Хто у колгосп пішов, то до того трошки легше ставилися. А хто в колгосп не йшов, так, як і мій батько, то до того – погано. “Не дихай советським повітрям, якщо ти не бажаєш іти в колгосп”. Ніхто не хотів іти в колгосп. На той час у нас уже нічого було віддавати. Була у нас ще пасіка, така невелика, десь вуликів п’ять. Я не міг зрозуміти того, що бачив. Я тільки бачив, як стягуються непосильні податки”: – говорив Кравець Микола, житель с. Чернятка Бершадського р-ну Вінницької обл. Такі обставини змушували одноосібників вступати до колгоспів (Білоцерківський, 2007, с. 263).

Рішучі темпи і радикальні заходи призвели до дезорганізації та деградації аграрного сектору на початку 30-х років.

У 1933 р. Сталін, відчуваючи неминучу економічну катастрофу, відмовився від уведених пришвидшених темпів індустріалізації та безрозмірної продрозкладки. За таких умов колгоспи поступово почали виходити з кризи. Проте навіть в 40-х економічні показники не досягали дореволюційних та спостерігалось помітне відставання від країн Європи. Це стало приводом для введення форсованої моделі індустріалізації. Роль аграрного сектору полягала в забезпеченні та “обслуговуванні” цього процесу та країни продовольством. Як наслідок колективізації – індустріальний стрибок, який коштував занадто дорого: величезні жертви насильницького розкуркулення і голодомору; у селян зникло відчуття власності і відповідальності за своє “хазяйство”; тривала деградація та дезорганізація аграрного сектору. Цими заходами тоталітарний режим придушив опір носія основного супротиву та національної української свідомості – селянства.

Поштовхом до форсованої колективізації була хлібозаготівельна криза 1928 р. Влада дала обіцянку скуповувати в селянства хліб за зниженими цінами ,щоб імпортувати машини на потреби індустріалізації за захмарними. Це викликало невдоволення селян, що стало початком масових репресій, розкуркулень та “виховних” заходів: конфіскація зерна, неосяжні штрафи, депортації, як за часів воєнного комунізму. “Надзвичайні заходи” допомогли

“вичавити” з неврожайної України на 33% більше зерна, ніж попереднього року, що стало причиною голоду-геноциду 1932-1933 рр (Тимошик, 2004, с. 256).

Наприкінці 1934 р. відбулося подолання кризи та було скасовано карткову систему. Для держави стало вигідніше підтримувати сприятливе становище селян та їхню матеріальну заінтересованість, ніж використання насильницьких методів для вилучення зерна. Після цього поліпшився життєвий рівень колгоспників та культура сільського населення.

ЛІТЕРАТУРА

Білоцерківський В. (2007) *Історія України: Навчальний посібник*. Київ: Центр учбової літератури.

Тимошик, М.В. (2004). *Видавнича справа та редагування*. Київ: Ін Юре.

МОЯ ШЕПЕТІВКА

Гоняк О. І.

Київський національний лінгвістичний університет

У кожної людини є рідне місто. Моє місто зі всіх боків оточене густими лісами, і за однією із легенд, саме шепотіння довколишніх борів зумовило назву міста – Шепетівка. Мабуть, через нескінченний шепіт листя...

Вперше містечко Шепетівка згадується 27 червня 1594 р. У ньому існувала община, був млин. У місті проживало 28 сімей чоботарів, бочкарів, кушнірів, гончарів, об'єднаних у цехи. Шепетівка поступово розвивалася економічно. У 1843 році було розпочато будівництво цукрового заводу. У перші роки на заводі виготовлялось понад 50 тисяч пудів цукру. Технічні засоби виробництва були примітивні, переважала в основному ручна праця. У 1859 р. було здійснено ряд технічних змін: встановлено парову машину потужністю 18 кінських сил; мийку з барабаном, прокладено залізничну лінію. Протягом наступних років завод неодноразово руйнували, але він знову ставав до ладу. Завод функціонує до цих пір. У 2016 році з нагоди 170-ти річчя Шепетівського цукрового комбінату було видано книгу “Шепіт минулого в історії краю”, яка увібрала в себе всі визначні дати і події Шепетівського краю та історію становлення цукрового комбінату.

Своєю історією Шепетівка нічим не відрізнялась від інших волинських містечок: вона пережила спустошуючі набіги татаро-монголів, не раз її перетворювали у попелище польсько-шляхетські загони. Жовтневий переворот, Друга світова війна залишили на ній безліч рубців. Та щоразу місто заліковувало рани, підіймалося з руїн.

Сьогодні це місто обласного підпорядкування, центр Шепетівського району, у ньому великий залізничний вузол. У ньому проживає 40 тисяч жителів (Гула, 1973, с. 5).

У кожного міста є своя візитівка: у Вінниці – це плавучий фонтан, у Києві – Хрещатик. А в Шепетівці є така споруда, розташування якої зробило б честь будь-якому місту. Це музей М. Островського.

Наш музей є оригінальним та унікальним витвором архітекторів доби соціалізму в історії України, який будувався у 1974–1979 рр. На насипному пагорбі піднялася велика центрична споруда. Вона має незвичну форму і оформлена в сіро-червоній кольоровій гаммі, що передає суворість, тривогу та криваві події початку ХХ ст. Зовнішні стіни експозиції, яка височіє на п'яти пілонах і палає червоним кольором смальти, і є справжнім витвором мистецтва монументальної мозаїки, що викладалися вручну 80 художниками під керівництвом архітектора А. Ігнаценка та художника-монументаліста А. Гайдамаки.

Було викладено 2500 кв.м. камінчиків смальти, або 25 млн. камінчиків. В оздобленні інтер'єру та екстер'єру використані тільки суворі матеріали: каміння, метал, смальта. Експозиція розміщена по колу будівлі площею понад 700 кв.м., поділена на дві зали і нараховує близько 50 тис. експонатів.

Музей стабільно займає четверте місце в області за відвідуванням, поступаючись лише фортеці у м. Кам'янці-Подільському, замку у м. Меджибожі, обласному краєзнавчому та художньому музеям (projects.platfor.ma). Як унікальну архітектурну пам'ятку музей Миколи Островського у 1989 році занесений до міжнародного каталогу “Музеї світу”.

Як не прикро, але в незалежній Україні збереглася традиція минулих епох – нищити все, що було до нас (можливо для того, щоб наступним поколінням було що відновлювати). Так сталося з багатьма музеями, експозиціями, що висвітлювали становлення радянської культури, мистецтва, науки і техніки. Колективу музею Миколи Островського, на всупереч багатьом, вдалося вистояти, зберегти музей і експозиції. В Україні це чи не єдиний, навіть унікальний випадок. Зараз музей Миколи Островського у Шепетівці щорічно відвідують 30 тисяч чоловік. У ньому активно проводиться науково-дослідна та експозиційна діяльність, впроваджуються нові форми культурно-просвітницької роботи: майстер-класи, уроки народознавства, патріотичні уроки, театралізовані свята, діють пересувні виставки.

Один з напрямків роботи музею – це співпраця з людьми з обмеженими фізичними можливостями. Починаючи з 60-х років минулого століття наукові працівники розшукують людей, які через різні обставини опинилися в такому ж важкому стані, як і М. Островський. І, тому так само, рік за роком, борючись за життя, знайшли свою справу, яка приносить користь суспільству, особисте задоволення й щастя. У музеї є експозиція, присвячена людям, які зуміли подолати свої каліцтво чи недуги: В. Коробкіну, який писав картини, тримаючи пензля пальцями ноги; Л. Михайлові, яка малювала, тримаючи олівець у зубах; Л. Лисайчук, у якої ампутовані руки, проте вона дуже гарно вишиває, та іншим, таким же самим незламним.

Школа майстерності об'єднує в музеї М. Островського людей з різних куточків України. Кожен знаходить собі однодумця, товариша, колегу і, коли приходить час прощання, у багатьох навертаються сльози на очах, і саме це є доказом важливості таких заходів, де люди з особливими потребами могли б про себе заявити на всю Україну.

Плекаємо надію, що школа майстерності стала першим кроком до об'єднання творчих людей не лише нашої області та України, а й інших країн. І на тлі сьогоднішніх подій, які відбуваються у нашій країні, це свідчить про те, що ми є один народ – український від Сходу до Заходу, від Півдня до Півночі, і у кожного з нас в серці живе Україна.

ЛІТЕРАТУРА

Гула А.Г. (1973). *Шепетівка*. Львів: Каменяр, 1973.

ЧОРНОБИЛЬСЬКА КАТАСТРОФА

Грабар Д.В.

Київського національного лінгвістичного університету

Українське суспільство, яке за часи своєї історії пережило чимало екстремальних ситуацій, 26 квітня 1986 р. зазнало ще й серйозного радіоактивного удару, який у подальшому спровокував значні трансформації у економічному та державному житті.

Прип'ять, місто в західній частині України, було молодим і багатообіцяючим. Засноване у 1970, воно мало усі можливості для створення сім'ї за радянськими стандартами: школи, оздоровчий табір, басейн, лікарня і добре оплачувана робота на Чорнобильській атомній електростанції. Але 26-ого квітня 1986 року сталася величезна біда і протягом наступних днів усе місто, населенням близько 50-ти тисяч було евакуйовані (Filburn, 2016, с. 12).

За останні 30 років ми пройшли довгий і важкий шлях пізнання феномену Чорнобиля. Цій катастрофі присвячено десятки тисяч наукових статей, книжок і монографій, віршів, прозових творів, фільмів.

Що ж спричинило аварію: випадковість чи злий задум? Існує два табори фахівців, які мають протилежні погляди та думки з цього приводу. Перші стверджують, що основна причина аварії полягає в непрофесійних діях оперативного персоналу блоку. Другі не менш аргументовано доводять, що проєктантами були допущені суттєві прорахунки в будові ядерного реактору.

При фізичному запуску четвертого реактора відбулась критична ситуація, тому у Кремлі знали, що натискання кнопки аварійного захисту спричинить підвищення потужності реактора, замість його повного заглушення. Відразу після аварії винними визнали працівників станції, а справжні винуватці відбулися “легким переляком”. Припущення щодо навмисної руйнації розпочалися через 2 роки після катастрофи: Валерій Легасов, який до того героїчно відстоював теорію провини робітників станції, наклав на себе руки, публічно визнаючи себе в числі винуватців. А Анатолій Александров, науковий керівник, публічно покаявся й покинув наукову діяльність, докоряючи собі: він не зміг примусити головного конструктора усунути в конструкції реактора відомі дефекти (Ганоцький, 2006, с. 31).

Усе починалося з великої брехні комуністичної системи, з її небажання визнати історичну поразку. Намагаючись зберігати режим над таємності, відмовляючись від допомоги і співпраці, кремлівські вожді свідомо ризикували життям і здоров'ям мільйонів громадян. Радянський Союз ще на початку травня зберігав мовчання щодо розмірів катастрофи і це викликало роздратування президента США Р. Рейгана. Коли інцидент має міжнародні наслідки, існує обов'язок у світовому законодавстві – повідомити інших і зробити це відразу. Ми знаємо, що росіяни не надають потрібної інформації. Вони зобов'язані надати світові пояснення (Барановська, 2001, с. 54).

Чорнобильська аварія дотепер вважається найбільш руйнівною в історії ядерної енергетики і стала наслідком широкого спектру проблем. Десятки тисяч людей позбулися здоров'я, а багато з них – і життя. Значні території надовго загублені для звичайної господарської діяльності, а їх мешканці втратили своє житло. Аварія завдала сильного удару ядерній енергетиці в усьому світі та на багато років загальмувала її розвиток.

Радіоактивна хмара, що тоді утворилась, пройшла над європейською частиною країн колишнього СРСР (України, Білорусі, Росії), Східною Європою, Скандинавією, Великобританією і східною частиною США. На жаль, плану конкретних дій ліквідації аварії не було, ситуація застала всіх зненацька і невідповідно до неї працівники станції, вчені, урядові органи, внаслідок недооцінки ситуації і з метою запобігання паніки серед населення применшували тяжкість і небезпеку катастрофи у багато разів.

Найбільш прикрим залишається той факт, що можна було б уникнути таких нищівних втрат. У 2011 році на АЕС Фукусіма в Японії сталася масштабна аварія, найвищого сьомого рівня. Було зруйновано три реактора, але миттєва реакція на катастрофу знизила витік радіації, обсяги ураженої території та кількість жертв. З іншого боку, дослідники вважають, що ці аварії є абсолютно різними, а японська влада наполягає, що, на відміну від аварії на ЧАЕС, під час аварії на Фукусімі захисні оболонки реакторів залишилися незруйнованими. Крім того, на Фукусімі не було легкозаймистих графітних стрижнів, як на Чорнобилі.

Сьогодні радіоактивні відходи під саркофагом досі залишаються викликом, Чорнобиль – тестом на спроможність української влади належним чином виконувати свої обов'язки, адже люди, яких так чи інакше торкнулася аварія, досі становлять значну частину нашого суспільства (Барановська, с. 213). Чорнобиль – наша національна пам'ять, важливим досвід для світу, а українські інтелектуальні напрацювання – передові в світовій думці.

ЛІТЕРАТУРА

- T. Filburn, S. Bullard. *Three Mile Island, Chernobyl and Fukushima* – Springer – Tarrytown, NY, – 2016. – 120 p.
- Ганоцький В. (2006). *Чорнобиль – наш біль*. – Кіровоград: Центрально-Українське видавництво.
- Барановська Н.П. (2001). *Соціальні та економічні наслідки Чорнобильської катастрофи*. К.: Наукова думка.

ОЛІВЕР КРОМВЕЛЬ І БОГДАН ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ

Денисюк М.С.

Київський національний лінгвістичний університет

XVII ст. стало переломним моментом не лише у більшості країн Європи, а й в Україні. У цей час соціальні й національні протиріччя в Україні досягли найбільшої гостроти, що призвело до боротьби всього народу за визволення під проводом Богдана Хмельницького. Гостра соціально боротьба точилась і в інших країнах. Прикладом може слугувати буржуазна революція в Англії на чолі з Кромвелем. Боротьба українського народу проти шляхетської Польщі привертала увагу всієї Європи, але найбільше зацікавлення в цих подіях виявляла Англія, яка розглядала дії Хмельницького, дипломатичну активність, а саме переговори з турками, Москвою, Трансільванією, повідомляючи про це в пресі. Така активність революційної Англії пояснюється тим, що вона вбачала в Україні свого союзника у боротьбі проти Контрреформації.

Підтвердженням приязного та шанобливого ставлення Англії до провідника Визвольної війни в Україні є звертання визначного політичного діяча і полководця Англії Олівера Кромвеля до Хмельницького: “Богдан Хмельницький, божою милістю генералісимум греко-східної церкви, вождь усіх козаків запорізьких, пострах і викорінювач польського дворянства, скоритель фортець, винищувач римського священства, гонитель язичників і антихриста...” Більше того, у 1656 р. Кромвель відправив до Бранденбурга генерала Джефсона, щоб через нього налагодити зв'язки з Богданом Хмельницьким. У цей час Кромвель виношував плани створення “великої антиримської, антигабсбурзької і антиконтрреформаційної коаліції”, до якої на сході континенту мали ввійти Україна, Московська держава і Швеція.

Важливо зазначити, що багато науковців порівнюють життя та долю таких двох титанів історії, як Богдан Хмельницький та Олівер Кромвель. І не даремно, адже такі порівняння були популярні ще серед тогочасних письменників, поетів, вчених, істориків та політиків. Так, П. Шевальє заявляв у передмові до своєї “Історії війни козаків проти Польщі”, що в ній читачі знайдуть “образ мужа, який для того, щоб піднятися над іншими, приводить у рух величезний механізм та наводить жах на те королівство, якого ні всі могутні держави християнського світу, ні навіть могутня імперія турків не змогли похитнути. Одним словом, Кромвеля, який вдруге з'явився на Русі, який був не менш честолюбний, хоробрий та спритний, ніж Кромвель в Англії”. Як “двох найбільших бунтівників” характеризував Кромвеля й Хмельницького тогочасний французький поет Жан Лоре в своїй “історичній музи”. Але потрібно зазначити, що Хмельницькому було набагато важче боротися з гнітом шляхетської Польщі, відстоювати права та інтереси українського народу, тому в цьому плані не можна ставити певні паралелі між ним та керівником громадянської війни в Англії. Великий польський історик Кубаля так писав про Хмельницького: “Обшир його держави мав з усіх сторін відкриті кордони. На відміну від Кромвеля, він не мав у своєму розпорядженні вишколеної

інтелігенції і засобів старої та потужної держави; військо, фінанси, громадське господарство, адміністрація, стосунки з сусідніми державами, – все це треба було створити, все це лежало на його плечах. Він мусив підбирати й навчати людей, вникати в найдрібніші деталі”. Ось такі труднощі та перешкоди, які постали перед Хмельницьким і не налякали його, а навпаки, спонукали до ще більшої боротьби, є найпереконливішими доказами того, що він був не лише хоробрим воїном шляхетського роду, талановитим воєначальником і полководцем, а й найвизначнішим військовим і політичним діячем Європи.

Олівер Кромвель – одна з найбільш значущих і яскравих постатей світової історії. Його порівнювали з Наполеоном. Лорд-протектор Англії, Шотландії та Ірландії Олівер Кромвель був не лише сучасником, але й своєрідним політичним двійником нашого Богдана Хмельницького. Вони обидва представляли собою новий тип політика. Обидва – при геніальності стратегічного мислення – демонстрували грубість при спілкуванні, нехтування правилами вищого світу. Не побоялися кинути виклик існуючому ладу і порядку в своїх країнах, обидва були яскравими противниками католицизму, виступали проти королівської влади. Обидва мали стоїчний характер у поєднанні з певною жорсткістю – і в той самий час тонку, раниму душу. Коли в бою загинув його син, Кромвель сказав: “На те Божа воля!”. Але коли настав час смерті дочки – він три тижні плакав біля її ліжка і ревно молився за її одужання. Коли загинув Тиміш, син Хмельницького, гетьман зустрів трагічну звістку зі спокоєм. Але коли Хмельницький зрозумів, як його обдурив московський цар – він плакав. Для обох 1649 рік був переломним. У грудні 1649 р. Хмельницький тріумфально увійшов до Києва – з цього моменту можна говорити про державу Богдана Хмельницького. У січні ж 1649 р. кат відтяв голову королю Карлу I Стюарту – з цього моменту Кромвель став єдиним легітимним і повноправним володарем Англії з титулом лорд-протектора.

Іван Огієнко стверджує: “Коли англійський король був страчений, і Кромвель став на чолі Англії, він звернувся з проханням до Хмельницького допомогти Англії”. Внаслідок душевних переживань обидва – і Хмельницький, і Кромвель – зійшли в могилу. Тіло Богдана Хмельницького за наказом польського воєводи Стефана Чарнецького в 1664 році було викинуто з гетьманської усипальниці в Чигирині і після знуцань спалено. Тіло Олівера Кромвеля в 1661 році за наказом Карла II було вилучено з могили в Вестмінстерському абатстві, повішено, після цього обезголовлене. Голову виставили на загальний огляд, а тіло закопали під шибеницею. Посмертна доля двох полководців теж подібна: їхні сини, наділені батьківською владою, не змогли з нею впоратися. В Україні настав жахливий період Руїни, Англія теж пережила період справжнього хаосу. Як наслідок – Україну поділили між собою Росія і Польща, в Англії було відновлено монархічне правління.

ЛІТЕРАТУРА

Наливайко, Д.(1998).*Очіма Заходу:РецепціяУкраїни в ЗахіднійЄвропі XI–XVIII ст.* Київ: Основи. Взято з <http://litopys.org.ua/ochyma/ochrus.htm>

КАТАЛОНИЯ – ВІД ЗАСНУВАННЯ ДО СУЧАСНОСТІ

Дмитрієва Є.П.

Київський національний лінгвістичний університет

Галас в Іспанії, спричинений каталонським референдумом про незалежність дає привід згадати, що це за край, яка його історія і чому каталонці взагалі вважають, що займають в Іспанії особливе становище.

Почалося все з іберів – найдавніших жителів Піренейського півострова. Дана цивілізація прийшла зі сходу і торкнулася середземноморського узбережжя. Історія Каталонії почалася 575 року до н.е., коли на морському узбережжі греками було створено колонію Емпоріон. Слідом за нею виникли сучасні портові міста – Аліканте і Картахена. Слідом за іберами і греками з'явилися карфагеняни. За підсумками Другої Пунічної війни 218-201 років до н.е. Піренейський півострів став римською провінцією. Ібери реагували на зміну влади неоднозначно. Одні швидко романізувалися, оскільки вважали карфагенян гнобителями, а римські порядки більш прийнятними. Інші не бажали над собою жодної влади і чинили опір у гірських районах ще близько 200 років. У V столітті, після Великого переселення народів і краху Західної Римської імперії, у благодатному краї побували войовничі вестготи і алани, предки сучасних осетин. Своє королівство вестготи назвали Готаланією, звідки й пішло слово “Каталонія”.

711 р. араби перетнули Гібралтар, і протягом двох років підкорювали увесь Піренейський півострів, разом із Каталонією. Менш ніж через 100 років північний схід Іспанії був відвойований франками. З того часу він зазнавав французького впливу, а не східного. В ті часи, коли Карл Великий нарік Суніфреда графом Барселонським (798 р.) спостерігається активне формування нової мови – каталанської. Це була суміш іспанської та французької мови. 1164 року Арагонське королівство через династичний шлюб поповнилося Барселонським графством. Починаючи з 1359 року в Арагоні з'явилися кортеси (парламент). Це робило його однією з найбільш демократичніших держав у Європі. З 1469 року подружжя, відоме як “католицькі монархи” (Фердинанд та Ізабелла) створило єдину Іспанію. Єдину державу з самого початку створювали не на принципах паритету. Йшлося фактично не про об'єднання двох рівноправних суб'єктів, а про включення Арагона до складу Кастилії.

Арагонське королівство формально існувало до 1714 року, коли в результаті всеєвропейської Війни за іспанську спадщину королем Іспанії під ім'ям Філіпа V став онук Людовика XIV. Його нащадки займають престол Іспанії й понині. Жителі Каталонії та Арагону у тій війні підтримували іншого – Карла Австрійського. Через це їх почали вважати “другосортними”.

Згодом, у 1869 році в Іспанії була ухвалена ліберальна конституція. Отже, каталонці, які дотримувались ідей незалежності, почали публічно заявляти про себе. Ідея незалежності то відходила на другий план, то знову спалахувала, але ніколи не зникала. Настрої сепаратизму підсилювалися з початком режиму генерала Франко. В очах іспанців Мадрид став синонімом придушення, а

відокремлення почало асоціюватись зі свободою. І тоді, коли парламент Каталонії проголосував за незалежність, іспанський республіканський уряд назвав це зрадою і у відповідь застосував масу арештів. Тобто, іспанці не сприймали сепаратизм каталонців аж ніяк. Проте, через два роки розпочалася громадянська війна, каталонці підтримали республіканців. Вони вважали, що диктатура у військовому плані є ще гіршою. Луїса Компаніса, що був їх лідером, франкісти розстріляли. Також скасували каталонську автономію, існування якої почалося з ХХ століття, а каталанську мову взагалі заборонили для публічного вживання.

Вже коли Іспанія перейшла до демократії, автономію було відновлено, а каталанська мова отримала офіційний статус. У 2006 році центральний уряд значно розширив права місцевого самоврядування і надав Каталонії право розпоряджатися усіма місцевими податками і половиною центральних податків, зібраних у провінції. Проте частина каталонських громадян і політиків вважає, що цього недостатньо. У референдумі 1 жовтня 2017 року, як повідомляє каталонська влада, взяли участь 2,2 млн осіб (всього було зареєстровано 5,3 млн виборців). Понад 90% учасників референдуму висловилися за незалежність.

