

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ
Кафедра гуманітарних і соціальних дисциплін
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет іноземної філології
Філологічний факультет

МОВА І МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ: ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА

Колективна монографія
за матеріалами Всеукраїнської
науково-практичної конференції
м. Полтава,
14 травня 2020 року

Київ
Видавництво Ліра-К
2020

УДК 81 : 008 : 316.74
М 74

*Рекомендовано до друку вченою радою
Полтавської державної аграрної академії
(протокол № 16 від 28 травня 2020 року)*

Рецензенти:

К. Мізін, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри іноземної філології, перекладу та методики навчання Університету імені Григорія Сковороди в Переяславі;

М. Навальна, доктор філологічних наук, професор, професор кафедри документознавства Університету імені Григорія Сковороди в Переяславі;

Н. Сайко, доктор педагогічних наук, доцент кафедри спеціальної освіти і соціальної роботи Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка.

Мова і міжкультурна комунікація: теорія та практика : колективна монографія / за наук. редакцією Н. Сизоненко. Київ : Видавництво Ліра-К, 2020. 256 с.

ISBN 978-617-7910-30-4

У колективній монографії висвітлено актуальні проблеми репрезентації національно-мовної картини світу; лінгвокультурологічного, лінгвокогнітивного, етнолінгвістичного, соціокультурного та психологічного аспектів міжкультурної комунікації; теорії і практики перекладу як засобу міжкультурної комунікації; методики викладання та організації навчального процесу в контексті міжкультурного спілкування.

Для науковців, викладачів закладів вищої освіти, аспірантів, докторантів, здобувачів вищої освіти ступенів вищої освіти бакалавр, магістр.

*За науковий зміст і якість поданих матеріалів, наведені факти
відповідають автори, а також наукові керівники (для аспірантів).*

ISBN 978-617-7910-30-4

© Автори статей, 2020
© Видавництво Ліра-К, 2020

ЗМІСТ

Передмова.....	6
----------------	---

Вступне слово ректора Полтавської державної аграрної академії, професора Аранчій Валентини Іванівни	7
---	---

РОЗДІЛ 1. НАЦІОНАЛЬНО-МОВНІ КАРТИНИ СВІТУ: ВЕРБАЛЬНА І НЕВЕРБАЛЬНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ

Воловик Л. Структурно-семантичні особливості префіксальних дієслів в економічному тексті.....	9
---	---

Воскобойник В. Особливості дієслівної префіксації в сучасній англомовній економічній терміносистемі.....	19
--	----

Дедухо А., Шаравара Т. Лінгвопрагматичні особливості перформативного акту співчуття (на матеріалі української мови).....	27
--	----

Денисовець І. Народна мова як джерело формування словотвірних термінів в українській дериватології.....	34
---	----

Ільченко І., Ткаченко Н. Антропоніми як вияв національно-мовної картини світу в романі А. Чайковського «Козацька помста».....	42
---	----

Костенко В. Диференціація жанрів сірої літератури в англомовному професійному дискурсі стоматології.....	50
--	----

Красота О. Омонімія як специфічне мовне явище.....	57
---	----

Кумейко Т. Класифікаційні показники підгрупи дієслів «Передавання інформації».....	63
--	----

Мокляк О. Актуальні тенденції використання афектонімів у розмовному мовленні	71
--	----

Сизоненко Н. Структурна організація та семантика власне дієслів мовлення, які уводять слова автора (на матеріалі збірки новел М. Дочинця «Хліб і шоколад»).....	80
--	----

Сухачова Н. Scientific concept in dimension of conceptual picture of the world	90
--	----

Тагільцева Я. Структурно-семантичні та граматичні особливості текстів англомовної банерної реклами	98
--	----

РОЗДІЛ 2. ДІАЛОГ НАЦІОНАЛЬНИХ КУЛЬТУР: ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ, ЛІНГВОКОГНІТИВНИЙ ТА ЕТНОЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТИ

Балацька О. Peculiarities of hedging in critical remarks in English research articles in sociology.....	106
---	-----

Бачинська Г., Рябініна І. Найменування тортів і тістечок: лінгвістичний аспект	111
Дука Л. Официальные и неофициальные варианты личных имен древнееврейского происхождения в русском и польском языках: сопоставительный аспект	117
Козлова Т. Cultural variation of orientational metaphors in pluricentric English	126
Луньова Т. Актуалізація концепту AUSTRALIA / АВСТРАЛІЯ в есе Пітера Фуллера про живописну творчість Сідні Нолана: лінгвокогнітивний аналіз	132
Рудич О., Степаненко Н., Олійник С., Палеха О., Стиркіна Ю. Історично-культурний потенціал свята «Хеллоуїн» як чинник стимуляції інтересу до вивчення англійської мови.....	139

РОЗДІЛ 3. СОЦІОКУЛЬТУРНА ТА ПСИХОЛОГІЧНА ПАРАДИГМИ МІЖКУЛЬТУРНОГО СПІЛКУВАННЯ

Подлесна Г. Психологічні аспекти розвитку міжкультурної комунікації майбутніх фахівців	147
Хейлік Т. Словесні асоціації як засіб вияву етнічних стереотипів	153

РОЗДІЛ 4. ПЕРЕКЛАД У КОНТЕКСТ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА

Бей І. Складнощі українсько-польського і польсько-українського перекладу: дієслівне керування	160
Колос Ю. Особливості перекладу імперативів в англомовних інструкціях українською	168
Мацегора І. Особенности реализации семантики предлогов в украинско-русском переводе текстов уголовного права.....	175
Рябокінь Н. Поняття еквівалентності та адекватності в перекладі	183