ЛІТЕРАТУРА:

- Олланд А. (2006). *Каталонія – один народ, дві держави. Етнографічне дослідження ненасильницького спротиву асиміляції*. – Нью-Йорк: Пелгрейв Макміллан.
Взято з <https://books.google.com.ua/books?id=ALqDDAAAQBAJ&hl=ru>
- Казарновський П. (2017). *Розвилки історії: чому незалежність Каталонії цілком можлива*. Взято з <http://www.rbc.ru/opinions/politics/30/10/2017/59f6ef399a7947796ac238a4>

ПОЛІТИЧНИЙ ПОРТРЕТ МІХНОВСЬКОГО МИКОЛИ ІВАНОВИЧА

Жиленко І.І.

Київський національний лінгвістичний університет

Вивчаючи період революції 1917–1920 років, неможливо не звернути увагу на яскраву особистість Миколи Міхновського, активного українського політичного та громадського діяча, ідеолога й лідера ультра націоналістичного українського руху кінця ХІХ – початку ХХ століття. На думу багатьох істориків, Микола Іванович Міхновський є одним з найвидатніших історичних постатей: все власне своє життя він присвятив вирішенню українського питання, виступав на чолі з братством самостійників за негайне проголошення державної незалежності України. Він перший серед діячів доби новітньої України закликав до боротьби за її повну самостійність і обґрунтував необхідність, глибоку історичну обумовленість мети за право України бути

вільною незалежною державою. Уся його публіцистика, політологічні статті й програмні документи склали цілу епоху в історії української суспільно-політичної думки, заклали міцне підґрунтя для наступних поколінь. Ю. Коллард у своїх спогадах писав про Міхновського: “Він був людиною енергійною, яскравих політичних поглядів, а українські питання ставив різко і ясно: “Україна для українців!” Це був один із перших самостійників, одвертий і безкомпромісний, своїх поглядів тримався непохитно аж до своєї трагічної смерті. Його вплив на українське громадянство в Харкові, а особливо на студентство був колосальний. Саме завдяки Міхновському відбулося відізвання нашої харківської молоді від політичного українофільства та етнографізму. Саме він показав нам шляхи через радикальний демократизм до революційного українського націоналізму” (Турченко, 2006, с. 24)

Не менш цікавим для дослідження є те що, світогляд Миколи Міхновського сформувався саме під впливом його батька, котрий “виховував сина в “самостійницькому дусі”, свято беріг національні традиції й сміливо проводив богослужіння українською мовою” (Бойко, 2009, с. 125). Тому вже в роки ранньої діяльності Микола Іванович Міхновський став одним із засновників першої політичної партії в Наддніпрянщині-Революційної української партії (РУР) та автором відомої брошури “Самостійна Україна”, голосно заявивши нею, що ідея створення автономної України у складі Росії є хибною. Американсько-канадський історик, відомий дослідник історії України Пол Роберт Могоці детально описує цю подію у власній історичній праці, присвяченій, зокрема подіям Української революції 1917–1920: “Перша партія України – Революційна українська партія – з’явилася в 1900 році. Члени партії не змогли скласти програму самостійно, а тому звернулися до юриста-випускника Миколи Міхновського, який надавав їм текст з патріотичною мовою, надрукований як брошура в австралійській Галичині під назвою “Самостійна Україна”. Спочатку українська революційна сторона знайшла натхнення у брошурі, яка, як випливає з її назви, закликала до створення незалежної української держави. Микола Міхновський наголошував, що національна незалежність повинна бути отримана для українців, перш ніж соціальне звільнення може бути досягнуто” (Paul, 2010, р. 564. Отже можемо зазначити, що порівняно з іншими політичними діячами періоду української революції 1917–1920 років цілі боротьби Міхновського Миколи Івановича є найближчими до сучасників, адже він прагнув до справедливого соціально-економічного ладу, побудованого на різних формах власності, усебічного розвитку культури й духовного життя, національного відродження, чітко й ясно визначивши завдання розбудови незалежної національної держави як гаранта збереження та розвитку нації й дотримання прав людини. Ним також була розроблена концепція включення української інтелігенції у процес національного визволення. Він закликав інтелігенцію “зійти з москвофільських позицій, підхопити ідею створення незалежної України і сприяти її поширенню в масах” (Мірчук, 1960, с. 56). І це на початку ХХ сторіччя!

Зокрема, багатьом сучасникам М. Міхновського здавалося, що це людина з далекого минулого, яка випадково потрапила у ХХ століття і безслідно щезне. І

ось минає уже 93 рік після його трагічної смерті. Настає момент переосмислення. Керуючись наведеними історичними фактами, я можу зазначити, що Микола Іванович Міхновський справді є однією з найвидатніших особистостей ХХ століття. І я сподіваюся, що матиму можливість й надалі досліджувати його політичну та громадську діяльність якомога детальніше.

ЛІТЕРАТУРА

- Турченко Ф.Г.(2006) *Микола Міхновський: Життя і слово*. – Київ: Генеза.
Бойко (2009). *Енциклопедія історії України: у 10т.* – Київ.: Наукова думка.
Paul R. (2010) *Magocsi A History of Ukraine: The Land and Its Peoples-2nd Edition*. – University of Toronto Press.
П. Мірчук (1960) *Микола Міхновський – апостол української державності*. – Київ: Філадельфія.

ІСЛАМСЬКА ІСПАНІЯ

Зайка В.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Протягом майже усього періоду свого розвитку Іспанія мала тісний перетин з мусульманами (маврами, морисками тощо). Іноді їхнє співжиття мало позитивні наслідки й розвиток, а деколи – перетворювалося на справжню трагедію як для одних, так і для інших.

Завоювання території Іспанії розпочалося у 711 р. н.е. Військо, яке складалося переважно з берберів (корінна етнічна група Північної Африки) під командуванням арабського воєначальника Таріка, вторглося з Марокко на Піренейський півострів, форсувавши Гібралтарську протоку.

Після арабського завоювання власники ділянок орної землі були обкладені земельним податком (харадж), а всі, хто не є мусульманами стали, свого роду, кріпаками. Для того, щоб раби-немусульмани отримали право стати вільними людьми, достатньо було публічно виголосити кілька разів: “Немає бога крім Аллаха, і Мухам мед – пророк Його”. Бажаючи звільнитися від сплати податків і отримати рівні з новими владиками права, поступово іспанці стали приймати іслам. Згодом ця тенденція посилилася настільки, що до 1200 р. мусульмани вже становили близько 90% населення Мавританської Іспанії.

Не можна сказати, що у володінні мусульман на території Іспанії не було помітних позитивних явищ. Саме у ці часи країна стала однією з найрозвинутіших у Європі. Мусульмани вдосконалювали торгівлю та сільське господарство, підтримували мистецтво, вносили значний внесок у розвиток науки, створили в Кордобі (столиці арабської Іспанії) найкращу на той час інфраструктуру в Європі. Поля почали давати великі урожаї, оскільки маври застосовували вдосконалені борони й плуги, а також – штучне зрошення.

Боротьба за звільнення Іспанії від маврів розпочалася майже одразу після її поневолення. Це явище було назване Реконкіста, що перекладається словом “відвоювання”.

Початком Реконквісти заведено вважати 718 р., коли християни здобули першу перемогу над арабами в долині Ковадонга. До початку XI ст. на відвоєваній у маврів території виникли християнські держави – королівства Наварра, Арагон і Леон.

Гранадський емірат – остання частина іспанської землі, що була в руках арабів, але у січні 1492 р. Гранадський емірат упав. Перед капітуляцією між королівством Іспанії й Гранадою був укладений договір, який гарантував мусульманам свободу віросповідання. Всього в договорі було 67 статей, і він був схвалений самим Папою Римським.

Проте незабаром іспанська влада почала порушувати пункти договору, примушуючи маврів приймати католицьку віру. Це викликало цілу серію повстань мусульманського населення Гранади в період з 1499 по 1501 рр., які були жорстоко придушені. У каральних експедиціях брав особисту участь іспанський король Фердинанд II. Повстання стали формальним приводом для відмови від виконання умов договору з боку католицької Іспанії.

Католицьке духовенство з підозрою ставилося до морисків (маври, що прийняли християнство). Їх підозрювали в таємному дотриманні колишніх звичаїв. Для підтримки “чистоти віри” рішенням Папи Римського та іспанських королів в кінці XV ст. була створена іспанська Інквізиція, якою керував Томас Торквемада, який прославився на увесь світ своєю жорстокістю.

У 1609 р. було видано указ про виселення всіх морисків за межі країни. У період з 1609 по 1614 рр. було депортовано кілька сотень тисяч чоловік (близько 4% всього населення тодішньої Іспанії). Вигнанцям дозволялося брати із собою тільки те, що вони могли забрати. Усе нерухоме майно було конфісковане. Велика частина морисків оселилася в Марокко, Мавританії та Алжирі. Згодом всі вони повернулися до віри своїх предків – ісламу.

Сьогодні іслам інтенсивно поширюється в Іспанії внаслідок припливу іммігрантів з Марокко, Сирії, Лівану, Іраку, Бангладешу, Індії та Пакистану. Нині в Іспанії проживає понад мільйон мусульман, переважна більшість яких є іммігрантами та їхніми нащадками. За загальними оцінками від 20 000 до 50 000 іспанців прийняли іслам, і більшість з них проживають в Андалусії.

Отже, ісламський слід справді значно помітний в Іспанії. Хоч вона і є європейською країною, але мусульмани вагомо вплинули на життя, побут, культуру і традиції іспанців. Тисячі туристів з усього світу прагнуть потрапити в Кордову і Гранаду, щоб насолодитись архітектурними шедеврами. В іспанській мові навіть є приблизно 4 000 слів, що походять з арабської. Так, інколи ісламський вплив мав негативні риси та наміри, мотив поглинути іспанську культуру і, загалом, іспанський народ. Проте, скільки всього б залишилося небаченим та незнаним, якби не було цієї сторінки в історії.

ЛІТЕРАТУРА

Александр Степанченко (2016). *Испанские мусульмане: изгнанные и забытые*.

Взято з <http://islam.com.ua/history/20338-ispanskiye-musulmane-izgnannyye-i-zabytyye>

- Моя освіта (2015). *Початок Реконкісти*. Взято з <http://moyaosvita.com.ua/istoriya/pochatok-rekonkisti/>
- Моя освіта (2015). *Багаття Інквізиції*. Взято з <http://moyaosvita.com.ua/istoriya/bagattya-inkvizici%D1%97/>
- Александр Степанченко (2013). *Ислам в Испании*. Взято з <http://islam.com.ua/history/138-istoriya-islama-islam-v-ispanii>
- Моя освіта (2015). *Арабське завоювання Іспанії та його наслідки*. Взято з <http://moyaosvita.com.ua/istoriya/arabske-zavoyuvannya-ispani%D1%97-ta-jogo-naslidki/>

КОЛЕКТИВІЗАЦІЯ В УКРАЇНІ

Кирієнко А.А.

Київський національний лінгвістичний університет

Колективізація в УРСР – частина політики колективізації і розкуркулення в СРСР, яка проводилася в період між 1928–1933 роками шляхом створення великих колективних господарств (колгоспів) на основі селянських дворів. Політика колективізації повинна була знищити ворогів робітничого класу. Ідея створення колгоспу була сприйнята селянством як повернення кріпацтва.

Основними завданнями колективізації були:

- прискорення процесу індустріалізації за рахунок пограбування села;
- забезпечення промисловості дешевою робочою силою;
- вирішення хлібної проблеми в країні;
- повне одержавлення сільського господарства.

Основними заходами колективізації стали:

- насильницьке створення колгоспів;
- “розкуркулення”;
- обмеження з боку влади процесу переселення селян до міст.

Ще в перші роки радянської влади розпочалося створення комун та радгоспів. У жовтні 1927 р. вони об'єднували трохи більше 1% селянських господарств. Поштовхом до форсування колективізації стала хлібозаготівельна криза 1928 р. Відтак в листопаді 1929 р. Сталін наказує розпочати рішучу кампанію “суцільної колективізації”. Вона мала на меті полегшити викачування селянських ресурсів у державний бюджет. У січні 1930 р. спеціальна комісія політбюро ЦК ВКП(б) під керівництвом В. Молотова розробила план кампанії з розкуркулення, який було затверджено у таємній партійній постанові від 30 січня “Про заходи у справі ліквідації куркульських господарств у районах суцільної колективізації”. Грудневий об'єднаний пленум ЦК ВКП(б) у 1930 р. постановив завдання колективізувати протягом 1931 р. не менше як 80% селянських господарств у степових і не менше 50% – у лісостепових районах України. Так, до жовтня 1931 р. було колективізовано майже 87% господарств степової частини, 70% – в Лівобережному Лісостепу і 65% – у Правобережному Лісостепу (Терещенко, 1996, с. 167).

Прискорення колективізації викликало численні селянські бунти в УРСР і в інших частинах СРСР. У відповідь на ці повстання, 2 березня 1930 року в газеті “Правда” Сталін опублікував статтю “Запаморочення від успіхів”. Підвищення продуктивності праці в колгоспах потребувало механізації, на що було спрямовано створення машинно-тракторних станцій (МТС). У 1932 р. в Україні діяло 594 МТС з 25 630 тракторами. Звичайно ж ніхто з колгоспників не хотів працювати безкоштовно. На початку 1930-х рр. була запроваджена специфічна форма оплати праці колгоспника, яка відбувалась не в грошах, а в трудових одиницях – трудовнях. 7 серпня 1932 р. ЦВК і РНК СРСР прийняли власноручно написаний ним закон “Про охорону майна державних підприємств, колгоспів і кооперації та зміцнення громадської власності” (“Закон про п’ять колосків”). 9 квітня 1933 р. Раднарком УСРР та ЦК КП(б)У запровадили “Тимчасові правила трудового розпорядку в колгоспах”, які офіційно оформили кріпосне становище колгоспників (Терещенко, 1996, с. 178).

Отже, у 1932–1933 рр. колгоспи могли забезпечити роботою 6–6,7 млн осіб, а масова колективізація завершилася створенням 24 тис. колгоспів з населенням близько 20 млн осіб. Близько 200 тис. селянських родин в Україні підпало під розкуркулювання, а більш як один мільйон українських селян під час колективізації було знищено. Одним із найжахливіших наслідків сталінської колективізації став голодомор 1932–1933 рр. Голод в Україні було організовано штучно. На XVII з’їзді ВКП(б) К. Ворошилов заявив: “Ми пішли на голод свідомо, бо нам потрібен був хліб” (Михайличенко, с. 653). Улітку 1933 р. сталінська операція “Голод”, яка тривала 8 місяців і охопила населення чисельністю 20 млн. чоловік, завершилася. Наслідки її дуже страшні. Вчені називають різні цифри загиблих – від 7 до 15 млн.

ЛІТЕРАТУРА

Терещенко, Ю.І. (1996). Україна і європейський світ: Нариси історії від утворення Старокиївської держави до кінця XVI ст. Київ: Перун.

НЕГАТИВНИЙ ВПЛИВ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ, ЯК ПРОВІДНОЇ СКЛАДОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА СУЧАСНЕ СУСПІЛЬСТВО

Козакова Р.

Київський національний лінгвістичний університет

З кожним днем все більше загострюється проблема впливу глобалізації на культурну ідентичність націй світу. В науковій літературі досі не знайдено однозначної відповіді на низку питань, що стосуються культурної складової процесу глобалізації, тому актуальність цієї роботи полягає у дослідженні терміну “масова культура” і динаміку його поширення світом.

Коли йде мова про зв’язок глобалізації з ідентичністю, перш за все мається на увазі культурна ідентичність, усвідомлення нацією своєї самобутності,

неповторності. Фактично, головне завдання масової культури – збільшити спектр використання культурних особливостей націй, шляхом спрощення їх розуміння. Зрозуміло, що завдяки цьому зникають межі не тільки між містами і селами, різними країнами, а навіть відбувається так зване зменшення відстані між материками, стиснення соціального світу. Так, культурна складова глобалізації має чималий вплив на явище урбанізації і, як наслідок, на політичну і економічну сфери людського життя.

Оцінюючи вплив масової культури на свідомість людства, невід’ємним є той факт, що у людини відбувається зміна світогляду. Так, наразі, ті якості і цінності якими була наділена людина з давніх часів починають повільно зникати, а натомість з’являються інші, ті, які з’явилися з поширенням однієї з культурних складових процесу глобалізації – масової культури. Можна вважати, що масова культура просто нівелює культурну самобутність у свідомості людини, таким чином змінюючи її реакції, сприйняття навколишнього середовища. Так, людина вже орієнтується не за допомогою своїх початково закладених, підсвідомих інстинктів, а дивиться і орієнтується безпосередньо за ситуацією.

Впливаючи на чималі групи населення і послаблюючи культурний потенціал суспільства, масова культура фактично формує новий тип людини, що має назву “масова людина” і характеризується низькими естетичними потребами. Фактично, це означає повну втрату суспільством індивідуальності кожного з його елементів і врешті-решт культурну деградацію людства. Саме тому, описуючи сучасне суспільство, частіше можна почути вислів “сіра безлика маса”, аніж група індивідів.

З плином часу все менше спостерігається домінування певної культури виключно у конкретній державі. Виходячи з цього, масова культура має чималий вплив і на суспільні відносини, на безпосереднє становище людини в суспільстві. Відбувається масштабне збільшення соціальних зв’язків, в світі з’являється ще більше конфліктів різного типу і насилля. Більше того, існує вірогідність, що вона несе потенційну безпеку “бездуховності людства”.

Таким чином, масова культура є чи не найважливішою ознакою явища культурної складової глобалізації, тому оцінка її впливу має чимале значення для сучасного людства. Саме тому сучасна культура має бути представлена як головний чинник глобалізації.

РОЛЬ І НАСЛІДКИ РУХУ ШІСТДЕСЯТНИКІВ

Кравченко А.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Після смерті Й. Сталіна у 1953 р. починається період тимчасового послаблення комуністично-більшовицького тоталітаризму. Це дає змогу українській інтелігенції проявити національну свідомість і моральну опозицію тоталітарному режиму. Період шістдесятників характеризувався пошуками “правди і чесної позиції”, нових форм творчості, переглядом морально-етичних цінностей у житті та літературі. Вони протестували проти заідеологізованості в

зображенні дійсності, боролися за відродження рідної мови, піднесення національної самосвідомості й людської гідності. До шістдесятників відносилися письменники Іван Драч, Микола Вінграновський, Василь Симоненко, Ліна Костенко, Євген Гуцало, художники Алла Горська, Віктор Зарецький, кінорежисери Сергій Параджанов, Юрій Ілленко, перекладачі Григорій Кочур, Микола Лукаш, публіцисти Валерій Марченко, Валентин Мороз та В'ячеслав Чорновіл.

Осередком руху шістдесятників став київський клуб творчої молоді “Сучасник”. Головою клубу було обрано режисера Леся Танюка. Членами клубу були, зокрема, Іван Дзюба, Євген Сверстюк, Алла Горська, Михайлина Коцюбинська, Микола Вінграновський та інші. В рамках клубу проводилися нерегламентовані мистецькі виставки, етнографічні свята, творчі вечори, влаштовувалися краєзнавчі експедиції та вечори пам'яті відомих діячів: Т. Шевченка, І. Франка, Лесі Українки, М. Куліша, Л. Курбаса (Корогодський, 2009, с. 124).

Під впливом клубу творчої молоді було створено клуб “Пролісок” у Львові, керівником якого став Михайло Косів. Діяльність львівського гуртка вирізнялася більшим радикалізмом, зокрема його учасники пропонували скористатися досвідом оунівського підпілля.

Шістдесятники своїми творами і активною громадською діяльністю намагалися відроджувати національну свідомість. У своїх творах намагалися говорити про реальні проблеми життя, болючі питання, замовчувані у часи сталінізму і які хвилювали тогочасне суспільство. Прагнення покоління молодих літераторів і митців позбутися тоталітарного диктату в творчому процесі згодом переросло в неформальні літературні читання, вечори пам'яті репресованих митців, заходи із збереженням історичної спадщини, складання петицій на захист української мови.

Представники Спілки письменників, Спілки художників, Спілки композиторів м'яко критикували шістдесятників за захоплення модерністськими теоріями, орієнтацією на мистецький спадок західної культури. Але водночас вони висловлювали підтримку молодим митцям у “змістовності та сміливості суджень”.

Сигналом для розгортання боротьби проти “інакодумців” та “псевдоноваторства” став рознос М. Хрущова Художньої виставки в Манежі 2 грудня 1962 року, коли він не зрозумів і різко розкритикував модерністське мистецтво. Почалось переслідування творчої інтелігенції. У середині грудня 1963 року сталася загадкова смерть Василя Симоненка. Влада заборонила їм друкуватися у журналах та газетах. Розганяли літературно-мистецькі вечори та закривали клуби творчої молоді. Після приходу Леоніда Брежнєва на посаду першого секретаря ЦК КПРС у жовтні 1964 року нагляд над інтелігенцією посилювався. Учасники руху підлягали гострій критиці, звинувачувалися у “формалізмі” і “національній обмеженості”. Рух “шістдесятників” було розгромлено арештами 1965–1972 рр. Багато митців було заарештовано й покарано довголітнім ув'язненням в якому вони або загинули, або після звільнення не могли писати через заборони. Тільки Іван Дзюба офіційно

капітулював і був звільнений з ув'язнення та допущений до літературної праці, але вже цілковито в напрямі соцреалізму. Масовий ідеологічний тиск владних структур, політичних репресій змусили більшу частину шістдесятників вдатися до “внутрішньої міграції” або підпорядкуватися владі. Першою відкритою акцією протесту проти арештів шістдесятників був виступ Івана Дзюби 1965 р. на прем'єрі фільму “Тіні забутих предків” С. Параджанова. Але хто захищав заарештованих, той сам зазнавав репресій: виключення з вузів, з аспірантури, звільнення з зняття з захисту дисертацій (Литвин, 2004, с. 203).

Шістдесятництво об'єднало людей різних поглядів і національностей, тому що в той час усім однаково потрібна була свобода. Проте арешти 1972-73 рр. не поклали край боротьбі за національну свідомість: вони продовжили свою боротьбу і в неволі, пишучи й там самвидав, борючись за статус політв'язня, захищаючи свою честь – а отже й гідність цілої нації. У літературі самвидаву майже не ставились болючі питання про національну незалежність, хоча найчастіше саме це малося на увазі. Та це, не врятувало митців від репресій. Влада розуміла, що шістдесятництво – це середовище, у якому формується політична опозиція. Тому шістдесятники залишились для них ворогами.

Саме завдяки творчості шістдесятників тоді ж чи не вперше відкрилася ідеологічна залізна завіса: люди ознайомилися із новітньою зарубіжною літературою, новітнім європейським мистецтвом і філософією. Також, вони розкрили нову рису суспільної ментальності – інтелектуалізм як форма духовного буття. Інтелектуальний бунт 60-х років зумовив радикальний злам у стосунках між українським суспільством та режимом, між людиною і владою.

Зараз твори шістдесятників користуються великим попитом, а письменники повагою та любов'ю багатьох читачів. Ці люди вчать нас, сучасників, не лягати під кайдани влади, відстоювати свою думку, зберігати історичну спадщину та відстоювати незалежність.

ЛІТЕРАТУРА

Корогодський, Р.М. (2009). *Брама світла: Шістдесятники*. Львів: Український Католицький Університет.

Литвин, В.М. (2004). *Україна у другому повоєнному десятилітті (1956–1965)*. Київ: Лі-Терра.

РЕВОЛЮЦІЯ 1848 РОКУ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНУ СИТУАЦІЮ В УКРАЇНІ

Лутченко Д.С.

Київський національний лінгвістичний університет

Вважаю, що революції 1848-1849 рр. мали позитивний вплив на Україну, адже спонукали до пробудження національної свідомості, що дало поштовх до подальшої боротьби за незалежність держави. Поза всяким сумнівом, найбільшим досягненням 1848 року для українців було скасування панщини та впровадження конституційного правління. Найвидатнішим серед суто

українських досягнень цього періоду стала діяльність Головної Руської Ради. З огляду на цілковиту відсутність в українців будь-якого досвіду політичної боротьби успіхи Головної Руської Ради, яка змогла мобілізувати ще вчора пасивних українців на досягнення чітко окреслених цілей, були просто вражаючими. Заснувавши установи, що систематично сприяли культурному розвитку, Головна Руська Рада зробила перші кроки до перетворення Галичини на організаційну твердиню українства (Терещенко, 1995, с. 163).

Але 1848 рік висвітлив і недоліки західних українців, найсерйозніший із яких полягав у відсутності дійового проводу. Монополізувавши керівництво, духовенство наклало на весь західноукраїнський політичний рух свій незгладимий відбиток. Убачаючи в Габсбургах своїх найбільших доброчинців, священики Головної Руської Ради нав'язували українському суспільству позицію цілковитої й безумовної підтримки династії. Внаслідок цього протягом 1848 року українці опинилися на боці абсолютизму проти повсталих поляків і мадярів, які переважно дотримувалися ліберальних і демократичних поглядів. Відтак через політичну і суспільну консервативність духовенства та через те, що антиавстрійські сили ототожнювалися з ненависними панамі, українці часто виявлялися лише зняряддям Габсбурзької династії (Терещенко, 1995, с. 135). До того ж, замість домагатися від уряду більших поступок за свою підтримку, священики Головної Руської Ради не спромоглися ні на що краще, як покійно сподіватися цісарської прихильності.

Москвофіли. Москвофільство швидко поширилося на більшість духовенства (завдяки Святоюрському колу греко-католицького вищого духовенства), й до кінця ХІХ ст. священики являли собою його основну соціальну базу. Користуючись підтримкою значної частини західноукраїнської верхівки, русофіли панували майже в усіх українських закладах: Народний Дім, добре фінансований Ставропігійський інститут, видавництво “Галицько-руська матиця”, а також велика частина преси. Крім того, у 1870 р. русофіли заснували політичну організацію – Руську Раду, яка претендувала на роль головного послідовника справи Головної Руської Ради 1848 р. і яку вони намагалися перетворити на єдиного представника всіх українців у Галичині. Так навіть серед власної еліти український рух мав рішучого й сильного противника (Бойко, 2002, с. 155).

Народовці. У період до революції 1848 р. саме молодь на чолі з “Руською трійцею” виступила за користування народною мовою, й попри перешкоди з боку старшого покоління не хто інший, як молодь, стала на захист розмовної мови в 1860-х роках. Згода, що зароджувалася у середовищі народовців, спиралася передусім на визнання того факту, що українці – це окрема нація, котра проживає на просторах від Кавказу до Карпат, і найкращим засобом самовираження якої є народна говірка. Вони дійшли висновку, що найефективніший спосіб вирізнення і розвитку цієї національної самобутності полягає в тому, щоб культивувати і пропагувати українську мову. Ряд народовців розробляли українську граматику й словники, а також засновували український театр. В 1868 р. група з 60 студентів на чолі з А.Вахнянином створили товариство “Просвіта”, що займалося “вивченням та освітою народу”. А в 1873 р.

за фінансової та моральної підтримки східних українців у Львові було засноване вже згадуване Товариство ім. Т.Г. Шевченка (Бойко, 2002, с. 159).

Радикали. На думку деяких сучасників, навіть найактивнішої діяльності народовців було мало, щоб забезпечити їм конструктивну й прогресивну роль в українському суспільстві. У ряді послань, опублікованих у галицькому студентському часописі “Друг”, Драгоманов закликає молодь відкинути погляди старшого покоління й розширяти свої інтелектуальні обрії, знайомлячись із кращими здобутками європейської та російської культури й науки, присвятити себе служінню гнобленим масам не лише словом, а й ділом. Його заклик припав до душі невеликій групі західноукраїнської молоді, викресавши іскру того, що можна назвати інтелектуальною революцією. Він підштовхнув членів цієї групи на пошуки третього й соціально більш виправданого шляху обстоювання інтересів українців.

ЛІТЕРАТУРА

- Терещенко, Ю.І. (1996). Україна і європейський світ: Нариси історії від утворення Старокиївської держави до кінця XVI ст. Київ: Перун.
- Білоцерківський В. (2007) Історія України: Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури.
- Бойко О.Д. (2002). Історія України. Київ: ВЦ Академія.

ФЕНОМЕН УКРАЇНСЬКОЇ ЕМІГРАЦІЇ ЯК ЧАСТИНИ УКРАЇНСТВА

Погоріла С.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Українська еміграція – термін для визначення українського населення, яке вимушено чи добровільно з економічних, політичних або релігійних причин переселилося за межі етнічної території в іншу країну на постійне чи тривале проживання. Явище починається у другій половині – наприкінці XIX століття і продовжується по нинішній день. Феномен української еміграції та діаспори як частини світового українства є унікальним явищем культури й історії України.

Дослідники визначають чотири хвилі переселенського руху в історії української еміграції.

Перша хвиля починається з останньої чверті XIX століття і триває до початку Першої світової війни. Ця масова трудова еміграція до США розпочалася у 1877 році, до Бразилії – у 1880-ті роки, у Канаду – з 1891 року, до Російського Сибіру – після революції 1905–1907 рр. Виїздили й до Аргентини, Австралії, Нової Зеландії, на Гавайські острови. Цю першу хвилю еміграції спричинили як і аграрна перенаселеність українських територій, так і утиски: економічні, соціальні, політичні, – і національний гніт з боку австро-угорської і російської імперій. Нащадки цієї хвилі еміграції зараз у шостому-сьомому поколіннях і більш схильні звати себе українцями за походженням – радше ніж емігрантами у країнах проживання.

Відомо, що у 1891–1901 роках зі Східної Галичини емігрували до Канади і США 78 тисяч українців. У 1901–1911 роках виїхало 224 тисяч чоловік. Таким чином, на початку ХХ століття лише зі Східної Галичини емігрувало понад 302 тисячі українців (Погребенник, 1995, с. 216).

Наприкінці ХІХ століття еміграційний синдикат, створений канадським урядом, відправив на територію Західної України понад 6 тисяч вербувальників. Агент, що завербував сім'ю до Канади, отримував від 2 до 5 доларів за кожного переселенця.

Друга хвиля еміграції українців охоплювала період між Першою і Другою світовими війнами у ХХ столітті і була зумовлена поєднанням соціально-економічних та політичних причин. Емігрували в основному ті українці, які зі зброєю в руках боролися проти радянської влади, підтримували Центральну Раду, Директорію, Гетьманат. Це були великі і середні землевласники, торговці, службовці, священнослужителі, інтелігенція, солдати і козаки українських військових з'єднань. Вони виїздили до Польщі, Чехословаччини, Австрії, Румунії, Болгарії, Німеччини, Франції, США і Канади (Погребенник, 1995, с. 234).

Третя хвиля еміграції викликана головним чином політичними мотивами і розпочалася наприкінці Другої світової війни. Більшою мірою це репатріанти з англійської, американської, французької окупаційних зон. Найчисленнішими серед них були колишні військовополонені, яких сталінсько-беріївський режим вважав зрадниками. Істотну частину переміщених осіб становили люди, силоміць забрані на роботи до Німеччини. Були тут також, звичайно, і біженці, хто відверто сповідував антирадянські погляди. Більшість емігрантів цієї хвилі осіла в Канаді, США, Великій Британії, Австралії, Бразилії, Аргентині, Франції.

Четверта хвиля – так звана “заробітчанська” – розпочалася у 1990-х роках. Її головні причини – економічна скрута перехідного періоду в Україні. Деякі дослідники наголошують на умисному створенні безробіття, головним чином – у Західній Україні. У результаті цього на тимчасову роботу в країни Європи, Америки і в Росію виїхало близько 7-8 млн людей. Частина з них, ймовірно, вже не повернеться в Україну (Гранюк, 1993, с. 115).

За оцінкою директора Інституту досліджень діаспори (Київ) Ігоря Винниченка на 2001 за межами України проживало 10-13 млн українців. Унаслідок того, що активна частина нації була вимушена виїздити за межі власної країни під тиском економічних, політичних і воєнних обставин, а також внаслідок відсутності повноцінної Української держави на етнічних землях українців, за кордоном українство продовжувало і розвивало національні державні (УНР), політичні (практично весь спектр політичних партій у діаспорі), громадські, культурні, наукові, духовні інституції. Для української діаспори однією з найвищих соціокультурних цінностей стала мета відновлення повноцінної Української держави (Гранюк, 1993, с. 103).

Зорганізована українська діаспора в США сприяє українським емігрантам четвертої хвилі в пошуку роботи, житла, налагодженню бізнесових контактів тощо. З цією ціллю створено сайт оголошень української діаспори в США:

www.ukrdiaspora.com – головною метою якого є підтримування зв'язків як і між самими емігрантами, так із Батьківщиною.

У 2014–2016 роках внаслідок війни та пов'язаного з нею економічного спаду відбулося різке зростання еміграції з України, зокрема в Європейський Союз.

ЛІТЕРАТУРА

Погребенник Ф. (1995). З Україною в серці. Нариси-дослідження про творчість письменників-прикарпатців у діаспорі. – Київ: Вид-во ім. О. Теліги.

Гранюк С. Українська еміграція в Канаді//Дзвін. – 1993. – № 7-9. – С. 103 – 107.

ГАЛИЦЬКО-ВОЛИНСЬКЕ КНЯЗІВСТВО ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ МОНОЕТНІЧНОЇ ДЕРЖАВНОСТІ

Савчук І.І.

Київський національний лінгвістичний університет

У наш час, коли ми живемо в незалежній Україні, цікаво знати про історію нашої країни, коли і на яких землях вперше український народ об'єднався в державу. Кожен свідомий громадянин держави Україна повинен знати її давню історію, суспільно-політичні процеси, що відбувалися на території нашої Батьківщини протягом минулого тисячоліття.

Об'єктом дослідження є Стародавня Русь у добу феодальної роздробленості. Предметом дослідження є Галицько-Волинське князівство як прямий нащадок політичних, правових і культурних традицій Київської Русі, держава, що на 90% співпадала по території з нашою теперішньою Україною.

Метою роботи є поглиблене вивчення історії Галицько-Волинської держави в аспекті формування державності, державного устрою на її території, як фактор формування моноетнічної держави.

Об'єднання Галицького й Волинського князівств відбулося 1199 р. Здійснив його волинський князь Роман Мстиславич Великий. Так було утворено Галицько-Волинське князівство, яке одразу посіло провідне місце в політичному житті Русі. Він зміг подолати боярську опозицію, зміцнити західні кордони князівства, здійснити успішні походи проти половців. Такі заходи сприяли посиленню авторитету Романа. Він став наймогутнішим з південноруських князів, адже поширив свою владу на величезну територію – Волинь, Галичину, Поділля, Буковину й Пониззя – майже половину сучасної України.

Столицею держави Романа Мстиславича стає не Київ, традиційно зв'язаний з Візантією, і не Володимир-Волинський, а Галич, який завжди підтримував тісні відносини з країнами Заходу, тому напрям політичного життя Південно-Західної Русі суттєво зміщується на захід.

Створення Галицько-Волинського князівства на чолі з “самодержцем усієї Русі” Романом Мстиславичем стало важливим етапом в історії української державності, адже на відміну від багатоетнічної Київської держави Галицько-Волинська ґрунтувалася на єдиній етнічній основі. Це дало підстави українським

історикам назвати Романа “творцем першої національної Української держави”, що як окремий політичний організм проіснувала до кінця XIV ст.

Добу найвищого піднесення Галицько-Волинського князівства історики пов’язують з ім’ям короля Данила Галицького.

Князювати Данило Галицький почав на Волині (20-ті рр. XIII ст.), а 1238 р. утвердився і в Галичині, подолавши міжусобні чвари, що спалахнули по смерті Романа з ініціативи галицького боярства. Протягом свого володарювання йому доводилося одночасно долати опір кількох суперників: зі сходу загрожували монголи, із заходу на українські землі зазіхали Литва, Польща й Угорщина.

По смерті князя Данила 1264 р. Галицько-Волинське королівство розпалося на кілька частин. Західну Волинь утримав у своїх руках брат Данила Василько Романович, заповівши ці землі своєму єдиному синові Володимирі. Галицьке, Перемишльське і Белзьке князівства зберіг за собою старший син Данила Романовича – Лев. Східну Волинь з Луцьком отримав Мстислав Данилович. Холмське князівство відійшло наймолодшому Даниловичу – Шварну.

Об’єднати землі батька під однією рукою заповзвся Лев. До своїх володінь він приєднав Люблінську землю, частину Закарпаття з м. Мукачевим. По смерті Шварна він посів Холмське князівство, у 1272 р. переніс свою столицю до Львова.

На відміну від Київської Русі Галицько-Волинське князівство було моноетнічним. Історики вважають його суто українською державою. Особливістю його етнічного розвитку було втручання іноземців у міжусобні війни між князями Волині та Галичини, участь у внутрішніх конфліктах між боярством та князем. Боротьба за об’єднання галицько-волинських земель набувала характеру визвольної боротьби за незалежність українських земель.

Галицько-Волинське князівство відіграло надзвичайно важливу роль в історії:

– воно досягло значного політичного розвитку і за рівнем економіки і культури належало до передових країн Європи;

– протягом ста років після занепаду Києва Галицько-Волинське князівство було опорою української державності, перейняло велику частку київської спадщини й водночас запобігло захопленню західноукраїнських земель Польщею;

– зберегло у русинів (українців) почуття культурної та політичної ідентичності;

– Галицько-Волинське князівство продовжувало дипломатичні традиції Київської Русі і довго представляло східнослов’янську державність на міжнародній арені;

– поширилися канали впливу західноєвропейської культури, поступово долалася однобічність візантійського впливу.

ЛІТЕРАТУРА

Котляр, М.Ф. (1998). *Галицько-Волинська Русь*. Київ: Видавничий дім “Альтернативи”.

Крип’якевич, І.П. (1984). *Галицько-Волинське князівство*. Київ: Наукова думка.

ЯК ЗБЕРЕГТИ УКРАЇНСЬКУ ІДЕНТИЧНІСТЬ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ ТА ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Сташенюк А.В.

Київський національний лінгвістичний університет

У сучасному світі процеси глобалізації охопили всі сфери життя людства. Ми можемо помітити суттєві зміни як в економіці, політиці так і в культурі різних країн світу. Глобалізація, зумовлена світовими інтеграційними процесами, покликана консолідувати світове співтовариство на ґрунті єдиного економічного простору. Але як в таких умовах зберегти культурну ідентичність країн світу, в тому числі й українську, та не дозволити розвиватися такому явищу, як масова культура.

Можемо сказати, що однією з найбільш актуальних та проблематичних сторін буття української нації є геополітичне та культурне самовизначення України у світі. Після проголошення незалежності перед нашою країною постала проблема напряму інтеграційних процесів в європейські та світові структури. І чим більше почали розвиватися євроінтеграційні процеси, тим більше загострюється проблема збереження національної ідентичності нашої держави.

Багато вчених зазначають, що в умовах глобальних викликів сучасності гарантією існування держави може бути лише глибоке національне самоусвідомлення і самоідентифікація сильної нації. С. Кримський зауважував, що “найважливішим засобом збереження національної самоідентифікації є розвиток культури. Бо саме культура розвиває особистість людини, формує людей, нові покоління. І в напрямі саме культури проходить головна магістраль національної ідентифікації. Звичайно, велике значення має державний чинник – національний суверенітет, національна політика, але ці питання наразі починають поступатися культурним процесам”.

В посттоталітарних державах європейського простору (в тому числі і в Україні) процеси глобалізації породжують дві протилежні тенденції. З одного боку, відбувається уніфікація, вестернізація та інтернаціоналізація населення. З іншого – названі процеси стимулюють активну протидію, що виявляється як національне культурне та духовне відродження, прагнення до етнонаціонального самоствердження.

Зараз Україна переживає етап становлення і саме в таких несприятливих економічних умовах їй приходить вирішувати проблеми державної, національно-культурної, соціальної та ідеологічної ідентичності. Поза всякими сумнівами, новочасна українська нація (як і багато націй східноєвропейського простору) формувалася за несприятливих обставин. Дехто навіть стверджує, що процес творення української нації не закінчився й досі, позаяк цю націю не об'єднують ані спільна мова, ані спільна історична пам'ять, ані віросповідання – три елементи, визнанні за конститутивні для національної ідентичності. Безперечно, ці поділи існують і накладають свій відбиток на сьогодення України, відображаються у політичних позиціях українців, зовнішньополітичних пріоритетах. На мою думку, найбільшою проблемою

сьогодення української нації є її невизначеність зі своєю місією, місцем і світі та стратегією розвитку. Все це не дає нам заявити про себе як сильну націю з власною історією та великим майбутнім. Я вважаю, що цю проблему можна вирішити тільки певним комплексом дій та інституцій, головною з яких є освіта. А. Перотті вважає, що саме заклади освіти покликані недопустити перетворення “людини з корінням” на “людину з антенами”.

В освіті головним повинно стати вивчення історії, культури, традицій, досвіду розвитку рідного народу та процесу становлення України як держави. Саме це, на мою думку, допоможе людям відкрити свою справжню природу, духовність, приналежність до нації та зрозуміти цінності, які об’єднували нас сотні років і, можливо, подальшу долю. Саме це дасть нам відчуття приналежності до однієї нації, об’єднаною спільною ідеєю, нації, яка має багатогранну цікаву історію та готова представити цю унікальність на світовій арені. “Кожна національна культура є самобутнім життєвим світом, у ній закодовані спосіб світосприймання та світорозуміння даної нації, в цьому сенсі вона містить у собі самобутній світогляд даного народу. Національна культура є тим кодом, що відкриває таємницю нації, творить портрет даного народу, в якому неповторно відображається весь його досвід”. Культура нації постає єдиною ланкою між минулим і сучасністю, гарантом національного майбутнього.

Також я вважаю, що дуже важливо виховувати толерантність до інших культур та націй світу. Розуміння того, що немає ні кращих, ні гірших, що всі ми рівні, але нас вирізняє наша культурна ідентичність, наша історія, має бути у кожної людини будь-якої країни. Як кажуть: багатство в різноманітті і ми повинні поважати це різноманіття.

Отже, можемо сказати, що розуміння культурної ідентичності є важливою умовою розвитку нації. Саме цей аспект допомагає нам вирізнитися серед інших націй у процесах глобалізації, а у випадку України, й євроінтеграції. Щоб забезпечити розвиток української самобутності, ми повинні більше зазирати до історії нашого становлення як нації, до нашої культури, звичаїв, традицій, бо саме вони формують наші цінності, менталітет, об’єднують спільною ідеєю та роблять унікальними у світі.

ХРЕЩЕННЯ РУСІ І МІЖНАРОДНИЙ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ КОНТЕКСТ

Суховій Д.Д.

Київський національний лінгвістичний університет

Хрещення Русі – надзвичайно важлива подія в історії України. Як відомо, християнство вже протягом багатьох століть є традиційною релігією на території нашої держави. Утвердження її було мотивоване певними соціально-політичними причинами, пройшло у своєму розвитку кілька важливих етапів. Погляди більшості дослідників сходяться на тому, що утвердження християнства пов’язано з часами князювання Аскольда (IX ст.) та, перед усім, приходом до влади Володимира Великого (кінець X ст.).

Існує версія, що християнство могло прийти з Криму. У Середньовіччі у Крим відсиляли неугодних пап та ченців, тому у VIII-IX ст. на півострові існували приходи, залежні від Царгороду. Побутують також думки, що хрещеним був ще легендарний князь Кий. Проте першим, хто здійснив спроби запровадження християнства на Русі, вважається князь Аскольд. Вірогідно, церква на Аскольдовій могилі є свідченням того, що князь княжив саме в той час, коли вже грецький імператор посилав місіонерів “хрестити багатьох”. За деякими припущеннями, у ході успішного походу на Візантію в 860 р. Аскольд уклав угоду, частиною якої стало хрещення князя і принаймні частини його воїнів. (Терещенко, 1995, с. 125). Наступний руський князь, Олег, стримував подальший розвиток та поширення християнства на території Київської Русі. Ігор толерував християнству, але й не збирався остаточно викорінювати давні язичницькі вірування, він сприяв дуалістичності релігії.

Наступну спробу християнізації пов’язують з візитом вдови Ігоря, Ольги, у Костянтинополь. Під час прийому розглядалася проблема християнізації Русі (Терещенко, 1995, с. 128). Проте місія з метою християнізації Русі була невдалою. В руському суспільстві періодично відбувалося поновлення традицій язичництва. Князь Святослав був відомим захисником язичництва – давньої релігії своїх предків. Але цікаво, що вже його сини, онуки Ольги Ярополк і Олег, були християнами.

Все ж таки на віки затвердити монотеїстичну релігію вдалося Володимирі Великому. Він спочатку запровадив єдиний язичницький пантеон богів на чолі з новгородським Перуном (Бойко, 2002, с. 132). Але трохи згодом Володимир переконався, що для зміцнення держави потрібна нова віра. Вибір християнства візантійського зразка як державної релігії був обумовлений низкою причин. Однією з таких було те, що у державної еліти вже існували досвід та традиція хрещення за візантійським звичаєм. Також Володимира приваблювало те, що відповідно до візантійської моделі християнства влада панівної верхівки безперечно домінувала над релігійною. Він мріяв про піднесення Староруської держави до рівня Візантії. Цісар змушений був видати за Володимира свою сестру в обмін на військову підтримку та охрестив його. Запровадження православ’я тривало приблизно з 988 до 990 рр. і посприяло зміцненню міжнародних зв’язків. Нова віра, в той самий час, заклала якісно нові основи в культурній сфері, сприяла розвитку мистецтва. Були запрошені священики та майстри з Візантії та Болгарії, привозилися ікони та книги. З прийняттям християнства починають формуватися риси оригінальної національної культури. Мовою писемності в тогочасній державі стала саме мова церкви, з духовних писань можна було довідатися про світ. В той же час церковна література та священнослужителі навчали русичів грамоти та прививати їм моральні цінності християн (Терещенко, 1995, с. 156).

Проте, незважаючи на всі позитивні аспекти впровадження нової релігії, православна церква не стала реальним захисником всіх верств населення; Київська держава все ще залишалася в культурній ізоляції з Європою.

Продовжив політику свого батька і в релігійній сфері князь Ярослав Мудрий, щопершим заснував у 1039 р. Київську метрополію та призначив у 1051 р.

першого митрополита українського походження Іларіона. Ярослав першим створив при Софійському соборі скрипторій-майстерню для переписування книжок, збудував Золоті Ворота та Печерський собор, а також підтримував досить тісні зв'язки з багатьма християнськими державами (Бойко, 2002, с. 139).

Таким чином, підсумовуючи, можна сказати, що впровадження християнства на Русі, безумовно, було прогресивним явищем. Воно сприяло зростанню авторитету та впливу Київської Русі на міжнародній арені. Процес утвердження православ'я залишив яскравий відбиток на подальшому розвитку культури України, сприяв формуванню нового світогляду та моральних цінностей населення. В цілому, епохальний вибір київських князів, що за тих чи інших причин схилився саме на бік християнства, переоцінити неможливо. Це рішення, безумовно, було поштовхом до еволюції та зміни вектору як зовнішнього, так і внутрішнього розвитку Старокиївської держави.

ЛІТЕРАТУРА

Терещенко Ю.І., Курило В.М. (1995). *Історія України*. Київ: Сільгоспосвіта.
Бойко О.Д. (2002). *Історія України*. Київ: ВЦ Академія.

ЕТНІЧНІ НІМЦІ В КАТЕРИНОСЛАВСЬКІЙ ГУБЕРНІЇ

Фартушна Д.М.

Київський національний лінгвістичний університет

Перші офіційні контакти між германцями та слов'янами починаються в VIII ст., за часів правління імператора Карла Великого, який доручив торгівлю з ними своїм особливим чиновникам. Найдавніші відомості про німців в Україні датуються кінцем X ст. Княгиня Ольга в 957 р. з великим посольством (понад 100 осіб) відвідала Константинополь, де зустрічалася з імператором – Оттоном I Великим. 959 р. княгиня вислала до нього посольство – просити єпископа і священників. Дана справа затрималася, бо аж 961 р. приїхав до Києва посвячений у єпископи чернець Адальберт з Тріру. Окрім питання про надіслання християнської місії, вона мала клопотатися про встановлення відносин “миру й дружби” з німецькою державою (Васильчук, 2017, с. 7-8).

Початок XVIII в Росії – період, коли вже склалися необхідні передумови для переселення іноземців. Протягом 1803–1825 рр. у Катеринославській губернії були засновані колонії: Бурвальде, Нідер Хортіц, Розенгарт, Блюменгарт. Перепис 1897 року свідчить, що на півдні України проживали 345 тисяч німців, що становило 4,2 відсотка від усього населення.

1905 року відомий вчений-археолог В.О. Бабенко видав “Етнографічні нариси Катеринославського краю”. Він писав, що німецькі колонії у Катеринославській губернії “являли собою зразок всього: найправильнішого розташування вулиць, провулків і площ, упорядкованих у багатьох випадках на європейському рівні ... Чистота й охайність упадають в очі кожному відвідувачу цих місць” (Бабаенко, 1905, с. 7-9).

До Катеринославської губернії прибули 900 переселенців, які належали до різних релігійних течій. Вони заснували колонії Ямбург, Йозефсталь і Фішерсдорф. Розвиток цих поселень відбувався по-різному. Незважаючи на тяжкі випробування процес колонізації не припинявся. Другий значний приплив емігрантів у Катеринославську губернію припав на більш заможних колоністів. Вони привезли з собою кошти, велику кількість худоби. Їхнє господарювання виявилось ефективнішим.

Дорога до німецько-української співпраці під час Першої світової війни була довгою. Починаючи з 1914 р., націоналісти обох народів прагнули до співпраці проти загальних ворогів поляків, росіян, євреїв. З 1914 р., обидві сторони постійно намагалися використати один одного у власних цілях. Українські націоналісти вели боротьбу за німецьких політиків, німці використовували їх для отримання обіцяного багатства України. Обидві сторони знову і знову шукали нової співпраці (Golczewski, 2010, s. 27-400).

В 1919 р. всі німецькі колонії в Україні зазнали страшного спустошення у зв'язку з нашествям Добровольчої армії генерала Денікіна. Це розорення особливо далось взнаки 1921 р., коли на півдні України стався неврожай, що призвів до голоду, бо всі хлібні запаси насильно присвоїла комуністична влада. Кількість німців в Україні в 1926 р. зменшилась до 514 тисяч.

На січневому пленумі ЦК КП(б) 1937 р. було висловлено думки про необхідність масового висилення німців з пром. районів УРСР. “Шпигунів” і “контрреволюціонерів” почали знаходити у всіх сферах життя. Хоча й в рядах радянської армії проти фашистської Німеччини воювало близько 37 тис. німців, влада з острахом ставилась до представників цього етносу. Був прийнятий Указ Президії Верховної Ради СРСР про депортацію німців Поволжя, а потім і всіх німців, які проживають на території СРСР. Німці були звинувачені в масовому шпигунстві. Жертвами Указу стали всі без виключення: старі, дорослі й навіть ненароджені діти (Шаповал, 2010, с. 347).

Після перемоги над Німеччиною в Другій світовій війні 1945 року, згідно з ялтинськими угодами, СРСР депортував 250 тис. українських німців з окупованих радянськими військами зон Німеччини та Польщі назад до Радянського Союзу.

На сьогоднішній день у Дніпровській області діють три німецьких товариства “Відергебурт”. Організація розвиває співробітництво з німецькомовними країнами, працює над популяризацією німецької мови та культури. “Відергебурт” співпрацює з Гетте-Інститутом, благодійним фондом “Товариство розвитку”, Дніпровським центром Програм розвитку ЮНЕСКО та ООН, з представником бюро делегата німецької економіки і Червоним Хрестом Німеччини з питань доставки гуманітарної допомоги. Регулярно проводяться Дні німецької культури, концерти за участю творчих колективів з Німеччини та України.

ЛІТЕРАТУРА

Васильчук В.М. (2017) *Етапи розселення німців в Україні*. – Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАН України. – К.: Рада німців України.

- Бабенко В.А. (1905) *Этнографический очерк народного быта Екатеринославского Края.* – Екатеринбург: издание Губернского земства к XIII Археологическому съезду.
- Frank Golczewski (2010) – *Deutsche und Ukrainer 1914–1939.* – Paderborn, München: Schöningh.
- Шаповал Ю.І. (2010) *Справа національної спільноти німців в Україні. Енциклопедія історії України : у 10 т.;* Інститут історії України НАН України. – К.: Наук. Думка.

СТОЛИПІНСЬКА АГРАРНА РЕФОРМА В УКРАЇНІ

Чабан А.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Я обрала цю тему, оскільки вважаю її актуальною. Чи має земля бути товаром, чи вона є генетичним кодом нашого народу і не підлягає продажу? До сих пір немає однозначної думки в нашому суспільстві. Дуже цікаво також на прикладі П. Столипіна дослідити роль особистості в історії, адже хоча історія не має “сослагательного наклонения”, я вважаю, що саме Столипін, в разі успішності його реформ, мав шанс змінити історію Росії та України, унеможлививши жовтневу революцію, яка відкинула нашу країну в розвитку на багато років назад.

Як і зараз, сто років тому економіка України була переважно аграрною. Криза 1905–1907 років супроводжувалась погіршенням економічного становища в Росії. Щоб припинити сповзання країни в прірву, в Росії вдруге після 1861 року було проведено аграрну реформу. Основною причиною реформи стала, існуюча на той час, общинна форма ведення сільського господарства, для якої були характерні бідність і психологія зрівняльного розподілу. Саме тому члени таких общин, які відрізнялись низьким рівнем кваліфікації, часто осідали на ринку в якості баласту, а також поповнювали ряди різноманітних революційних рухів та злочинних угруповань. Сільські общини були юридичними власниками землі, без їх дозволу люди не мали права вільно розпоряджуватися своєю власністю (Терещенко, 1996, с. 134).

Всередині общини, між її членами, періодично проходив перерозподіл земельних наділів. До того ж, селянські землі склалися з декількох відрізків, які були розташовані в різних місцях общинної землі. Відповідно, селянин не був зацікавлений в використанні сільськогосподарських машин або аграрних нововведень, оскільки після розподілу він міг отримати землю значно гіршої якості. Багато хто з селян, не маючи робочої худоби та знарядь праці, здавали свої землі в оренду, але продовжували бути платниками податків. Наслідками такого порядку було зубожіння селян та посилення бунтівних настроїв. Крім того, більшість селянських господарств не орієнтувались на ринок. Майже все, що ними вирощувалось, йшло на власні потреби.

З другого боку, попит на сільськогосподарську продукцію зростав завдяки швидкому розвитку промисловості та урбанізації. Невирішеність проблем села,

де проживало близько 80% населення Придніпров'я, породжувало соціальне напруження, наслідком якого стала революція 1905 року.

Комплекс реформ, розпочатих указом від 9 листопада 1906 року передбачав три основних напрямки руйнування сільської общини, дозвіл селянам отримувати землю у приватну власність (хутір чи відруб) та переселення селян у малозаселені райони Сибіру та середньої Азії. Згідно з ним, селяни могли вільно виходити з селянської общини і ставати власниками землі, об'єднувати отримані ділянки в одну (так званий відруб), або відселитися на хутір.

На теренах України аграрна реформа Столипіна проходила найбільш успішно. Якщо в губерніях Європейської Росії з общин вийшло близько 24 відсотків господарств, то на правобережжі – 50.7%, Півдні України – 34.2%, і тільки на Лівобережжі – 13.8%. Унаслідок концентрації земельних наділів у руках заможних власників, використання ними машин, добрив, розширення посівних площ в Україні за 1909–1913 роки майже у півтора рази збільшився збір зерна. До 1914 року урожайність зернових піднялась на 14%, а в деяких регіонах навіть на 25%. При цьому виробництво основних видів зернових з 1909 по 1913 рік перевищувало продукцію Аргентини, Канади та США разом взятих. Виріс також експорт сільськогосподарських продуктів в країні. Зерно з Росії збивало ціни на світовому ринку. У селян з'явилися індивідуальні кошти для покупки власних земель та техніки (Обнинский, 1998, с. 276).

Виходячи з общини, чимало селян продавали землю й переселялися за Урал, до Сибіру. Протягом 1906–1912 років там опинилося близько мільйона українських селян. Але майже чверть з них не знайшли в далеких регіонах кращої долі і змушені були повернутися в рідні місця, поповнивши лави пролетаріату.

Аграрну реформу не сприйняли великі землевласники, оскільки боялися втратити дешеву робочу силу. Ліві партії також були налаштовані проти реформи, яка зменшувала соціальну напруженість в селі, тобто послаблювала революційний потенціал селянства.

ЛІТЕРАТУРА

- Обнинский, В. (1998) *Последний самодержец*. Берлін, Німеччина.
Терещенко, Ю. І. (1996). *Україна і європейський світ: Нариси історії від утворення Старокиївської держави до кінця XVI ст.* Київ: Перун.

ПРОНИКНЕННЯ ХРИСТІЯНСТВА НА РУСЬ

Чернобук О.О.

Київський національний лінгвістичний університет

Метою даної роботи є розгляд подій, певних чинників і впливів на запровадження християнства в Київській Русі. Ми розглянемо шляхи проникнення християнства, як воно з'явилося на нашій землі, його історію.

Історія християнства на Русі починається з переказу, глибоко вкоріненого в народній пам'яті – оповіді про подорож на Русь Св. Андрія Первозванного,

яке знаходиться в недатованій частині “Повісті временних літ”. Про достовірність цього факту в історичній науці ведуться суперечки. Але не викликає сумнівів перебування Св. Андрія на берегах Північного Причорномор’я. Переказ про освячення апостолом київських пагорбів зараз має багатьох прихильників, упевненість яких заснована на великому обсязі цілком достовірного історичного матеріалу. Уже такі церковні письменники, як Тертулліан, Панас Олександрійський та інші, називають скіфів серед народів, між якими було поширене християнство.

“Гуни вивчають Псалтир, а холоду Скіфії палають жаром віри”, – говорить Ієронім. Останні його слова сприймаються як гіпербола, але факт раннього поширення християнства в Північному Причорномор’ї, де була розкинута мережа грецьких міст-колоній (Ольвія, Танаїс, Херсонес, Феодосія, Пантікапей), не підлягає ніякому сумніву, оскільки підтверджується не тільки письмовими, але і численними археологічними даними.

Нашестя гунів наприкінці IV – на початку V століття мало серйозні негативні наслідки для поширення християнства на Русь, оскільки на деякий час розірвало зв’язки східних слов’ян із християнськими центрами Візантії. Але вже кінець V – початок VI століття стає часом рішучих змін як у житті східних слов’ян, так і всього слов’янства. На цей час у районі Середнього Подніпров’я починає складатися союз слов’янських племен, на чолі якого стало плем’я русів, що жило в басейні ріки Росі. Створення такого союзу поклато початок давньоруській державності, з центром у Києві.

Першою відомою спробою офіційної християнізації вважається “Аскольдове хрещення”, яке сталося приблизно у 867 році (більше ніж за 100 років до офіційно прийнятої історично дати – 988 рік), хоча це ніяк не підтверджується документально з боку літописців Київської держави, адже літописання розпочалося пізніше. Зберігся лише пізніший Ніконівський літопис, який коротко повідомляє, що візантійський імператор Василій хрестив Аскольда та послав архієрея на Русь.

У 864–865 роках під егідою Константинополя була хрещена Болгарія, можливо, тоді ж і на Русь був посланий митрополит за домовленістю з київськими князями Аскольдом і Діром. Але їхні християнські діяння не знайшли підтримки у князя Олега, який у 882 році захопив владу у Києві та вбив Аскольда та Діра. Російський історик В.Н. Татищев у подіях IX–X століть вбачає явне протистояння двох “партій” – з одного боку, язичницької (від Олега), з другої – християнської (від Аскольда). У подальшому це протистояння можна побачити в наступному договорі князя Ігоря з греками 944 року. Також цей договір вказує на те, що посіяне вчення Христове дало свої плоди, тобто розповсюдження християнства на землях Русі, хоч і не швидко, але відбувалось. У договорі 944 року говориться, що язичник Ігор і люди його присягали на пагорбі перед ідолом Перуна, а християни присягали в церкві святого Іллі.

У 946 році (після смерті Ігоря) приймає християнство княгиня Ольга. У 952 році вона будує в Києві церкву Св. Софії (дерев’яну).

Ольга зробила багато для своєї країни у політичному та релігійному плані. Після неї керівництво державою по праву перейшло до її сина Святослава – язичника, при якому вона в останні роки свого життя не проявляє якої-небудь відомої нам християнської активності. Тобто ніяких документів, які б хоч якось підтверджували те, що Ольга веде певну християнізацію, не збереглося. Але те, що Ольга все ж таки завершила своє земне життя (в 969 році) християнкою, знаходить підтвердження в Новгородському літописі.

Прихід до влади Святослава означав реванш поганської опозиції, що прагнула зберегти стару віру, колишній устрій, старі звичаї тощо. Проте це становище не могло тривати довго. Відсутність Святослава і його дружини у Києві під час тривалих походів на Схід, Північний Кавказ, Балканської кампанії не могли не вплинути на позиції християнської релігії у Києві. Посилення руської торгівлі завдяки успішним походам князя, збагачення боярсько-купецької верстви сприяли неухильному поглибленню майнового і соціального розшарування, підсилювали київське боярство, що прагнуло зміцнити своє становище. Християнська релігія допомагала цьому.

У 980 році до влади приходять син Святослава князь Володимир. Джерела свідчать, що Володимир був дуже владною і цілеспрямованою людиною. Військові походи київських князів привели до об'єднання під його владою значної території, заселеної слов'янськими племенами. Для внутрішнього зміцнення держави йому було необхідно запровадити централізоване керівництво, чому заважала язичницька релігія. Хрещення Володимира у 988 році дало йому можливість опертися на християнську церкву у внутрішній і зовнішній політиці, вивело Русь на міжнародний рівень як рівноправного партнера європейських держав і сприяло розвитку давньоруської культури.

ЛІТЕРАТУРА

- Брайчевський, М. Ю. (1988). *Утвердження християнства на Русі*. Київ: Наукова думка.
- Терещенко, Ю. І. (1996). *Україна і європейський світ: Нариси історії від утворення Старокиївської держави до кінця XVI ст.* Київ: Перун.

ТУРИЗМ І ФІЗВИХОВАННЯ

ІСТОРИЧНІ ТА ФІЛОСОФСЬКІ ПОГЛЯДИ МИСЛИТЕЛІВ В УКРАЇНІ

Біла А. Р.

Київський національний лінгвістичний університет

Українська культура посідає вагоме місце в історії людської цивілізації. Ще з давніх часів український народ був високорозвиненою спільнотою, свідченням тому – трипільська культура, пізніше – геніальна пам'ятка українського народу V-IX ст. – “Велесова книга”.

Філософський світогляд, поданий у “Велесовій книзі”, показує, що український народ вірить передусім у свої власні сили і здібності. “А йдемо куди – знаємо: по землі на гори і в луку моря” (Велесова книга, 1994, с. 315).

Якісно нового змісту набуває філософська думка у Київській Русі. Становлення філософії Русі відбувалось у процесі розв'язання суперечностей між слов'янським міфологічним світоглядом та християнством. Нагадаємо, що у 988 р. на Русі впроваджується християнство. Світоглядна культура Русі акцентує увагу на таких важливих проблемах, як протистояння духу і природи, душі і тіла, духовного і тілесного, Бога і Диявола та інших. При цьому в центр названої піраміди проблем ставиться людина в етико-моральному світлі, її почуття і розуміння світу. Розвиток філософської думки у Київській Русі в межах християнського віровчення яскраво демонструють літописи та твори церковно-богословського характеру: проповіді, повчання тощо (Історія української філософії, 1996, с. 287).

У XIV-XVI ст. філософію України оригінально представляли ересі. Філософські ідеї єретиків проявлялися у світоглядній оцінці діяльності церковної ієрархії, ченців. Єретики пропагували критичне ставлення до окремих православних догматів, церковних обрядів, розвивали думку про свободу волі, умовою реалізації якої вони вважали поширення освіти.

С. Оріховський один із перших в європейській філософській думці став заперечувати божественне походження влади й держави, виступав проти підкорення світської влади релігійній, стверджував, що королівська влада дана не Богом, виникла внаслідок договору між людьми. Він вважав, що природне право стоїть вище від людських законів, тому останні в разі необхідності можна змінювати. Мир, злагода й спокій у державі будуть тоді, коли люди житимуть у згоді з законами природи (Нариси історії філософії на Україні, 1992, с.123).

Мислителі-гуманісти проявляли активний інтерес до світової історії та історичного минулого українського народу. Вони вважали історію вчителькою життя і радили вчитися на історичних прикладах, особливо на діяннях великих особистостей. Вивчення історії – засіб пробудження гордості народу за своє минуле, розвитку патріотичних почуттів, любові до Вітчизни.

У Києво-Могилянській академії, яка була заснована Петром Могилою, вперше в Україні філософію викладали окремо від теології. Видатні професори Києво-Могилянської академії розуміли філософію як систему дисциплін чи наук, покликаних віднайти істину, причини речей, даних людині Богом, дослідити життя й добродієність. Значну увагу приділяли вчені Києво-Могилянської академії проблемі взаємозв'язку волі й розуму. Визнаючи свободу волі, вони надавали пріоритетного значення переважно розумові.

Вчені Києво-Могилянської академії зробили значний внесок у розвиток філософії права.

Так, видатний український філософ Г. С. Сковорода був вихованцем Києво-Могилянської академії. Сковорода вважав найважливішою з усіх наук науку про людину та її щастя. Роздуми Г. Сковороди мають релігійно-філософський характер, вони спираються на головні християнсько-світоглядні категорії: любов, віру, щастя, смерть та ін. Філософ шукає відповідь на

питання, ким є людина, який зміст її життя, які основні грані людської діяльності.

Г. Сковорода намагався сконструювати життєвий простір людини не тільки за допомогою раціонально визначених філософських понять, а й за допомогою того, з чим повсякденно має справу людина і що одночасно має для неї вирішальне значення. Мисль, думка – це головна точка, тому її Сковорода часто називає серцем. Доки плоть та кров будуть панувати над серцем, доки людина не визнає їхньої злиденності, шлях до істини закритий, вважає Сковорода.

Після Г. Сковороди вперше з новою силою зазвучала філософія українського духу у творчості Т. Г. Шевченка. Ця філософія глибоко індивідуальна, особиста і, разом з тим, ґрунтувалась на національній ідеї українського народу, його ментальності. Філософія Т. Шевченка виростає насамперед з конкретно-узагальненого ставлення до любові, надії і віри. Саме з любові до України виникає шевченківська філософія пробудження людської гідності, сили протесту і бунтарства. Вінець Шевченкової творчості – уславлення свободи, першої й неодмінної передумови людського поступу, добробуту й щастя. До найбільш волелюбних книг належить “Кобзар”.

Великий внесок у розвиток української філософії другої половини ХІХ - початку ХХ ст. зробили М. П. Драгоманов, І.Я. Франко та Леся Українка

Виходячи з ідеї, що існування будь-якої національної філософії реалізується як прояв філософії духу, можемо стверджувати: українська філософія є особливим, оригінальним явищем. Ця особливість визначається домінантою етико-морального спрямування. Український народ створює філософію, у центрі якої є людина з її внутрішнім світом, який перебуває в органічній єдності з умовами її самореалізації.

ЛІТЕРАТУРА

Велесова книга. (1994). Київ-Одеса: ЯВФ.

Горський В.С. (1996). *Історія української філософії*. Київ: КМ Academia.

Кралюк П. М. (2013). *Історія філософії України*: Острог: Острозька академія.

Чижевський Д. (1992). *Нариси історії філософії на Україні*. – Київ: Орії при УКСП Кобза.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Гончаренко К. І.

Київський національний лінгвістичний університет

Важливим напрямом прискорення соціально-економічного розвитку країни є підвищення ефективності функціонування господарського комплексу кожної адміністративно-територіальної одиниці на основі раціонального використання її природно-ресурсного, екологічного, виробничого та іншого потенціалу. Більшість регіонів України, володіючи значним туристичним потенціалом, мають суттєві передумови для забезпечення свого соціально-економічного

розвитку за рахунок активізації сфери туристичного бізнесу. В Законі України «Про внесення змін до Закону України “Про туризм” № 1282-IV від 18.11.2003 р. відзначено, що туризм є одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури, джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів (Про внесення змін до Закону України “Про туризм”, 2004).

Державне регулювання туристичної діяльності є одним з механізмів реалізації державної політики в галузі туризму, яка включає в себе комплекс організаційних, соціально-економічних, політико-правових та інших методів, що використовуються парламентами, урядами, державними і громадськими організаціями та установами з метою створення умов для розвитку туристичної галузі в країні.

Наразі в Україні спостерігається тенденція покращення використання туристично-рекреаційних ресурсів. У той же час розвиток індустрії туризму в регіонах України гальмується недосконалістю нормативно-правової бази, а також методичної, організаційної, юридичної та інформаційної підтримки суб'єктів підприємництва в сфері туризму та курортів; недостатньою ефективністю механізмів державного регулювання та управління туристичними підприємствами у сфері туризму і курортів; незначними обсягами інвестицій, які вкладаються у розвиток матеріально-технічної бази туризму; недосконалістю туристичної інфраструктури; неефективністю використання рекреаційних ресурсів. Це обумовлено тим, що не дивлячись на значну теоретико-методологічну базу досліджень проблем використання туристично-рекреаційних ресурсів вітчизняними і зарубіжними вченими, питання державного регулювання індустрії туризму досліджено недостатньо.

Важливою метою державного регулювання є охорона навколишньої природного середовища. Підприємництво в сфері туризму пов'язане з використанням природних рекреаційних туристичних ресурсів у вигляді лікувально-оздоровчих місцевостей, земель, лісів, водних ресурсів, природних заповідників, національних парків, курортів і т. д. Оскільки природні ресурси, як це встановлено законодавством, знаходяться в державній власності, то в умовах змішаної ринкової економіки їх використання в сфері туризму ґрунтується на орендних відносинах.

Як показує практика, створення єдиного державного органу управління в індустрії туризму в цілому себе виправдовує. Організаційні структури управління розвитком туризму на регіональному та місцевому рівнях фактично сформовані. Створено декілька крупних акціонерних товариств та організацій з різним відомчим підпорядкуванням і формами власності. Наприклад, Західноукраїнська туристична асоціація (ЗУТА), засновниками і членами якої є генеральні агентства туризму в Закарпатській, Волинській, Рівненській, Львівській, Івано-Франківській, Тернопільській, Чернівецькій та Хмельницькій областях. Асоціація створена з метою об'єднання зусиль і ресурсів та координації дій з питань вироблення стратегії розвитку туризму в західному регіоні України. Але для того, щоб туристична індустрія України як у цілому в державі, так і в окремих регіонах зайняла чільне місце в економічному зростанні, необхідно вирішити ще багато завдань.

Тому удосконалення механізмів державного регулювання та організаційної структури управління індустрії туризму у регіонах України є дуже актуальним і своєчасним. Необхідність пошуку раціональних шляхів щодо підвищення ефективності механізмів державного регулювання індустрії туризму у регіонах України обумовлює актуальність даної роботи.

ЛІТЕРАТУРА

- Козловський, Є.В. (2015). *Правове регулювання туристичної діяльності: Навч. посіб.* Київ: Центр учбової літератури.
- Про внесення змін до Закону України «Про туризм». № 1282-IV § розд. II ст. 3. (2004).
- Пуцентейло, П.Р. (2007). *Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: Навч. посіб.* Київ: Центр учбової літератури.
- Школа, І.М. (2003). *Менеджмент туристичної індустрії: Навчальний посібник.* Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ.

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ

Дмитренко А.В.

Київський національний лінгвістичний університет

Глобалізація є об'єктивним процесом і вищою стадією інтернаціоналізації, яка характеризується якісною зміною змісту всіх видів діяльності сучасного суспільства. Окремі автори визначають глобалізацію як процеси технологічної (в тому числі інформаційної), економічної, культурної та політичної інтеграції людства, у зв'язку з чим, докорінно змінюється світоустрій і світовий порядок. Глобалізація сьогодні має вплив практично на всі основні сфери життя і соціальної організації. Глобалізація є скрізь, вона має як негативні, так і позитивні аспекти.

Новим моментом для сучасних процесів глобалізації є розповсюдження соціальних зв'язків на такі сфери діяльності, як технологічна, організаційна, адміністративна, правова, а також тенденція до встановлення взаємозв'язків через численні мережі сучасних комунікацій та нових інформаційних технологій. Без урахування процесу глобалізації неможливо прогнозувати, визначати та здійснювати зовнішню політику будь-якої держави. Терміном "глобалізація" позначається широкий спектр подій та тенденцій: розвиток світових ідеологій, інтенсивна боротьба за встановлення світового устрою, зріст числа і впливу міжнародних організацій, послаблення суверенітету національних держав тощо. Глобалізація зробила свій внесок у розвиток корпоративної соціальної відповідальності і в стурбованість про підзвітність недержавних суб'єктів, таких як транснаціональні корпорації за їх діяльність, зокрема за негативний вплив на довкілля і т. д. Водночас наразі констатується збільшення кількості компаній, що розробляють кодекс поведінки діяльності.

В сфері культури глобалізація пов'язана з розвитком мереж зв'язку, зі знанням і з ідеологічним дискурсом навколо глобалізації, як необхідного кроку

на шляху до глобального щастя. Глобалізація зумовила модифікацію загального способу життя і споживчих звичок. Культурна глобалізація також впливає на діяльність ЗМІ, в результаті чого людські трагедії привертають пильну увагу. “Глобалізація ЗМІ” також призвела до того, що великі монополії контролюють ключові глобальні засоби масової інформації з усіма ризиками упередженості і необ’єктивності, які вони можуть мати.

У соціальній сфері глобалізація суттєво вплинула на рівні і умови зайнятості та на соціальні права працівників. Глобальна конкуренція, яка супроводжується переселенням і оффшорингом, підштовхує компанії до перенесення виробництва до країн, де зарплати та соціальний захист працівників є більш низькими. В результаті профспілки і робітники в багатших країнах “змушені” погоджуватися на менш сприятливі умови, які часто називають соціальним демпінгом.

До найбільш зацікавлених і активних критиків процесів глобалізації належать профспілки. Конференція профспілок Європейського Союзу, наприклад, закликала дотримуватися засад, які підтримують сталий розвиток. Вони повинні включати наступні багатосторонні структури, зокрема, з метою:

- захисту мігрантів
- сприяння соціальному захисту
- просування гідної і справедливої роботи як ключового інструменту для зменшення бідності
- захисту прав працівників, безпеки харчових продуктів, здоров’я, освіти, гендерної рівності і повної самостійності жінок.

Вплив глобалізації на соціальну сферу виявляється в тому, що вона піднімає питання соціальної сфери і соціальної політики на наднаціональний рівень, породжує і підтримує дискурс, діалог відносно кращого регулювання сучасних державних стосунків в інтересах соціального добробуту Сходу і Заходу, Півночі і Півдня. Тому глобальна соціальна політика є результатом діяльності наднаціональних суб’єктів і включає глобальний соціальний розподіл, глобальне соціальне регулювання, а також глобальне соціальне забезпечення і захист прав громадянина. Усі ці напрями включають методи і стратегії, за допомогою яких наднаціональні організації визначають контури національної соціальної політики.

Резюмуючи, варто відзначити, що домінуюча ідея глобалізації неодмінно перейде від вузького ринкового виміру до більшого акцентування уваги до проблем людства.

ЛІТЕРАТУРА

- Білецький В. (2004). Глобалізм як явище сучасного світу і його вплив на трансформацію особистості (соціально-філософський аспект). Донецьк: Східний видавничий дім.
- Толстоухов А.В. (2003). Глобалізація. Влада. Еко-майбутнє. Київ: Парапан.
- Зернецька О. В. (1999). Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. Київ: Освіта.

Козлітін В. Д. (2004). Глобалізація: дискусії про сутність, причини та перспективи світових глобалізаційних процесів наприкінці ХХ та на початку ХХІ століття. Харків: Майдан.

ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ

Дмитренко А. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Всебічне дослідження аспектів туризму є актуальною проблемою, яка зумовлена його багатогранністю та суспільною значущістю. Туризм перетворився на одну із невід'ємних складових частин життєдіяльності людей у більшості країн світу та одного з найперспективніших напрямків соціально-економічної діяльності у ХХІ ст. Економічна та соціальна значущість туризму в сучасних умовах визначається тим, що туристичний бізнес сприяє піднесенню економіки, розвиваючи такі галузі промисловості як сільське господарство, торгівля, будівництво, зв'язок, виробництво товарів широкого споживання, сприяє зайнятості населення, зростанню потенційного та реального валового внутрішнього продукту країни складає вагоме джерело валютних надходжень та засіб забезпечення позитивного сальдо платіжного балансу країни. Окрім забезпечення надходження коштів, туризм став значущим чинником посилення престижу країни та сприятливо вплинув на підвищення освітнього рівня населення.

Одним із найважливіших чинників, що впливає на розвиток як внутрішнього, так і міжнародного туризму, є добробут населення. Існує чіткий зв'язок між тенденцією розвитку туризму, загальним економічним розвитком і особистими доходами громадян.

Туризм спричиняє мультиплікаційний ефект, може позначитися на стратегії життєзабезпечення місцевих домогосподарств, діловому кліматі для розвитку малого підприємництва, характері зростання місцевої або національної економіки, інфраструктурі або використанні ресурсної бази у країні призначення. Крім того, туристичний сектор відіграє ключову роль у плануванні та реагуванні на стихійні лиха, які мають особливо серйозні наслідки у країнах, що розвиваються, особливо для найбідніших прошарків суспільства.

Враховуючи загалом невисокий рівень можливостей диверсифікації економіки країн, що розвиваються, туризм може послугувати причиною для розвитку і поліпшення стандартів життя місцевих жителів цих країн. Позитивні ефекти у даному контексті оцінюються через наступні параметри.

Доходи і зайнятість. З огляду на працenasиченість, галузь може стати одним із головних джерел доходу в цих країнах. Туризм сприяє і розширенню можливостей працевлаштування місцевих громадян через пропозицію базових товарів і послуг (готелі, ресторани, таксі), стимулює пропозицію товарів і послуг у відсталих і передових галузях і може генерувати неформальну зайнятість (вулична торгівля, послуги гідів).

Державні доходи. Туризм може впливати на рівень державних доходів прямо (через оподаткування прибутку туристичних фірм і зайнятість) та опосередковано (оподаткування товарів та послуг, що надаються туристам).

Платіжний баланс. Для багатьох країн, що розвиваються (в першу чергу острівних), туризм є основним джерелом валютних надходжень, урівноважуючи баланс, шляхом скорочення державного боргу, або ж через фінансування зростання інших галузей економіки.

Інвестиції. Галузь може стимулювати уряди до покращення інфраструктури, оскільки постійно з'являються нові й вищі стандарти транспорту, комунікацій, тепло- і водопостачання та інших комунальних послуг.

Водночас слід мати на увазі, що туризм може мати і негативний вплив на економіку. Так, виробництво туристичної продукції і послуг вимагає переміщення ресурсів з інших сфер економіки.

Туристична галузь має стати генератором економічного зростання країн, що розвиваються, особливо тих, в яких можливості диверсифікації економіки є обмеженими. Збільшення притоку туристів має в цілому позитивні економічні наслідки для країн-реципієнтів, зокрема у контексті зростання доходів та зайнятості, державних доходів, диверсифікації економіки та валютних надходжень.

ЛІТЕРАТУРА

- Пуцентейло, П.Р. (2007). Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. Київ: Центр учбової літератури.
- Мальська, М. П, Рутинський, М. Й, Білоус С. В., Мандюк. (2014). *Економіка туризму: теорія та практика*. Київ: Центр учбової літератури.
- Мальська М. П, Антонюк Н. В., Ганич Н. М. (2008). Міжнародний туризм і сфера послуг. Київ: Знання.
- Новіков В.С. (2007). Інновації в туризмі. Москва: Академія.
- Кіптенко В.К. (2010) Менеджмент туризму. Київ: Знання.
- Кобржицький В.В. (2012). Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку міжнародного туризму. Київ: Знання.
- Братюк В.П. (2012). Аналіз досвіду західних країн щодо формування державної політики сприяння розвитку туризму. Київ: Знання.

КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА КИТАЮ ЗА ЧАСІВ ІМПЕРАТОРА ЦІНЬ ШИ ХУАНДІ

Драмарецька К. А.

Київський національний лінгвістичний університет

За розмірами й дивовижністю Китай являє собою вражаючу картину: складно знайти державу, яка буде настільки ж багатогранною і загадковою. Багатостолітні традиції поєднуються з металом і склом хмарочосів, а стародавні храми ані трохи не заважають європейському стилю життя. Центральна Азія з її

пустелями, справжні тропіки на півдні, Дах Світу Тибет, печери, залишки древніх цивілізацій і багатоіншого створюють парадоксальний візерунок цієї країни.

Творець китайської імперії з часом перетворився на легендарного персонажа, структуру, яка несе в собі одночасно і паростки майбутнього, і те, що могло погубити їх. Протягом століть правителі не припиняли співвідносити себе з образом першого імператора, знаходячи в ньому одночасно й те, що краще і то найгірше, що було в них самих.

У 246 р. до. н.е. після смерті царя Чжуан Сян-вана на престол царства Цінь вступив його син Ін Чжен. На той час йому було лише 13 років, до його повноліття державою керував перший радник царя Люй Бу-вей. Згодом, у 221 р. до. н.е. царство Цінь переможно закінчило тривалу боротьбу за об'єднання країни. На місці роздібнених царств утворюється єдина імперія з централізованою владою (Історія стародавнього сходу, 1996, с. 494).

Прийнявши новий титул, Цінь Ши Хуанді здійснив низку великих загальнодержавних перетворень, спрямованих на зміцнення економічної, політичної і культурної єдності країни.

Найпотужніші пам'ятки, за своїм масштабом не вміщаються в буденну свідомість, належать саме цьому правителю. Величність імператора не знала меж. Герой і засновник нової епохи Цінь Ши Хуандіза рахунок величності свити і двору прагнув показати блиск своєї слави. У Сяньянї, на північному березі Вейхе, він побудував пишну резиденцію, яка відбивається в річці як ніби подвоюється магією води. Знать, придворні дами, блазні і співачки юрмилися в цих величезних палацах. Правитель входив в резиденцію використовуючи власну дорогу побудовану за його задумом і оточену високими земляними насипами, щоб ніхто не міг бачити, як йде Син Неба (*La civilization dela Chine classiques*, 1987, с. 146).

Його гробниця – головна визначна пам'ятка Сианя. Ніщо не ілюструє могутність Цінь Ши Хуанді більш достеменно, ніж розміри його похоронного комплексу. Будівництво гробниці почалося відразу після утворення імперії неподалік від нинішнього Сианя. Крім самого місця поховання в формі кургану, було виявлено цілу армію скульптур солдатів, які супроводжують імператора на той світ. Сьогодні відомо про 8099 скульптур піхотинців, лучників і вершників з кіньми, яких сховали під землею. Цей скульптурний ансамбль назвали теракотовою армією.

Гробниця китайського імператора Цінь Ши Хуанді ось вже більше двох тисяч років охороняється цілою армією солдатів, які покійрно, протягомусьогоцьогочасу, стоять на своєму посту. Такій відданостіможнабуло б позаздрити, якщо не брати до уваги, що ці солдати зроблені з глини, хоча виглядають як живі і кожен має індивідуальний вираз обличчя. Крім того, Китай відомий суворими звичаями, за непослух солдатів чекала найжорстокіша кара володаря піднебесної імперії.

Саме з ініціативи Цінь Ши Хуанді почалося спорудження Великої Китайської стіни, що простягнулася на 8851,8 км і є найдовшою в світі фортечною стіною, що захищала Піднебесну від варварів. На той час над її

будівництвом працювало близько мільйона чоловік. Тому не дивно, що фантазія великого імператора вирішила супроводити свій відхід до Царства смерті таким колосальним теракотовим військом (Великие пам'ятники древних цивілізацій, 2011, с. 223).

Будівництво цього гігантського мавзолею почалося ще за життя імператора, в 247 році до н.е. Будівництво зажадало зусиль більш ніж півмільйона робочих ремісників, а тривало воно 38 років. Цінь Ши Хуанді помер у 210 р. до н.е. За даними китайського історика Сіма Цяню, разом з ним були заживо поховані 48 наложниць і величезна кількість коштовностей і виробів ремісників. Саму гробницю імператора ще не розкрили, отже ще попереду можуть з'явитися можливості розкрити загадкові подробиці його смерті. Разом зі смертю великого імператора закінчується і рання історія міста, яке після становлення імперії перетворюється на руїни.

Говорячи в цілому про Китай, можна сміливо стверджувати, що ця країна кожним зі своїх міст і районів становить інтерес для туристів. У Китаї розташовано 52 історичні і природні пам'ятки, внесені ЮНЕСКО до каталогу світової культурної і природної спадщини, можна знайти місця, що відповідають будь-яким інтересам від пляжного відпочинку до вивчення стародавніх легенд і пам'ятників культури.

ЛІТЕРАТУРА

- Коротя С. Г. (2011). *Великие памятники древних цивилизаций*. Москва: Экспо.
- Крижанівський О. П. (1996). *Історія стародавнього сходу*. Київ: Либідь.
- Vadimeet Danielle Eliseeff. (1987). *La civilisation de la Chine classiques*. Paris: Arthaud.

ОЦІНКА ПРИРОДНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АЗОВСЬКОГО РЕГІОНУ

Дудка М.С.

Київський національний лінгвістичний університет

Природно-ресурсний потенціал має істотне значення для життя і діяльності суспільства, особливо в туристичній галузі – рекреаційні та водні ресурси. Вони забезпечують відновлення та розвиток життєвих сил людини, витрачених у процесі трудової діяльності, тобто слугують для регенерації здоров'я і підтримки працездатності населення. Азовський регіон, враховуючи його географічне положення, особливості господарського освоєння, природні умови та ресурси, має достатньо розвинутий туристсько-рекреаційний комплекс.

Рекреаційний регіон займає територію вздовж берегів Сиваської затоки та Азовського моря у межах Донецької, Запорізької, частково Херсонської обл. Протяжність регіону з північного сходу на південний захід складає 360 км. Південні береги погорбовані, урвисті; західні – переважно низовинні. Поширені піщані коси: Арабатська Стрілка, Бердянська, Білосарайська.

Курортні та рекреаційні ресурси: піщані пляжі, мінеральні води різного хімічного складу, лікувальні грязі та ропа солоних озер і заток Азовського

моря. Азовське море найулюбленіше місце для сімейного відпочинку, море мілке і добре прогрівається влітку (середня глибина 6 метрів, а максимальна 14 метрів), температура води в літку може досягати до 30 градусів за Цельсієм. За існуючими природними і кліматичними умовами на дні Азовського моря дуже добре розвивається морська флора і фауна, у воді міститься 92 хімічних елементів, під час шторму хвилі піднімають з дна лікувальні грязі і вони благотворно впливають на організм людини і сприяючи його оздоровленню. Лікарі рекомендують купатися в Азовському морі не менше 1-2 години на день, а також приймати піщані ванни – адже в піску міститься велика кількість біоактивних речовин, які сприятливо впливають на організм людини. Літо в Азовському регіоні спекотне та жарке, але його легко переносити завдяки прохолодному бризу, сезон відпочинку триває з середини червня до середини вересня включно. Найпопулярніші місця відпочинку: Кирилівка, Приморське, Степанівка Перша, Генічеськ, Генічєвська Гірка, Щасливцеве, Стрілкове, острів Бірючий, а такі курорти, як Маріуполь та Бердянськ, були популярним напрямом до антитерористичних операцій в Україні.

Найвизначнішою є Приазовська група родовищ мулових грязей (Бердянське та Ногайське озера, Сиваські водойми, Маріупольські, Новоазовські затоки); найвідоміші – озеро Велике і гирло р. Тащенак. Таким чином, природні умови і ресурси Азовського регіону зумовили різноманітність туристично-рекреаційних ресурсів. У той же час, існує значна територіальна диференціація забезпеченості ними по районах області.

Регіон розташований у степовій фізико-географічній зоні, флора і фауна якої збереглися у таких природно-заповідних об'єктах, як біосферний заповідник «Асканія-Нова», Український степовий природний заповідник, Азово-Сиваський національний природний парк, регіональний ландшафтний парк «Меотида». Характерне поєднання рослинності приморських пісків, озер і лиманів, солончакових луків, літоральних боліт та різнотрав'я; із птахів водяться дрофа, гирський лелека, казарка, гриф. Деякі види орнітофауни Приазов'я занесені до Червоної книги України та до Європейського Червоного списку; водно-болотні угіддя (згідно з Рамсарською конвенцією) мають міжнародне значення. Архітектурно-містобудівна спадщина регіону представлена об'єктами кінця XVII–XX ст. До Списку історичних міст і селищ України внесено приморські міста Приазов'я – Маріуполь, Бердянськ та Генічеськ. Ці ж райони є лідерами і за часткою рекреаційних ресурсів в структурі природно-ресурсного потенціалу. Як відомо, саме в цих районах рівень розвитку туристсько-рекреаційної діяльності є найвищий, що підтверджуються попередні дослідження (Немец, Василевська 2013), зокрема за результатами графоаналітичного методу багатовимірної класифікації найбільшу суму індексів мають Кирилівка, Щасливцеве, Генічеськ та Стрілкове, що свідчить про відносно високий рівень використання в них туристсько-рекреаційних ресурсів.

Азовський регіон також має два солоних озера, в яких концентрація солоності води на 5% перевищує аналогічний показник Мертвого моря, це

Рожеве та Солоне озера, неподалік розташовуються гарячі гейзери та лимани. Поряд є розважальні центри як Сафарі парк, дельфінарій «Немо» та атракціони. Азовський регіон є чудовою платформою для заснування європейського санаторного-лікувального центру, адже цей регіон багатий на рідкісні та унікальні природні ресурси. Таким чином, у регіоні сприятливі умови для розвитку як санаторно-курортного лікування, масового відпочинку дітей та сімей з дітьми, так і організації туристично-екскурсійної діяльності, зокрема екологічного та етнографічного туризму.

ЛІТЕРАТУРА

- Городской, В.Я., Панченко, Т.Ф., Мазуркевич, А.А. (1990). Градостроительные основы развития курортно-рекреационных районов. СССР. Москва.
- Немець, Я., Василевська В. (2013). Регіональні проблеми України: географічний аналіз та пошук шляхів вирішення. Херсон: ПП Вишемирский.
- Мардер, А.П., Вечерський, В.В. (2000). Пам'ятки архітектури та містобудування України. Київ.
- Шмалей, С.В., Вишневський Л.В., Щербина Т.І. (2009). Грязелікування як активний засіб кліматотерапії. Фальцфейнівські читання. Херсон.

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

Ігнатенко А. В.

Київський національний лінгвістичний університет

Більшість потенційних клієнтів шукає інформацію про майбутній відпочинок в Інтернеті, якому належать провідні позиції як носія рекламної інформації. Велику популярність серед інтернет-користувачів знайшли соціальні мережі, які залучають багатомільйонні аудиторії та є інструментом просування туризму, що має забезпечувати туристичним підприємствам оперативний зв'язок з потенційними туристами, зниження витрат та зростання прибутку. Ця ситуація потребує вивчення можливостей соціальних мереж для просування продукту туристичного підприємства.

Актуальність проблеми полягає в необхідності вивчення та використання новітніх методів просування продуктів чи послуг в туризмі, чому активно сприяє розвиток електронної комерції. Динамічні процеси зростання кількості туристичних підприємств та пропонування нових напрямів туристичних маршрутів, залучення нових клієнтів та формування їх лояльності ставить на меті створення відповідної системи просування туристичних послуг.

Інтернет надав величезні можливості оперативної інтерактивної взаємодії з цільовою аудиторією, а тому проблема засобів застосування Інтернет-маркетингу туристичних компаній в соціальних мережах залишається актуальною. Важливим тут є і форма подання та поширення інформації в мережі Інтернет про товари та послуги з метою їх популяризації з указаним джерелом фінансування.

Будучи відносно молодою сферою маркетингової діяльності, Інтернет-маркетинг є ефективним засобом інформування цільової аудиторії і завоювання широкого кола потенційних споживачів. На сьогодні знайшли велику популярність серед інтернет-користувачів соціальні мережі, в яких люди проводять величезну кількість часу. Внаслідок неухильного зростання кількості користувачів все більше сучасних компаній починає цікавитися соціальними медіа як каналом комунікації зі своїми клієнтами і вибудовувати навколо цього інструменту свою маркетингову стратегію (SMM) (Дурович, 2003).

SMM (Social Media Marketing, маркетинг в соціальних медіа) – комплекс дій з просування бренду, товару або послуги в соціальних медіа (блоги, форуми, мережеві співтовариства). Завдяки використанню соціальних аспектів Інтернету, SMM дозволяє взаємодіяти з аудиторією на більш персоніфікованому і динамічному рівні, ніж це робить традиційний маркетинг. SMM проводить безпосередню роботу в співтовариствах з використанням інструментів прямого і прихованого впливу на цільову аудиторію. Тобто відбувається особисте спілкування компанії з потенційними клієнтами. Фірма використовує можливість негайно отримати зворотній зв'язок у вигляді думок і коментарів від найбільш активних користувачів соціальних медіа (Серегіна, 2013).

Соціальні мережі дозволяють перетнути тимчасові і територіальні бар'єри задля забезпечення більш тісних контактів між учасниками, які часто розташовуються в різних регіонах світу.

Таким чином, мережа Інтернет є глобальною інформаційною системою, яка одночасно функціонує як середовище для співпраці і спілкування людей, засобом загальносвітового мовлення та розповсюдження інформації, а також потужним інструментом для ведення туристичного бізнесу.

ЛІТЕРАТУРА

- Восколович, Н.А. (2005). *Маркетинг туристських послуг*. Москва: ТЕИС.
Дурович, А.П. (2003). *Маркетинг в туризмі*. Москва: МЕСИ.
Серегіна, Т.К., Титова, М.М. (2013). *Реклама в бізнесі*. Москва: Інформаційно-Впроваджувальний Центр “Маркетинг”.
Демченко, Д. (2017, Травень 19). *Українські соціальні мережі*. Взято з: <http://www.uamodna.com/articles/6-ukrayinsjkyh-socialjnyh-merezh/>.
Назайкин А.Н.(2011). *Медіапланування на 100%*. (2-е видання). Москва.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ НІМЕЧЧИНИ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

Соболева В.О.

Київський національний лінгвістичний університет

В умовах розвитку глобалізаційних процесів міжнародний туризм став однією із основних галузей розвитку національних економік більшості держав світу. Не складає винятку Німеччина, де політика розвитку туризму передбачає,

що створення туристичної привабливості повинно забезпечуватися не лише на рівні місцевої влади, але й базуватися на приватній ініціативі, особливо на регіональному і місцевому рівнях. Така політика сприяє не лише розвитку туристичної галузі країни, а й утримуванню ключових позицій на міжнародному ринку туризму та наповнюванню державного бюджету.

Федеральним урядом утворено Німецький центр туризму, який має 14 представництв за кордоном і кооперує з 4000 партнерами усередині країни і за її межами. Основними цілями даної організації є:

1. створення і збереження іміджу Німеччини як країни, сприятливої для туризму;
2. збільшення кількості подорожей до країни;
3. збільшення валютних надходжень від припливу іноземних туристів;
4. збільшення ринкової частки Німеччини в міжнародному туризмі і на окремих ринках та ін.

Досвід Німеччини свідчить, що держава, яка зацікавлена у розвитку туристичної галузі, повинна фінансувати її просування як всередині країни, так і за кордоном, при цьому фінансування має спрямовуватися не лише на рекламні заходи, але і на глибокі маркетингові дослідження, підвищення інформаційної прозорості і удосконалення кваліфікації працівників туристичної індустрії, яка повинна відповідати світовим стандартам. Адже серед загальної кількості працівників туристичної сфери в Україні поки що лише 21% – кваліфікованими, а в Німеччині – 56%, що свідчить про значне відставання нашої держави від світових критеріїв у розвитку галузі.

В Україні сфера туризму розвивається здебільшого за рахунок приватних інвестицій та ініціатив за деякою підтримкою держави. Тому при організації туристичної діяльності доцільними можна вважати проведення наступних заходів:

- з урахуванням німецького досвіду – запровадити моніторинг ринків п'яти основних країн-постачальників туристів і конкурентів;
- спрощення процедури реєстрації та ведення туристичного бізнесу з боку держави;
- створення сучасних і зрозумілих стандартів якості, облаштування інфраструктури та надання фінансової допомоги на перспективні проекти;
- інтенсивну популяризацію туристичного продукту через глобальну інформаційну мережу Internet;
- підвищення привабливості відпочинку всередині країни та ін.

Таким чином, слід наголосити, що рівень розвитку туристичної галузі України значно відстає від рівня розвинених країн. На шляху до успішного розвитку галузі в нашій країні стоїть низка проблем, яку можна об'єднати у декілька груп:

- вади державної політики та державного регулювання туристичної галузі;
- недосконалість туристичного законодавства;
- недостатні зусилля з просування туристичних можливостей України всередині країни та за кордоном;
- нерозвиненість інфраструктури.

Аналіз позитивного досвіду Німеччини у розвитку її туристичної галузі показав, що він може бути використаний для поліпшення ситуації в Україні – удосконалення державного регулювання туризму, просування туристичних можливостей всередині країни та за кордоном. У сукупності, це може дати імпульс розвитку внутрішнього і в'їзного туризму.

ЛІТЕРАТУРА

- Travel&Tourism economic impact 2016 Germany*: Взято з <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2016/germany2016.pdf>
- Німецький центр туризму (Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)). Взято з <http://www.btw.de>
- Посохов, І.С., Артем'єв, Е.В. (2013). Розвиток індустрії туризму Німеччини: досвід для України. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*. (1086), 175-179.
- Мальська, М.П., Антонюк, Н.В., Занько, Ю.С., Ганич, Н.В. (2012). *Країнознавство: теорія та практика*. Київ: Центр учбової літератури.

ФЕНОМЕН НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ЯПОНІЇ – СУЧАСНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ РЕСУРС (НА ПРИКЛАДІ ГАСТРОНОМІЧНИХ ТУРІВ)

Соловійова А.С., Яворська О.Г.

Київський національний лінгвістичний університет

Національна ідентичність за сучасних умов глобалізації стає провідним дискурсом різнопланових досліджень. Формування національної ідентичності народу характеризується не лише дистанційністю та відособленням, але і пошуком колективного національного “Я”, яке можна розглядати як специфічний соціальний ресурс країни. Національна ідентичність в контексті глобалізації являє собою процес диференціації та комплементарності системних та суб'єктних факторів. Феномен національної ідентифікації японців полягає в багатомірності критеріїв їх ідентичності, а також в актуалізації соціального та культурно-символічного капіталів, які нами розглядаються як ресурси туристичної індустрії.

Японія – країна сонця, що сходить, працюючих людей, старовинних храмів та вічних традицій, а також сучасних хмарочосів та інновацій. Незважаючи на таку різницю між історичними кварталами та сучасними ідеями країна створює враження гармонійної, заспокійливою і колоритної країни. В останні роки кількість туристів, що бажають відвідати Японію значно збільшилась (Гурова, 2012). Серед причин лідерства країни на сучасному міжнародному туристичному ринку її національна самобутність є провідною. Одними з найперспективніших та найбільш затребуваних туристичних напрямів залишаються гастрономічні тури різного спрямування. У іноземців користуються попитом пропозиції які пропонують як страви національної кухні чи екзотичних блюд (хатиноко, рисові крекери зі смаком чорних ос), так і

подорожі до цікавих і унікальних закладів харчування, ресторанів з предметами інтер'єру за вченням фен-шуй. Для значного кола подорожуючих Японія – країна з давніми традиціями дієтичного, цілющого та здорового харчування.

Національна японська кухня – “бренд”, який не лише стабільно зберігає свої позиції на ринку міжнародних туристичних послуг, але розглядається вітчизняними маркетологами як один з перспективніших на східно-азійському рекреаційному просторі.

ЛІТЕРАТУРА

- Гурова, Д.Д. (2012). Сучасний стан та перспективи розвитку туризму в Японії. *Вісник Запорізького національного університету*, 1(7), 20-27.
- The Global Competitiveness Report. (2012-2013). *Insight Report*, Geneva: SRO-Kundig, 2012, с. 545.
- Невідомий автор. (2017, Травень 13). Гастрономический тур по Японии. *Клуб мандрівників Turtella*. Взято з https://turtella.ru/_a969.html
- Морозов, М.А. (2002, Січень 24) Маркетинговий аналіз розвитку зарубіжного туризму в Японії. Взято з <http://www.cfin.ru/press/marketing/2000-4/13.shtml>

ЕЛЕКТРОННІ ПЛАТІЖНІ СИСТЕМИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

Герєнтєєв М.В.

Київський національний лінгвістичний університет

На сьогодні туристична індустрія належить до найбільш динамічних галузей світовому ринку. Прибутки від туризму становлять лівову частку економіки багатьох країн. Очевидним є фактом, що інноваційні досягнення науково-технічного прогресу зробили світ набагато більш відкритим для усього суспільства – насамперед завдяки появі мережі Інтернет, нових засобів комунікації та електронних платіжних систем.

Електронна платіжна система – це автоматизована інформаційна система, що призначена для здійснення розрахунків в Інтернеті між фінансовими, комерційними, виробничими, урядовими та громадськими організаціями, а також окремими користувачами. Платіжні системи даного виду базуються на новій формі грошей – так званих “електронних грошах” (electronic money).

У системі електронної комерції платежі здійснюються при дотриманні ряду умов, зокрема, дотримання конфіденційності; збереження цілісності інформації; покупці і продавці повинні бути впевнені, що всі сторони, що беруть участь в угоді, є тими, за кого вони себе видають (процес посвідчення сторін називається аутентифікацією); можливість оплати будь-якими доступними покупцеві платіжними засобами; наявність коштів у покупця (авторизація); гарантії ризиків продавця (здійснюючи торгівлю в Інтернеті, продавець наражається на безліч ризиків, пов'язаних з відмовами від товару і несумлінністю покупця); мінімізація плати за транзакцію (плата за обробку

транзакцій замовлення і оплати товарів, природно, входить до їх вартості, тому зниження ціни транзакції збільшує конкурентоспроможність, також важливо відзначити, що транзакція повинна бути оплачена в будь-якому випадку, навіть при відмові покупця від товару.

Лідерство серед існуючих платіжних систем належить системам на основі пластикових карт і перш за все кредитних карт. Щоб стати учасником і користуватися послугами платіжної системи, потрібно зареєструватись і відкрити електронний рахунок – гаманець, що зберігає інформацію про суму коштів на рахунку користувача в даній платіжній системі. Для того, щоб мати можливість проведення розрахункових операцій, необхідно ввести гроші в платіжну систему, інакше кажучи, поповнити електронний рахунок. Це можна зробити за допомогою банку, поштового переказу, платіжного терміналу або іншим зручним способом залежно від різновиду платіжної системи. За необхідності, електронні гроші завжди можна вивести із системи та обміняти їх на готівку.

Вивчення та аналіз літератури з даної проблематики дає можливість стверджувати, що використання електронних платіжних систем надає туристам безумовні переваги, насамперед:

- безкоштовне відкриття власного електронного рахунку;
- оперативність у проведенні фінансових операцій;
- мобільність (нівелювання територіального місцезнаходження особи);
- надійна безпека передачі інформації, яка забезпечується SSL протоколом з кодовим ключем 128-bit або іншими криптографічними алгоритмами.

Тому електронні платіжні системи перетворилися на невід'ємну складову сфери туризму та широко використовуються як тур агенціями для надання сервісу, так і самими клієнтами. Придбання квитків на авіарейс, потяг, бронювання номерів у готелі, замовлення турів, екскурсій, сплата за додаткові туристичні послуги, комунальні тарифи, телебачення, Інтернет, фінансові транзакції, поповнення мобільного рахунку та інші додаткові послуги – усі ці операції можуть здійснюватися подорожуючими за допомогою електронних грошей.

Наразі існує доволі великий перелік електронних платіжних систем, які поділяються на дві категорії:

- міжнародні: PayPal, Skrill, Neteller, PerfectMoney, ChronoPay, WebMoney, Яндекс.Деньги, Qiwi, RBK Money, PayCash;
- українські: ГлобалМані, EasyPay, LiqPay, iPay.ua, Простір.

Виходячи з власного досвіду, я раджу користуватися EasyPay та WebMoney, оскільки перша платіжна система працює без комісії за певних домовленостей з банком, а друга входить у перелік найбезпечніших з високим ступенем захисту та користується популярністю серед країн СНД. Обидві системи є дуже зручними, зрозумілими та надають широкий спектр різноманітних послуг.

ЛІТЕРАТУРА

- Turban, E. King, D. McKay, J. Marshall, P. Lee, J & Vielhand, D. (2008). *Electronic Commerce 2008: A Managerial Perspective*. London: Pearson Education Ltd. p.550.
- Lowry, Paul Benjamin, Taylor Wells, Gregory D. Moody, Sean Humpherys, and Degan Kettles (2006). "Online payment gateways used to facilitate e-commerce transactions and improve risk management," *Communications of the Association for Information Systems*, vol. 17(6), pp. 1–48.
- Mastercard: Security Rules and Procedures-Merchant Edition (May 12, 2009).
- Воронова, Л. К. (Ред.). (2011). *Електронні гроші*. Київ: Алерта.
- Коротаева, Н.В. (2011). Электронные деньги: сущность, функции и роль в экономике. *Социально-экономические явления и процессы*, (12), 22-23.

ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВО

МЕТАФОРИ ЗАГУБЛЕНОСТІ: ПРОБЛЕМАТИКА КНИГИ К.КАЛИТКО "ЗЕМЛЯ ЗАГУБЛЕНИХ, АБО МАЛЕНЬКІ СТРАШНІ КАЗКИ"

Кадученко О. Є.

Київський національний лінгвістичний університет

Ім'я Катерини Калитко гучно пролунало на Україну та світ, коли її книга "Земля Загублених, або Маленькі страшні казки" була відзначена премією "Книга року ВВС-2017". Ця збірка короткої прози, що побачила світ у львівському "Видавництві Старого Лева" вражає відвертістю й подекуди жорстокістю. Сама авторка в одному з інтерв'ю зізналася, що очікувала більшого відторгнення від книги. Чому? Це не єдине питання, що постає перед читачем під час неспокійного перебування на "Землі Загублених".

Загалом, збірка складається з дев'яти історій, на перший погляд, не схожих між собою. Вони різняться сюжетами, настроями, внутрішньою логікою та стилістикою. Однак, після уважного прочитання вдається вхопити суть певних зв'язків та алюзій, помічаємо, як певні герої переходять із одного оповідання в інше, наповнюючи свій попередній досвід новим змістом.

Варто зауважити, що це далеко не "маленькі страшні казки", а вдало замасковані за допомогою художніх засобів під них оповідання. Це дев'ять подій із життів незвичайних людей, мешканців строго паралельного нашому світу, а тому химерного й заворожливого. Персонажі цієї книги далекі, недосяжні, бо мають власну, альтернативну географію "інших", тобто тих, кого витіснили зі звичного середовища. Їхня реальність суголосна з нашим сьогоденням, тому, за бажанням, провести паралелі неважко.

Історії в книзі – із відкритим фіналом, тому читає має змогу по-своєму трактувати подальшу долю героїв. Цікаво, чому письменниця, пишучи ці

“казки” не завжди притримувалась принципу гепі-енду. Мабуть, тому, що в реальному житті подібні випадки зрідка завершуються щасливо. Саме тому всі ці історії – підґрунтя для інтерпретацій та пригадувань власного досвіду. Отже, казковості в цих оповідях мало. Куди більше в них загубленості, відчуття втрати та гніту поразки.

Із першого ж речення вступна історія під назвою “Вода” провокує думку, що вся книга – про сучасну реальність українців, покривавлену жахливою війною: *“Усі пам’ятали війну. Інакше неможливо було існувати. Ці спогади замінили нам хребти і частково – повітря”* (Калитко, 2017, с. 5). Можливо. Однак у Катерини Калитко війна – постійне тло для розповідей: хтось її взагалі не бачив, але постійно про неї думає й готується, хтось був в Афгані, а хтось намагається уникнути цього жахіття. Сама авторка говорить: *“Мені йшлося про те, щоб написати про війну, яка прошита на підсвідомості. Євгеній Стасіневич дуже влучно висловився про те, що це базовий антропологічний стан”* (Калитко, 2018). Тобто війна – це те, що завжди було й, на жаль, буде. Те, що пливає на людину та світ загалом.

Усе ж таки не завуальовуючи страшні наслідки війни для нашої країни, Катерина Калитко в оповіданні “Мартин” відкрито проголошує те, про що стиха говорять у кожній домівці: *“В українській теж з’явилась ця ущелина неперекладності. Пласт лексики, що одним відгалуженням кореня росте напряду з війни, іншим сягає в мирне життя, намагаючись пояснити бодай щось... Нав’язле в зубах переконання стверджує, що шрами прикрашають чоловіків. Але якщо виходити з того, що земля – жінка, то яка доля чекає на жінку з таким пошрамованим лицем? Доступна коханка для всіх? Очільніця наркокартелю? Vagina dentata, що переживує чоловіків покоління за поколінням і вагітніє мертвими? Чи все-таки земля – чоловік, хоч і наділений виразно фемінними рисами?”* (Калитко, 2017, с. 78). То **хто** ж зараз є ця земля? І чи достоту має право називатися "Землею Загублених" та належати іншим – героям цієї книги.

Персонажів дев’яти оповідей об’єднує напрочуд неоднозначне поняття – загубленість. Усі вони відсторонені від нормального світу, відкинуті суспільством, а отже – самотні. По-перше, це люди з нестійкою гендерною ідентифікацією (“Вода”, “Вітер у порожній очниці”), які задають тональність усій книзі. Крім того, це ті, хто пережив страхіття війни й крокують по життю з болісним досвідом за плечима (“Каштелян”, “Мартин”). Хтось із них – кишеньковий злодюжка, який пережив страшні наслідки невдалої крадіжки (“Володарка зміїв”), а дехто – онук нациста, який живе на острові й воює з морем за життя, і кому довелося на свій страх і ризик приймати пологи в жахливих умовах (“Хлопчик і син”).

Тобто, усі вони – Інші, не такі, а отже – особливі. За словами самої Катерини Калитко, її збірка – про інакшість як даність. Таким чином, вимальовується абсолютно логічна схема: **самотність = загубленість = інакшість = даність**. Складність розуміння цього елементарного рівняння полягає в тому, як же трактувати саме поняття “даність”: або як реальність та об’єктивну дійсність, тобто щось цілком закономірне, або ж як дар, данину, що

належить не кожному. Питання лише в тому, чи вистачить у героїв цієї книги сили та внутрішнього стержня переконати самих себе в своїй неповторності або ж, в іншому випадку, не зламатися під перманентним тиском суворої реальності.

Отже, кожна історія із “Маленьких страшних казок” залишає глибокий емоційний осад та терпкий післясмак. Можливо, це казки для дорослих, але швидше за все, це – історії про інакшість, які простіше вважати казковими та незвичайними. Книга Катерини Калитко змушує задуматися про низку насущних проблем через призму життя, переживань, досвіду та болю інших людей. “Інших” – в усіх сенсах цього слова.

“То чи могла б ця книжка бути довшою? Чом би й ні. А чи могла б бути досконалішою – стилістично, на рівні просторечості лейтмотивами? Певно, що так. Та чи могла б бути кращою? Оце навряд” (Стасіневич, 2018).

ЛІТЕРАТУРА

Калитко, Катерина. (2017). *Земля Загублених, або Маленькі страшні казки*. Львів: Видавництво Старого Лева.

Калитко, Катерина. (2018). *Війна – базова форма людського існування*. <https://hromadskeradio.org/.../kateryna-kalytko-viyna-bazov>.

ЕКЗИЛЬ ТА НОСТАЛЬГІЯ У РОМАНІ В'ЄТА ТАНА НГУЄНА “СИМПАТИК”

Ховрах Є. Г.

Київський національний лінгвістичний університет

Ностальгія та екзиль у контексті формування ідентичності переміщеної особи – одна з провідних тем широкого спектру постколоніальної проблематики, що розглядається у романі В'єта Тана Нгуєна “Симпатик”. Унікальність роману у висвітленні даного корпусу питань полягає у тому, що він представлений з точки зору людини з “подвійною свідомістю” – подвійного агента, “крота”, що служить водночас двом ворогуючим політичним режимам і державам: “примарному” поваленому Сайгону із союзною капіталістичною Америкою і таємно – комуністичному В'єтконгу.

Відтак, опозиції, типові для постколоніального дискурсу, пронизують усю біографію безіменного головного героя, і, відповідно, його ідентичність. Провідною опозицією, від якої походять усі інші, є непримиренна опозиція між Сходом та Заходом.

У цьому зв'язку варто звернутися до ключової для постколоніальної теорії праці “Орієнталізм” Едварда Саїда, що викриває існування західної традиції “орієнталізму” як “специфічного способу сприйняття Сходу, опертого на ту виняткову роль, яку Схід відіграє в західноєвропейському досвіді” (Саїд, 2001, с. 11). Серед основних міфів про Схід дослідник, перш за все, називає традиційний західний міф про “абсолютну нетотожність Сходу та Заходу” (Саїд, 2001, с. 14), у якому Схід розглядався як незмінна та своєрідна форма буття, якій протиставляється Захід – прогресивний та універсальний. Адже, за Саїдом, “...сам

Захід, Схід – це ідея, що має історію і традицію думки, свою образність та лексику, які надають йому реальності та присутності на Заході і для Заходу” (Саїд, 2001, с. 15).

Отож, головний герой самим своїм існуванням підважує опозицію Захід/Схід, а саме своїм європейсько-в'єтнамським походженням, служінням ворогуючим державам, режимам і ідеологіям, займаючи при цьому позицію “згори” – людини, у чийй особі діалектичні протилежності знаходять примирення. Проте питання інтеграції в американське суспільство тих біженців з В'єтнаму, що пережили падіння Сайгону, стає проблематичним та глибоко травматичним досвідом. Причому модус ворожості американського суспільства до “інших” опирається будь-яким спробам інтеграції: “IntheWest, manyOrientalqualitiesunfortunatelytakeonnegativecast. This leads to the severe problems of identity suffered by Americans of Oriental ancestry, at least those born or raised there. They feel themselves out of place. They are not so different from yourself, also split down the middle. What, then, is the cure? Is the Oriental in the West to feel forever homeless, a stranger, a foreigner <...>?” (Нгуєн, 2015)

Таким чином, ми бачимо, що ідентичність переміщеної особи потребує реконструювання на новому місці, але також вона нерозривно пов'язана зі зверненням до “попередньої ідентичності”, свого коріння. У контексті драматичних подій падіння Сайгону, пошук нової ідентичності уможлиблюється через категорії екзилу та ностальгії.

Загалом, розглядаючи роман “Сим патик”, можемо стверджувати, що екзиль є не лише сюжетотворчою складовою тексту, але і його наративною стратегією. Дубравка Угрєзіч визначає екзиль саме через цю функцію, цитуючи Рільке у підтвердження своєї думки: “Abrokenlifecanbetoldonlyinfragments. Certain literary genres and certain styles cannot, by definition, be practiced in exile” (Угрєзіч, 1999, с. 2). Варто зазначити, що письменство як інструмент рефлексії є в принципі притаманним переміщеним особам, оскільки досвід їх поневірянь та переживань, пов'язаних із нездоланною тягою до місця народження, втілюється на папері і приносить певне тимчасове полегшення. Власне, герой роману реалізує свої рефлексії у вигляді сповіді, зокрема з метою глибокого прискіпливого аналізу окресленого кола постколоніальних питань.

Однак екзиль у романі “Сим патик” також відіграє роль екзистенційної категорії. Загалом, як зазначає Камю в есеї “Міф про Сізіфа”, екзиль не приносить людині очікуваної розради, а лише посилює абсурдну безвихідь її існування: мігрант приречений навіки бути чужим та стороннім, бо втрачає пам'ять про покинуту батьківщину і надію на землю обітовану разом з тим (Камю, 1942). За Угрєзіч (1999), саме на ґрунті “неможливості життя на батьківщині” виникає комічний парадокс: людині, яка не змогла адаптуватися до свого рідного суспільства, доведеться так само адаптуватися в іншому, хоче вона того чи ні, оскільки екзиль сам по собі і є безперервною спробою адаптуватися.

Отож, екзиль є маніфестацією травматичного розриву з батьківщиною і неможливості інтеграції в інше суспільство. Відтак, умонастрої біженців, що намагаються адаптуватися до американського суспільства після падіння Сайгону, змальовані досить песимістично: “So the list went, a fair percentage collecting both

welfare and dust, moldering in the stale air of subsidized apartments as their testes shriveled day by day, consumed by the metastasizing cancer called assimilation and susceptible to *the hypochondria of exile*” (Нгуєн, 2015). Більш того, головний герой, під впливом марксистської ідеології, прирівнює вимушений екзил до деперсоналізації, повної втрати біженцями своєї ідентичності: “I photographed them from several different angles, these men who had been humbled by what they had been turned into here in exile. In their working outfits as busboys, waiters, gardeners, field hands, fishermen, manual laborers, custodians, or simply the un- and underemployed, these shabby examples of the lumpen blended into the background wherever they happened to be, always seen as a mass, *never noticed as individuals*” (Нгуєн, 2015).

З концепцією екзилу також тісно пов'язана концепція ностальгії як туги за домом, уявним чи тим, що колись існував. При цьому Світлана Бойм (2001) надає визначення ностальгії як скоріш часової, аніж просторової координати, порівнюючи її з протистоянням особистого та колективного досвіду в часі. Власне, головний герой визначає фрагментовану ідентичність своїх земляків і себе саме через категорію часу: “We were displaced persons, but it was time more than space that defined us” (Нгуєн, 2015).

У контексті глобалізованої постмодерної Америки, до якої потрапили біженці з Сайгону, ностальгія актуалізується двома способами: через *ностальгію відновлення* (Бойм, 2001) – спробу повернути собі втрачений дім через традиції та ритуали (як-то проведення тематичних музичних вечорів). Проте головний герой, що стоїть особно і дивиться на ситуацію з “над”-перспективи, схильний до більш критичної *ностальгії рефлексії* (Бойм, 2001), що не потребує повернення додому, а навпаки, затримує його і, врешті-решт, робить дім недосяжним ідеалом.

ЛІТЕРАТУРА

Said E. (2001) *Орієнталізм* [пер. з англ. В. Шовкун]. Київ: Видавництво Соломії Павличко “Основи”.

Nguyen V. T. (2015). *The Sympathizer* [Electronic resource]. – Access mode: https://books.google.com.ua/books/about/The_Sympathizer.html?id=dYYV BgAAQBAJ&redir_esc=y.

Boym S. (2001). Nostalgia and Its Discontents. S. Boym, *The Future of Nostalgia*. New York: Basic.

Ugrešić D. (1999). *The Writer in Exile*. Institute of Art Production KITCH.

Камю А. (1942). *Миф о Сизифе. Эссе об абсурде*. Взято з <http://www.nietzsche.ru/influence/philosophie/sizif/>

ЗМІСТ

Мовознавство

<i>Ада-Бенюсеф Камал</i>	Специфіка перекладу арабомовних текстів газетно-інформаційного стилю	3
<i>Аль-Зоабі А.Х</i>	Ідеоетнічні властивості одиниць фразео-семантичного поля “негативні емоції людини” в сучасній арабській мові	5
<i>Андрієвська І.Ю</i>	Засоби вербального вираження емотивів в українській мові	6
<i>Ада-Бенюсеф Камал</i>	Специфіка перекладу арабомовних текстів газетно-інформаційного стилю	3
<i>Аль-Зоабі А.Х.</i>	Ідеоетнічні властивості одиниць фразео-семантичного поля “негативні емоції людини” в сучасній арабській мові	5
<i>Андрієвська І.Ю.</i>	Засоби вербального вираження емотивів в українській мові	6
<i>Андріївська Т.В.</i>	Феномен іронії в романі М.Кідрука “Подорож на пуп землі”	8
<i>Бичковська О. А.</i>	Realien aus sicht der übersetzung	10
<i>Білоус Ю.О.</i>	Семантична структура іт-терміносистеми в новогрецькій мові	11
<i>Богатчук Я.Є.</i>	Інтенсифікація у китайській мові: процес і засоби	13
<i>Боднар Р.Р.</i>	Традиційні свята Китаю: Свято весни і Свято осені	15
<i>Бондарева М.О.</i>	Лакунарні лексичні одиниці як засоби мови політичних діячів у ХХІ столітті	17
<i>Борченко Ю.С.</i>	Поняття концепту у китайській мовній картині світу ..	19
<i>Будківська В. С.</i>	Застаріла лексика романів Люко Дашвар “Покров” і “Рай.центр”	21
<i>Валюх З.О., Маценко А.С.</i>	Мовний аспект вербалізації часу в романі Ліни Костенко “Берестечко”	23
<i>Варчук Л.В., Волкова С.В.</i>	Багатоголосся оповідача в етнокультурному наративі роману Л. Ердріч “Love Medicine”: лінгвокультурологічний аспект	25
<i>Вершиніна О.С.</i>	Особливості перекладу фразеологічних одиниць мови гінді на матеріалі прози Агъея	27
<i>Вест В.Д.</i>	Образ супермена як симулятивна ідеологема в сучасній культурі	29
<i>Вест В.Д.</i>	Типологія вираження неозначеної й узагальненої особовості в українській, російській та англійській мовах	31
<i>Вітер М.С.</i>	Дієслова з модальною семантикою в українській та англійській мовах	33
<i>Вітер М.С. Власюк В. А.</i>	Свідомість крізь призму філософської антропології Фразеологічні й паремійні одиниці на позначення вроди	35

	в сучасних українській й англійській мовах	37
<i>Волковська Д. Г.</i>	Екологічні терміни як об'єкт перекладознавчих розвідок у текстах екологічного дискурсу	39
<i>Волянська О.С.</i>	Відтворення евфемізмів та дисфемізмів в українському перекладі на матеріалі сучасної мови політики.....	41
<i>Гавриленко А.А.</i>	Актуальність ідей Еразма Роттердамського в сучасному суспільстві	43
<i>Гайкевич В.О.</i>	Дериватизація форм гайрайго на прикладах різних стилів і жанрів.....	44
<i>Ганенко А.Г.</i>	Процес перетворення оказіоналізмів на неологізми, вплив контексту на їх переклад.....	46
<i>Говорун Ю. В.</i>	Жанрово-стилістичні особливості перекладу італійських коміксів українською мовою	48
<i>Горбенко М. Д.</i>	Паремії з семантикою «прогноз погоди» в китайській мові	50
<i>Грабовенко В.В.</i>	Походження та предмет філософії чарвака-локаята	52
<i>Гришко А.С.</i>	Людина як заручник дигітального світу.....	54
<i>Грищенко К.Г.</i>	Структурні та семантичні особливості арабської юридичної термінології.....	56
<i>Давидчук Е. В.</i>	Особливості фантастичного світу у творах Рея Бредбері	58
<i>Демен О.О.</i>	Способи і засоби перекладу мовних реалій (на матеріалі книги Е. Гілберт “Їсти. Молитися. Кохати”	60
<i>Денисенко К. А.</i>	Засоби вираження емоцій у творі Антуана де Сент-Екзюпері “Le petit prince”.....	62
<i>Джавад А.Г.</i>	Діалект латакії в системі арабських розмовних ідіомів сирії	64
<i>Євтушевська Ю.Ю.</i>	Проблема передачі іронії в процесі художнього перекладу	66
<i>Єресковська К.В.</i>	Назви посуду та хатнього начиння у говірці села Павлівка Білокуракинського району Луганської області	67
<i>Жуковська Н.Д.</i>	Особливості перекладу формул мовного етикету сучасної китайської мови в публіцистичних текстах ...	69
<i>Завада О.Ю.,</i>	Лексико-семантичне поле «жінка» та особливості його	
<i>Вялікова О.О.</i>	відтворення у перекладі	71
<i>В.В. Зайка</i>	Актуальна метафізика	73
<i>Зімовченко К.С.</i>	Особливості морфологічної будови алжирського діалекту арабської мови	75
<i>Иконникова</i>	Влияние гомилетики западной церкви на православие	
<i>Валерия</i>	76
<i>Іваненко Ж. О.</i>	Звертання як фрагмент української та корейської мовної картини світу	79
<i>Іванник В. С.</i>	Особливості лінгвокультурних та соціокультурних лаку як частини безеквівалентної лексики	81

<i>Іващенко К.О.</i>	Особливості українського усного ділового мовлення в зіставленні з іспанським..... 83
<i>Іщук Р. О.</i>	Особливості відтворення дієслів руху в художніх перекладах 85
<i>Кадученко О.Є.</i>	Старослов'янізми у творчості поетів-шістдесятників .. 86
<i>Каменюк Т. В.</i>	Особливості перекладу медичної термінології на матеріалі корейської мови..... 88
<i>Каплун О.Ю.</i>	Стилістичні функції омонімів в сучасній китайській мові 90
<i>Кашипрук А.В.</i>	Компаративні фразеологіми в українській мові: структурно-семантичні особливості та функціонування 93
<i>Кисіль І.Я.</i>	Особливості перекладу комедійних серіалів 95
<i>Клімчук Ю. С.</i>	Лексика на позначення назв осіб у сучасній українській літературній мові (на матеріалі роману-хроніки Володимира Лиса “Століття Якова”)..... 97
<i>Коваленко В.В.</i>	Структурно-семантичні характеристики суспільно-політичної лексики англomовного публіцистичного дискурсу 99
<i>Ковальчук О.С.</i>	Джерела формування спортивної термінології в арабській мові..... 101
<i>Ковтун Н.В.,</i>	Штучний інтелект, права роботів та дигітальне майбутнє людства 103
<i>Клаптюк А.В.</i>	
<i>Козаченко В. С.</i>	Структурно-семантична типологія українських танцювальних термінів..... 105
<i>Коломієць В. О.,</i>	Особливості перекладу абревіатур у галузі комп'ютерної лінгвістики з англійської мови на українську 106
<i>Шульга А. А.</i>	
<i>Кондратюк В.О.</i>	Мовні засоби реалізації категорії темпоральності в сучасній китайській мові 108
<i>Конуш В.Є.</i>	Класифікація лексичних трансформацій (на матеріалі сучасної перськомовної документації) 110
<i>Копил Т.І.</i>	Специфіка дослідження перської фразеології у сучасному мовознавстві 111
<i>Корнієнко А. О.</i>	Les emprunts dans la langue française contemporaine (a la base des publications imprimees et internet) dans le genre journalistique..... 113
<i>Корновенко Л.В.,</i>	Растительный мир в творчестве А.Ахматовой 114
<i>Шлапак Д.В.</i>	
<i>Кот Г.С.</i>	Філософія епохи шраманських доктрин..... 115
<i>Красноштан Т.В.</i>	Англomовний юридичний дискурс в контексті сучасного українського перекладознавства 117
<i>Кривенко В.Д.</i>	Структурно-функціональні особливості актуального членування речення у сучасній китайській мові 119
<i>Кузьомко К. С.</i>	Лексичні особливості художніх творів для дітей (на

	матеріалі пригодницького роману В. Рутківського “Джури козака Швайки”) 120
<i>Лайтер Д.І., Вялікова О.О. Лещенко Ю. О.</i>	Лінгвосеміотична модель перекладу стилістичних прийомів..... 122
<i>Луговська І.М.</i>	Основні шляхи розвитку словникового складу (на матеріалі арабських запозичень у перській мові)..... 124
<i>Лютак Н.В. Ляховенко М.О.</i>	Пуризм у ставленні до запозичень в сучасній українській мові 126
<i>Лященко (Мансурова) К.М. Майборода В. К. Макарова А.С.</i>	Іншомовна лексика в мові сучасних ЗМІ 127
<i>Мамоян Е.М. Манзюк І. В.</i>	Мовно-стилістичні засоби публіцистичного дискурсу в сучасній китайській мові..... 129
<i>Мартиненко Ю.А.</i>	Синонімічні ряди в корейській мові 131
<i>Матвійчук О. І.</i>	Категорія часу в сучасній нідерландській мові 133
<i>Меркулов А.П.</i>	Власні імена в структурі фразеологічних одиниць в італійській та українській мовах. Порівняльно-зіставний аналіз..... 135
<i>Мєдведєва А.В.</i>	Проблеми відтворення гумору у перекладі..... 137
<i>Михайленко М. А.</i>	Мовностилістична характеристика індивідуально-авторського стилю Карлоса Руїса Сафона на матеріалі творів “Тінь вітру” та “Ігри янгола” 139
<i>Мінська Л.Е.</i>	Застосування перекладацьких стратегій та специфіка передачі лексики мас медіа 140
<i>Мозолюк О.В.</i>	Експлікація чужої мови в нідерландськомовному дискурсі..... 142
<i>Моїсеєва Є.Б.</i>	Теоретико-методологічні засади дослідження синтаксису в сучасній китайській мові..... 144
<i>Мухамметгилиджов Максам</i>	Лексико-семантичні засоби вираження конотації у художній прозі 146
<i>Недзеленко А. Л.</i>	Мовні засоби вираження іронії у романах Хуана Марсе 147
<i>Неменуца А. Р.</i>	Технології редагування текстів перекладу як засіб досягнення адекватності перекладу тексту 149
<i>Олексюк О. І.</i>	Типи лексико-граматичних трансформацій у перекладі китайської художньої прози 151
	Теоретичні засади дослідження лексичних запозичень у китайській мові 153
	Языковые средства создания фольклорного текста 155
	Особливості перекладу неологізмів сфери шоу-бізнесу (на матеріалі англомовних газетних статей) 157
	Проблема стилізації мовлення головного персонажа у тексті художнього дискурсу 158
	Особливості функціонування поетичних засобів виразності в легендах Густаво Адольфо Беккера..... 160

<i>Олійник В.В.</i>	Функціонування метафори в китайському політичному дискурсі.....	162
<i>Павлице В. Ю.</i>	Інструменти мовної маніпуляції у відтворенні політичного дискурсу	163
<i>Павліченко Н.О.</i>	Відтворення гендерних особливостей німецькомовних медійних текстів.....	165
<i>Палатовская Е.В., Ши Ичен Панасюк Ю.І.</i>	Языковая игра в журнальном заголовке (на материале русскоязычных женских журналов)	167
<i>Пань Хайбо</i>	Функціонування табу і евфемізми в публіцистичному дискурсі китайської мови.....	169
<i>Перогей Т.</i>	Типы глагольного управления.....	171
<i>Поварчук О.А.</i>	Історія традиційного індійського костюму	173
<i>Полетаєва Є.В.</i>	Емотивна лексика та особливості її використання (на матеріалі сучасних китайської і української мов)	175
<i>Поліщук О.О.</i>	Ономатопетична лексика в японській мові як лінгвокультурний феномен	177
<i>Польщина М.С.</i>	Непрямий переклад з японської мови на корейську у період окупації	178
<i>Пономаренко О.Ю.</i>	Французький молодіжний сленг в соціальних мережах	180
<i>Порохня Т. С.</i>	Функціональні особливості вживання полісемантичних слів у китайському публіцистичному тексті.....	181
<i>Реброва А. Д. Ричек О.В.</i>	Інтерпретація поняття “індивідуальний авторський стиль” у сучасному мовознавстві	183
<i>Романова Є.А.</i>	Вживання англіцизмів у сучасній французькій пресі. 184	
<i>Романюк О. Г.</i>	Номінації міміки обличчя в китайськомовному художньому дискурсі	186
<i>Рослякова К.О. Савінов В. С.</i>	Суржик в українській мові: функціонально-семантичний та соціолінгвальний вияви	188
<i>Савчук І.І.</i>	Особливості перекладу власних назв, оказіоналізмів та реалій в художньому дискурсі.....	190
<i>Анастасія Салюк Северенчук К.Я.</i>	Історія дослідження категорії модальності	191
<i>Синяк Н. А.</i>	Структурна класифікація ономатопів у сучасній китайській мові	193
<i>Сімонова М. О.</i>	Походження слов'янських прізвищ (на прикладі родини автора)	195
	Arten der valenz in der modernen deutschen sprache	197
	Назви продуктів харчування, страв та напоїв як предмет етнографічного опису.....	199
	Екфрасис як провідний засіб конструювання нарративного простору в романі П. Мішона “Les onze”	201
	Комунікативний аспект граматичного синоніму в японській мові (на матеріалі науково-публіцистичного стилю та усної комунікативної ситуації)	203

<i>Смик А.О.</i>	Співвідношення форм арабської мови в аудіо-візуальних ЗМІ Єгипту	
<i>Сокирко Х.В.</i>	Концепт “любов” в українській мові (на матеріалі народних коліскових)	207
<i>Солом’яна А.В.</i>	Емоційно-оцінна семантика мовних одиниць в українському художньому дискурсі поч. ХХІ ст...209	
<i>Співакова К. С.</i>	Тропи та стилістичні фігури сучасного українського наукового дискурсу	211
<i>Стасів А.Р.</i>	Морфологічні особливості англійського сленгу	212
<i>Степченкова Т.В.</i>	Особливості перекладу юридичної термінології з мови гінді на українську мову.....	214
<i>Терехова С.И., Аннадурдиев Е.</i>	Состав и структура подсистем медицинских терминов в русском и английском языках.....	216
<i>Терехова С.И., Бахтіярова Г.</i>	Лексико-семантичне поле як модель структурування тематичної лексики.....	218
<i>Терехова С.И., Карло Мелле</i>	Особенности функционирования компьютерной лексики в русском языке	220
<i>Терехова С.И., Малкоч М.</i>	Проблемы типологизации и перевода фразеологических единиц с компонентом «растение» с английского языка на русский, украинский и турецкий.....	220
<i>Терещенко М.А.</i>	Особливості дослідження прикметників на позначення кольорів в сучасній китайській мові	222
<i>Терпило Г.А.</i>	Біблійні персонажі в поемі Данте Аліг`єрі «Божественна комедія». Перекладацький аспект	224
<i>Ткачук Ю.В.</i>	Особливості любовної лірики Р. М. Рільке в художньому перекладі.....	225
<i>Фань Жуй</i>	Роль метафори в поезії С.Есенина.....	227
<i>Федоренко А.О.</i>	Мовний етикет та максими ввічливості у сучасній японській мові (на матеріалі епістолярного стилю) ...	229
<i>Філоненко А. М.</i>	Переклад вербалізованих формул етикету ввічливості з італійської мови на українську	231
<i>Францішко А.Ю.</i>	Відтворення заголовкових комплексів інтернет видань з англо-українських офіційних веб-сайтів	232
<i>Хмеленко М. Ю.</i>	Специфіка перекладу інструкцій до медпрепаратів....	234
<i>Холодкевич В.М.</i>	Особливості перекладу мовних реалій у серії книг “Гаррі Поттер”	236
<i>Холявицька В.В.</i>	Передача суспільно-політичних реалій на матеріалі перекладу з італійської мови на українську статей ЗМІ	238
<i>Цай Дянь Ай</i>	Своеобразие метафоры при описании образов космического пространства в произведениях К.Г. Паустовского	239
<i>Цай Цифен</i>	Неполные предложения в русском художественном тексте.....	241
<i>Черніков О.Д.</i>	Лінгвокультурологічні та перекладацькі аспекти	

	роману-фентезі сучасної німецької мови (на матеріалі “Трилогії коштовних каменів” Керстін Гір).....	243
<i>Чжи Юйхао</i>	Односоставные предложения в поэтической речи А.Блока.....	245
<i>Чопенко І.Ю.</i>	Сучасна юридична лексика та моделі її перекладу з італійської мови на українську	247
<i>Шаповалюк О.В.</i>	Характеристика діалектів і говірок (“регіолектів”) на території європейської частини Франції	249
<i>Шевченко Д. В.</i>	Синтаксис сучасної української афористики (на матеріалі збірки „українська афористика”).....	251
<i>Шляхтун О.О.</i>	Полісемія юридичних термінів як проблема перекладу	252
<i>Шостак А.Ю.</i>	Особливості перекладу епонімів українською мовою у медичному дискурсі.....	254
<i>Шуленок О. С.</i>	Фразеологізми з компонентом-орнітонімом у сучасних українській й англійській мовах: структурно-семантичний та лінгвокультурний аспекти.....	256
<i>Ярмолицька Ю.В.</i>	Сучасні підходи до перекладу військової термінології Кореї.....	257
<i>Зтійя Ясмينا</i>	Ономастикон русских фамилий	259
<i>Яструб (Бойчук) К.В.</i>	Інфінітив та інфінітивні конструкції в системі італійської мови	261
<i>Aliyeva A.G.</i>	Les emprunts lexicaux arabes dans le français contemporain	263
<i>Andriyenko V. M.</i>	Los anglicismos que denominan los términos económicos en la prensa Española.....	265
<i>Arkhyrova K.A.</i>	Die rolle und die funktionen der archaismen und historismen in den texten der schöngeistigen literatur	267
<i>Arynich M. O.</i>	Implicit means of realization of the speaker’s communicative intention (a study of modern English dialogical discourse)	269
<i>Azarova A.K.</i>	Environmental management in the UK	271
<i>Babash G.A.,</i>	Issues of socail protection of internally displaced persons	273
<i>Kravchuk N.B.</i>	273
<i>Bakoun A.V.</i>	Les moyens lexicaux et grammaticaux de la formation du féminin des professions dans le discours médiatique francophone.....	275
<i>Baran M.M</i>	Las peculiaridades de la formación y el funcionamiento de los neologismos en el discurso periodístico.....	277
<i>Behur O. P.</i>	Prosodic organisation of utterances expressing the emotion of happiness in the english film	278
<i>Bogush N.</i>	Le discours politique français dans son aspect fonctionnel	280
<i>Bondartschuk A. O.</i>	Nationale besonderheiten des deutschen in österreich	282
<i>Borysenko I.V.</i>	Axiology of adjectives	284

<i>Boytchouk K.A.</i>	Le composant de couleur dans les textes folkloriques français (aspects sémantique et linguoculturel).....	286
<i>Budnyk B.V.</i>	Phraseological units of biblical origin with the component “proper names”	288
<i>Budzins’ka I.O.</i>	Political correctness in diplomatic discourse	290
<i>Burlachenko N.O.</i>	Difference between leader and manager in modern life...	292
<i>Burman L. Ye.</i>	Phonetic markers indicating the artistic images in the novel “the great gatsby” by F. S. Fitzgerald.....	294
<i>Chala S. O.</i>	La función de los recursos estiliísticos en el discurso periodístico.....	296
<i>Chistyakova A.K.</i>	The top 10 weirdest laws from around the world	298
<i>Didus D.O.</i>	Zum begriff „affixoid“ in der modernen linguistik	299
<i>Dmytrouk S.</i>	La poétique du “parnasse contemporain” et sa reproduction dans les traductions des néoclassiques ukrainiens.....	301
<i>Doroshenko A.S.</i>	Consumer fraud on the Internet	303
<i>Dorochenko V.R.</i>	Les phraséologismes français avec une composante de couleur.....	304
<i>Dovga A.O.</i>	Les particularités lexico-sémantiques des slogans publicitaires.....	306
<i>Dyka O.V.</i>	Le rôle des néologismes, les critères pour les reconnaître et le processus de leur création dans la langue française moderne.....	308
<i>Falii A. A.</i>	Las peculiaridades semánticas de los refranes españoles.	310
<i>Fartučnyj V.I.</i>	Od staroslověnštiny do češtiny humanistické.....	312
<i>Fedorova K.O.</i>	Ways of improvement the functioning of the managerial staff.....	314
<i>Fedotova V.</i>	Verbalisation des états émotionnels du personnage principal dans le roman de guy de maupassant “bel ami”	316
<i>Victoria Feshchuk</i>	The use of metaphor in Robert Frost`s poetry	318
<i>Fomenko E.I.</i>	Directive speech acts in fictional characters` dialogues: a study of W.S. Maugham`s short stories	320
<i>Gagan A.</i>	Strukturell-semantische besonderheiten der komparativen phraseologismen der deutschen sprache	322
<i>Galina A.V.</i>	Ways of creating humor and irony in modern English senryu	323
<i>Ganyk V.V.</i>	Political discourse and factors of influence	325
<i>Hapon L.I.</i>	Love imagery in ed sheeran`s song “Thinking out loud”: a multimodal aspect	327
<i>Holinko A.</i>	English, german, and chinese slang vocabulary in “twitter” social network	328
<i>Hrinevych O. I.</i>	Main functions of communication gap-fillers	330
<i>Tetiana Hrybok</i>	Biblical allusions and their role in modern literature	332
<i>Jrusch A. O.</i>	Los recursos literarios en la formación del retrato de la mujer en las obras literarias españolas del siglo XXI.....	334
<i>Kagarlytska A. I.</i>	Los medios expresivos de la formación de la imagen	

	femenina en la literatura Española.....	336
<i>Kamianietska A.O.</i>	Ways of onomatopoeia expression in british literature discourse into ukrainian	338
<i>Khainatska A.</i>	Les anglicismes dans la presse écrite française contemporaine.....	340
<i>Khoma C.</i>	Les arabismes dans le discours médiatique francophone: aspect fonctionnel, structural et semantique	341
<i>Klimenchenko A.O.</i>	Genre status and the role of diaries in literature	343
<i>Kolehanov Y.I.</i>	Management ethics in business in the US.....	344
<i>Kondratenko Viktoria</i>	Strukturell-semantische besonderheiten der modernen deutschen phraseologismen zur bezeichnung des aussehens von menschen.....	346
<i>Konopelko Y.V.</i>	The concept of the company's external environment.....	348
<i>Korotych D. V.</i>	L'image du monde dans les proverbes et les dictons des langues française et ukrainienne	350
<i>Korzheva S.P.</i>	The theory of identity in modern linguistics.....	352
<i>Kotyk A.S.</i>	La communication sur internet comme un phénomène linguistique.....	354
<i>Kovadlo K.P.</i>	Archaismy v českém jazyce.....	356
<i>Kovalska E.</i>	Die besonderheiten des funktionierens der phraseologismen der modernen deutschen sprache in den schlagzeilen	358
<i>Kozlova D. H.</i>	Besonderheiten der kommunikation als informationsaustausches zwischen den menschen	360
<i>N.K. Kravchenko, Ya.B. Kizima</i>	The study of humor: a cognitive perspective.....	362
<i>Kruhova Y.O., Shumyk L.V. Kryhina Yuliia</i>	Importance of management principles in job productivity	364
<i>Kuskova S.</i>	Die symbolische bedeutung der elemente „die hand“ in den phraseologischen einheiten der deutschen sprache.....	365
<i>Kyrychenko I.S., Koziel A.</i>	Value and applications of dialectology.....	367
<i>Kyrychenko I.S., Reka O.</i>	Stylistic features of twin sisters' portrayal in Diane Setterfield's "The thirteenth tale"	369
<i>Olha Lapka</i>	Stereotypical portrayal of women in English advertising discourse	371
<i>Vladyslav Levera</i>	Rhetorical strategies of persuasion in political discourse.	374
<i>Andrej Losizkij</i>	English haiku as a dialogue between western and eastern cultures	376
<i>Lymar A. L.</i>	Der einfluss des englischen und die englischen derivaten in der deutschen gegenwartssprache	378
<i>Lysenko A.S.</i>	General characteristics of aggressive communication.....	379
<i>Lysenko Kateryna</i>	Culture peculiarities in marketing.....	381
<i>Makarova Yu.S.</i>	The use of neologisms in modern british newspapers	383
	Axiological evaluation as a constituent of lexical meaning and its directionality in qualifying objects and phenomena in rudyard kipling's poetry.....	384

Marchenko V.O.	Merkmale des deutschen politischen diskurses	386
Markevych Liliia	The hybrid concept of <i>happiness</i> in eric weiner's "geography of bliss"	388
Markóvych J. I.	Los rasgos estructurales y semánticos de las unidades fraseológicas con el componente del color en los textos publicitarios.....	390
Maruntschak O. V.	Polysemie und homonymie als erscheinungsformen der asymmetrie des sprachlichen zeichens	392
Marynytch V. V.	Les caracteristiques de "blogue sportif"	394
Miedina M.An.	Metaphor translation challenge of american political discourse into ukrainian	396
Misko D.O.	The problems of social provision of internally diasplaced persons' children.....	398
Moiseenko Sofia	Euphemisms vs political correctness in modern english..	400
Naoumenko M.V.	L'utilisation des euphemismes par les femmes contemporaines	401
Nekriach T. Y., Postoliuk A.	Epithets and their structure in H. Fielding's " <i>bridget jones's diary</i> "	403
Nikitenko I.V.	Les particularités lexicales du rap francais	405
Nikolaieva K.	Lexical means of speech manipulation in copies of English and ukrainian advertisement	407
Otroshenko M.	Le langage des blogues français comme systeme de codage	409
Ovsiannikova K.A.	Marketing ethics.....	411
Padalko Y.V., Ivanchenko A.O.	Eco-friendly business.....	413
Padalko Y.V., Pavlova N.O.	Neuromarketing	415
Padalko Y.V., Siedykh M.O., Sryvkova Y.V.	Ukrainian education as a brand.....	416
Pavlyk O. V.	Conceptos "amor" y "mujer" en los fraseologismos españoles	418
Petja A. W.	Syntaktische ausdrucksmitel der negation im deutschen	420
Pigol V.D.	Le rôle et les moyens de l'hyperbolisation dans le discours publicitaire du français moderne.....	422
Prigodich M.K.	Juvenile crime in ukraine	424
Poliukhovich D.An.	Military terms in political discourse from English into ukrainian translation peculiarities (based on "Lessons from Russia's operations in crimea and eastern Ukraine geopolitical research")	426
Pyschtchour A. V.	Les caracteristiques lexico-grammaticales du texte publicitaire français.....	427
Rabtchoun A.	Les particularites lexico-grammaticales des titres de presse	

	française: la visée pragmatique.....	429
<i>Riabchuk Y., Navarenko I.</i>	Carácter estilístico-expresivo de los neologismos del léxico Español contemporáneo a base de la prensa Española....	431
<i>Rusyn M.A.</i>	Výběr učebnic českého jazyka pro ukrajince	433
<i>Sakharuk V.V.</i>	Intertextuality in political discourse	435
<i>Schkliarenko A.M.</i>	Bedeutung und funktionen des kasus im deutschen	437
<i>Seménova M. S.</i>	Funciones estilísticas de los extranjerismos en el discurso periodístico.....	439
<i>Semikova A. M.</i>	Concessive meaning of function words.....	440
<i>Shajno R. M.</i>	El papel de la prosodia en la creación del retrato lingüístico de la prosa Española contemporánea	442
<i>Sham I.O.</i>	Des particularites stylistiques du roman “Madame Bovary”	444
<i>Shulha K. M.</i>	Psycholinguistic peculiarities of manipulative strategies in modern English and ukrainian discourses (theoretical footing).....	446
<i>Shynkarenko A. O.</i>	La organización rítmica del cuento Español.....	448
<i>Sidenko O.</i>	Linguistic aspects of american courtroom discourse.....	450
<i>Sokolets I. I., Korneichuk S.</i>	Rhetorical devices in political discourse	451
<i>Somyk A.O.</i>	Les aspects linguistique, culturel et pragmatique des recherches des textes folkloriques (sur le materiel des contes français).....	453
<i>Stepanets O. V.</i>	Les expressions bibliques dans la presse écrite francophone	455
<i>Sokolets I. I., Sytnikova Y. V.</i>	Linguistic features of computer discourse	457
<i>Strilnyk Y. V.</i>	Types and tactics of speech manipulation	459
<i>Sydorenko Yu.</i>	Metalepsis in film: unnatural narrative techniques and impossible worlds	461
<i>Talpa M.M.</i>	Impulse buying: psychological aspects.....	463
<i>Tcholpane A.O.</i>	Les particularites des locutions phraseologiques francaises avec l’element animalistique	465
<i>Teliakova D.A.</i>	Marketing and the psychology of persuasion	467
<i>Tkach L.O.</i>	Communicative strategies in english advertising discourse	469
<i>Tymofieiev R. I.</i>	Traits lexico-grammaticaux des mots abusifs (basés sur le materiel de la langue française)	471
<i>Vasilchenko D.S.</i>	Pyramid scheme and how it works	473
<i>Verkhovod O.D.</i>	Strategies of conveying poetic allusions in translation....	474
<i>Wowtschenko O.W.</i>	Konzeptionelle analyseder romane (am beispiel „Medusa“ und „Reptilia“ von Th.Thiemeyer)	476
<i>Yarémenko C.</i>	Los aspectos de la formación y la clasificación de los neologismos en el español coloquial	478
<i>Yaroshenko I. O.</i>	Le langage des jeunes en tant que voie d’enrichissement de	

	la langue francaise.....	479
<i>Yasinska I., Navarenko I. Yutovets V. V., Navarenko I. A. Zeliurenko M. W.</i>	El papel de los proverbios y dichos en la literatura Española (aspecto funcional).....	481
	El fenómeno del color en los fraseologismos españoles ..	483
	Besoderheiten der verbalisierung von germanischen mythologemen in der deutschen phraseologie.....	485
<i>Znaida I.A.</i>	Woman in leadership position	487
	<u>Літературознавство</u>	
<i>Алієва А.Г.</i>	Засоби медійних практик та їх вплив на літературний жанр: роман-ілюстрація Ж. Феррандеса як інваріант повісті “Чужий” А. Камю.....	489
<i>Арсененко Т. М.</i>	Психологічні аспекти модернізму (на матеріалі романів Д. Г. Лоуренса “Коханець леді Чаттерлі” та “Сини і коханці”)	491
<i>Брайло М. І.</i>	Країна солодошів в казці Е. Т. А. Гофмана «Лускунчик і Мишачий король»: культурологічний аспект.....	493
<i>Бурман Л. Є.</i>	Роман “Процес” Кафки у мультимедійному контексті	495
<i>Вітер М. С.</i>	Трансгресія свідомості ката Лазаря – героя новели М. Коцюбинського “Persona grata”	497
<i>Войтенко І. В.</i>	Культурологічний аналіз роману В. М. Теккерея «Ярмарок суєти»	499
<i>Голомедова Ю. М.</i>	Місце та функції політичних колізій у жанровій структурі трилогії-антиутопії Ю. Щербака “Час смертохристів”	502
<i>Зубова О.В.</i>	Конфлікт людей і мишей у казці Гофмана “Лускунчик і Мишачий король”: культурологічна інтерпретація ..	504
<i>Іванов Є.В.</i>	Романтичні метаморфози Лускунчика	506
<i>Каширук А.В.</i>	«Культурна заблокованість»: Леся Українка в рецепції Ліни Костенко	508
<i>Клімчук Ю. С.</i>	Образ нової жінки у творчості Ольги Кобилянської: аспекти новаторства	510
<i>Кузьомко К.С.</i>	Метафора трощі в однойменному романі Василя Шкляра «Троща».....	512
<i>Кулібаба В. В.</i>	Урбаністичний простір міста: вулиці Парижа в романі Е. Золя “Дамське щастя”	514
<i>Ланкіна Л. В.</i>	Картина і фотографія як візуальні образи в романі А. Переса-Реверте “Баталіст”	516
<i>Лебедєва М.</i>	Міфопоетика роману Хуана Еслави Галана “В пошуках єдинорога”	518
<i>Милорадович С.М.</i>	Дискурси влади в сучасних теоретичних дослідженнях	520
<i>Мороз С. В.</i>	Образ Лускунчика у творі "Лускунчик та Мишачий король" Е. Т. А. Гофмана	521

<i>Науменко М.В.</i>	Продукування образів в масовій літературі: комікси про Астерікса..... 524
<i>Нікітенко І.В.</i>	Сучасний французький театр: п'єса "Роберто Зукко" Б.-М. Кольтеса 526
<i>Пристапа М. Л.</i>	Поетика соцреалізму в комедії О. Корнійчука "Калиновий гай"..... 528
<i>Хланевська О. В.</i>	Артуріана в рецепції Томаса Мелорі 530
<i>Чабан А. В.</i>	Іграшки Марі та Фріца у творі Е. Т. А. Гофмана „Лускунчик і мишачий король”..... 532
<i>Ярова Н.О.</i>	Інтермедіальні елементи у романі Донни Тартт "Щиголь" 533
<u>Методика викладання іноземних мов та інформаційних технологій</u>	
<i>Абрамова В. Г.</i>	Формування рецептивної граматичної навички у майбутніх учителів англійської мови з використанням автентичної відеофонограми 535
<i>Антоненко А. О.</i>	Електронний бізнес та електронна комерція: масштаби і перспективи розвитку..... 537
<i>Антоненко Л. О.</i>	Критерії відбору інноваційних мультимедійних засобів для формування лексичної компетентності майбутніх учителів англійської мови..... 539
<i>Баранова В. С.</i>	Специфіка лінгвістичної експертизи білінгвільних текстів юридичної спрямованості (на матеріалі української та англійської мов) 541
<i>Герасимович М. М.</i>	Огляд лінгвістичних комп'ютерних програм дослідження текстів..... 543
<i>Гнатишина В. І.</i>	Особливості реалізації рольових ігор для формування у майбутніх вчителів англомовної компетентності в діалогічному мовленні..... 545
<i>Жикіна І. В.</i>	Тестування рівня сформованості граматичних навичок у майбутніх вчителів англійської мови з використанням мобільних додатків 547
<i>Мандзюк Б. Р.</i>	Види аудіотекстів для формування лінгвосоціокультурної компетентності в аудіюванні . 548
<i>Матвієнко К. О.</i>	Характеристика ігрових технологій для формування англомовної компетентності в монологічному мовленні у майбутніх учителів 550
<i>Паламар Л. М.</i>	Особливості використання автентичного серіалу для формування англомовної компетентності в аудіюванні у майбутніх вчителів 552
<i>Савіцька Н. М.</i>	Тенденції розвитку англомовного інтернет-дискурсу (на матеріалі корпусів текстів розмовного стилю соціальної мережі twitter)..... 554
<i>Сіманкіна А. О.</i>	Врахування психолінгвістичних особливостей усних англомовних повідомлень у процесі формування у майбутніх учителів англійської мови

	лінгвосоціокультурної компетентності	556
<i>Скула М. А.</i>	Характеристика європейського мовного портфеля для майбутніх учителів англійської мови	558
<i>Сривкова Ю. В., Шутенко А. В. Сташенюк А. В.</i>	Інформаційні системи управління ресурсами підприємства: ERP-системи в період глобалізації	562
<i>Шеремет Ю. А.</i>	Критерії відбору відеофонограм для розвитку вмінь монологічного мовлення майбутніх учителів англійської мови	564
	<u>Психологія</u>	
<i>Біленко Н. Ф.</i>	Виховний та розвивальний потенціал інтерактивних технологій навчання	566
<i>Ведмеденко А. А.</i>	Статеві відмінності переживання самотності в юнацькому віці	568
<i>Гутник К. Ю.</i>	Психологічні особливості стосунків у подружній діаді на сучасному етапі розвитку суспільства	570
<i>Єганян А.Е.</i>	Особливості прояву перфекціонізму у студентів різних спеціальностей	572
<i>Житнюк В.А. Карпенко А.А.</i>	Типологія засобів невербальної комунікації.....	574
<i>Кривонос Я.К.</i>	Вплив стилю сімейного виховання на тип акцентуації характеру підлітків	576
<i>Маріч А.С.</i>	Особистісні стратегії подолання конфліктних ситуацій	578
<i>Маріч А.С.</i>	Особливості процесу персоналізації у старшому підлітковому віці.....	579
<i>Міхєєва М.Г.</i>	Розуміння психологічної травми в екзистенціальному підході	581
<i>Чижевська І.В. Шатова О.С.</i>	Етичні норми в психології підлітка	583
<i>Шинкарук Я.О.</i>	Проблема реалізації вчителем ідей педагогіки співробітництва у досягненні педагогічних цілей в умовах класно-урочної системи навчання.....	585
<i>Шкарбан Ю. О.</i>	Індивідуально-типові особливості наполегливості, відповідальності та навчальної мотивації студентів-психологів.....	587
<i>Шкарбан Ю. О.</i>	Інтерактивна лекція як інтеграція активних методів і засобів навчання у закладах вищої освіти.....	588
	<u>Менеджмент і маркетинг</u>	
<i>Бабійчук В. В. Бібакова Є.М.</i>	Сутність комерційної діяльності та її значення.....	590
<i>Бібакова Є.М.</i>	Роль бізнес-плану як інструменту виробничої діяльності підприємства.....	592
<i>Бібакова Є.М.</i>	Роль інноваційного менеджменту в управлінні сучасним підприємством.....	594
<i>Бондар А.О.</i>	Основні напрями розвитку людського потенціалу організації	596

<i>Власенко А.Я.</i>	Шляхи удосконалення і розвитку інноваційного маркетингу на сучасному підприємстві 598
<i>Гавриленко О.А.</i>	Стратегії та опції маркетингу підприємства 600
<i>Гаврилюк В.А.</i>	Науково-практичні аспекти маркетингових досліджень поведінки споживачів..... 601
<i>Гордієнко О.С.</i>	Система адміністративного менеджменту організації 603
<i>Григоренко К.С.</i>	Сучасні моделі управління фінансовою стійкістю організацій 605
<i>Євченко О.Є.</i>	Організація управлінського обліку на вітчизняних підприємствах..... 607
<i>Іванченко А.О.</i>	Сутність організаційної культури та її типи 609
<i>Колоусенко О. А.</i>	Основні напрямки маркетингової діяльності у сфері послуг 611
<i>Комар Н.Ю.</i>	Фактори впливу на формування іміджу підприємства 613
<i>Кондратенко В.Ю.</i>	Тенденції розвитку міжнародної торгівлі України з Китаєм 615
<i>Лебедєва В.М.</i>	Особливості формальних і неформальних груп в організації 617
<i>Линник А.Г.</i>	Оцінка професійних компетенцій персоналу 619
<i>Літовкіна О.О.</i>	Розвиток кластерів, як системи сусідської солідарності в умовах ринку 620
<i>Мальованна О.С.</i>	Управління розробкою та реалізацією маркетингової стратегії організації 622
<i>Мороз М.А.</i>	Дослідження кон'юктури ринку 624
<i>Останчук А.Г.</i>	Історія розвитку маркетингу..... 625
<i>Пархомук О.В.</i>	Особливості формування фірмового стилю видавництва 627
<i>Решетник Н. І.</i>	Сучасні фінансові піраміди: сутність та характерні ознаки 629
<i>Сташенюк А.В.,</i>	Взаємозалежність інвестиційної привабливості
<i>Козакова Р.Ю.</i>	та інноваційної моделі розвитку регіону..... 631
<i>Тур О.В.</i>	Обґрунтування використання концепції спільної цінності 633
<i>Харитоненко С.В.</i>	Управління персоналом як складова частка менеджменту комерційної організації 635
<i>Шиян В.Є.</i>	Шляхи удосконалення методів розробки та обґрунтування управлінських рішень 637
<i>Шульпіна Н.В.</i>	Актуальні проблеми гейміфікації сучасного бізнесу. 639
<i>Янченко Т.Ю.</i>	Дослідження ринку beauty послуг в Україні..... 641
<i>Васильченко Д. С.</i>	Практика європейського суду з прав людини з питань оплати праці..... 643
<i>Васьківська В. О.</i>	Перспективи розвитку інформаційної правової держави Україна 645
<i>Гоняна Н.В.</i>	Правове регулювання протидії катуванню 647

<i>Дорошенко А. С.</i>	Правове регулювання відпусток у скандинавських країнах..... 648
<i>Кириленко О. В.</i>	Перспективи розвитку України як правової соціальної європейської держави..... 650
<i>Корж О. Д.</i>	Практика європейського суду з прав людини щодо захисту права на батьківство 652
<i>Костяна І.М.</i>	Принцип незалежності суддів в національному суді та арбітра в міжнародномукомерційному арбітражі в Україні: порівняльний аспект..... 654
<i>Лало Г.С.</i>	Колізії законодавчого регулювання відносин у сфері інтелектуальної власності 656
<i>Онофрійчук В.О</i>	Забезпечення права інтелектуальної власності у країнах Європи..... 658
<i>Салатко Б. В.</i>	Правове регулювання господарської діяльності в зарубіжних країнах: загальна характеристика 660
<i>Шибанова М.-Т.Я.</i>	Перспективи правового врегулювання обігу криптовалюти в Україні 662
<i>Шумбар Д.А.</i>	Кримінологічна віктимологія некорисливих насильницьких злочинів..... 664
<u>Історія</u>	
<i>Абарбарчук А.Л.</i>	Сан-Джиміньяно та його вежі 666
<i>Барса Є.В.</i>	Християнство як фактор первинного об'єднання феодальної Європи 668
<i>Божок С.В., Зайченко О.В.</i>	Культура дохристиянської Русі..... 670
<i>Ващук Ю.А.</i>	Аспекти інформаційної політики німеччини ХХ – ХХІ століття..... 672
<i>Вербич О.С</i>	Відгомін Волинської трагедії: пошуки порозуміння чи відновлення протистояння 674
<i>Войтенко І.В.</i>	Колективізація в Україні – як це було 676
<i>Гоняк О. І.</i>	Моя Шепетівка..... 678
<i>Грабар Д.В.</i>	Чорнобильська катастрофа 680
<i>Денисюк М.С.</i>	Олівер Кромвель і Богдан Хмельницький..... 682
<i>Дмитрієва Є.П.</i>	Каталонія – від заснування до сучасності 684
<i>Жиленко І.І.</i>	Політичний портрет Міхновського Миколи Івановича 685
<i>Зайка В.В.</i>	Ісламська Іспанія..... 687
<i>Кирієнко А.А.</i>	Колективізація в Україні 689
<i>Козакова Р.</i>	Негативний вплив масової культури, як провідної складової глобалізації на сучасне суспільство 690
<i>Кравченко А.В.</i>	Роль і наслідки руху шістдесятників 691
<i>Лутченко Д.С.</i>	Революція 1848 року та її вплив на суспільно-політичну ситуацію в Україні 693
<i>Погоріла С.В.</i>	Феномен української еміграції як частини українства

	695
<i>Савчук І.І.</i>	Галицько-волинське князівство як фактор формування моноетнічної державності.....	697
<i>Сташенюк А.В.</i>	Як зберегти українську ідентичність в умовах євроінтеграції та глобалізації	699
<i>Суховій Д.Д.</i>	Хрещення Русі і міжнародний історико-культурний контекст	700
<i>Фартушина Д.М.</i>	Етнічні німці в Катеринославській губернії	702
<i>Чабан А.В.</i>	Столипінська аграрна реформа в Україні.....	704
<i>Чернобук О.О.</i>	Проникнення християнства на Русь.....	705
	<u>Туризм і фізвиховання</u>	
<i>Біла А. Р.</i>	Історичні та філософські погляди мислителів в Україні	707
<i>Гончаренко К. І.</i>	Державне регулювання розвитку туризму в Україні	709
<i>Дмитренко А.В.</i>	Глобалізація соціальної сфери.....	711
<i>Дмитренко А. В.</i>	Туризм як чинник економічного розвитку країни.....	713
<i>Драмарецька К. А.</i>	Культурна спадщина Китаю за часів імператора Цінь Ши Хуанді	714
<i>Дудка М.С.</i>	Оцінка природного потенціалу Азовського регіону...	716
<i>Ігнатенко А. В.</i>	Соціальні мережі як інструмент просування туристичного продукту	718
<i>Соболева В.О.</i>	Особливості розвитку індустрії туризму Німеччини: досвід для України.....	719
<i>Соловійова А.С., Яворська О.Г.</i>	Феномен національної ідентичності Японії – сучасний туристичний ресурс (на прикладі гастрономічних турів)	721
<i>Тєрєнтєєв М.В.</i>	Електронні платіжні системи у сфері туризму	722
	<u>Літературознавство</u>	
<i>Кадученко О. Є.</i>	Метафори загубленості: проблематика книги К. Калитко “Земля загублених, або маленькі страшні казки”	724
<i>Ховрах Є. Г.</i>	Екзиль та ностальгія у романі В’єта Тана Нгуєна “Симпатик”	726

Підписано до друку 01.06. 2018 р. Формат 60x84 1/16
Папір друк. № 1 Спосіб друку офсетний. Умовн. друк. арк. 50,03
Умовн. фарбо-відб. 50,14 Обл.-вид. арк. 51,14
Тираж 100. Зам. № 18 - 326

Видавничий центр КНЛУ
Свідоцтво: серія ДК 1596 від 08.12.2003 р.

Віддруковано "Видавництво Ліра-К"
03115, Київ, вул. Ф. Пушиної, 27
Свідоцтво про внесення до державного реєстру
Серія ДК № 3981.