РОЗДІЛ 5. МІЖКУЛЬТУРНЕ СПІЛКУВАННЯ Й ОСВІТНІЙ ПРОЦЕС

Вдовіна О. Викладання іноземної мови як засобу міжкультурної комунікації у ЗВО (на прикладі дисципліни «Українська мова як іноземна»)	190
Ільченко А. Теоретичні аспекти комунікативної компетентності здобувачів вищої освіти в сучасній науковій парадигмі	198

Лещенко Т., Юфименко В. <i>Особливості формування комунікативної компетенції іноземних студентів під час засвоєння стоматологічної термінології на занятті з української мови як іноземної.....</i>	204
Ніколасенко Ю. <i>Формування мотивації майбутніх фахівців аграрного профілю до міжкультурної комунікації на заняттях з іноземної мови.....</i>	214
Сільчук О. <i>Питання міжкультурного спілкування в освітньому середовищі магістратури аграрних закладів вищої освіти.....</i>	221
Стиркіна Ю. <i>Технології засвоєння мовленнєвих структур у процесі міжкультурного спілкування та виконання репродуктивних і творчих завдань</i>	229
Тур О., Дерев'янко Л. <i>Міжкультурне спілкування як невід'ємний складник професійної діяльності майбутніх фахівців документно-інформаційної галузі.....</i>	238
Федоренко Ю. <i>Сучасні практики у формуванні іншомовної професійної комунікативної компетентності.....</i>	246
Наші автори	252

ПЕРЕДМОВА

14 травня 2020 р. з нагоди Дня науки відбулася Всеукраїнська науково-практична конференція «Мова і міжкультурна комунікація: теорія та практика».

Співорганізатори наукового заходу – кафедра гуманітарних і соціальних дисциплін Полтавської державної аграрної академії, факультет іноземної філології і філологічний факультет Запорізького національного університету.

Учасники конференції – доктори філологічних та педагогічних наук, кандидати філологічних та педагогічних наук, аспіранти з 11 закладів вищої освіти: Полтавської державної аграрної академії, Запорізького національного університету, Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка, Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана, Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка, Полтавського університету економіки і торгівлі, Луганського національного університету імені Тараса Шевченка, ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет», Полтавського інституту економіки і права Університету «Україна», Української медичної стоматологічної академії.

З вітальними словами до учасників наукового заходу звернулися проректор з науково-педагогічної роботи і перспективного розвитку Полтавської державної аграрної академії Шаравара Т. О. та проректор з науково-педагогічної роботи Запорізького національного університету Каганов Ю. О.

Учасники конференції під час пленарного та секційних засідань мали змогу ознайомитися з результатами досліджень знаних науковців, викладачів-практиків провідних закладів вищої освіти України.

Відеоконференція стала справжньою науковою платформою для обговорення актуальних лінгвістичних проблем, плідної інтелектуальної роботи і жвавої дискусії. Логічним підсумком завершення конференції є колективна монографія, яка нині презентується.

ВСТУПНЕ СЛОВО
РЕКТОРА ПОЛТАВСЬКОЇ ДЕРЖАВНОЇ АГРАРНОЇ
АКАДЕМІЇ, ПРОФЕСОРА
АРАНЧІЙ ВАЛЕНТИНИ ІВАНІВНИ



Шановні організатори та учасники Всеукраїнської науково-практичної конференції «Мова і міжкультурна комунікація: теорія та практика», співавтори колективної монографії!

Якість фахової підготовки студентів закладів вищої освіти передусім залежить від науково-педагогічних працівників, які у своїй роботі мають послуговуватися сучасними науковими та методичними розробками, досягненнями вітчизняної науки та зарубіжних дослідників. Найкращий спосіб обмінятися науковими ідеями та досвідом – це проведення конференції. Цим і зумовлене ініціювання викладачами кафедри гуманітарних і соціальних дисциплін факультету обліку та фінансів Полтавської державної аграрної академії спільно з викладачами філологічного факультету та факультету іноземної філології Запорізького національного університету наукового заходу «Мова і міжкультурна комунікація: теорія та практика», результати якого знайшли відображення в однойменній колективній монографії.

У цьому науковому виданні висвітлено сучасні лінгвістичні проблеми в контексті міжкультурного спілкування, преподацької

діяльності, різних аспектів здійснення освітнього процесу. Чимало досліджень мають міждисциплінарний характер, засвідчують найтісніший взаємозв'язок мови, комунікації, культури, психології та педагогіки. Безперечно, ці та інші питання, порушені авторами наукових публікацій, є актуальними й значущими для нашого полікультурного простору.

Упевнена, що ця конференція надалі стане щорічною, адже подібні наукові заходи є чудовою нагодою для спілкування справжніх фахівців із багатьох закладів вищої освіти, для конструктивної дискусії і цікавих публікацій.

Щиро зичу колективу авторів монографії міцного здоров'я, добра і достатку. Нехай Ваші наукові успіхи окрилюють, надихають на нові творчі звершення, стимулюють молоде покоління дослідників до наукового пошуку.

РОЗДІЛ 1. НАЦІОНАЛЬНО-МОВНІ КАРТИНИ СВІТУ: ВЕРБАЛЬНА І НЕВЕРБАЛЬНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ

**Лариса Воловик, кандидат філологічних наук, доцент,
Полтавська державна аграрна академія**

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРЕФІКСАЛЬНИХ ДІЄСЛІВ В ЕКОНОМІЧНОМУ ТЕКСТІ

У статті проаналізовано словотвірні потенції твірних основ префіксальних дієслів з префіксами be-, ge-, er-, ver-, zer-, ent-, emp-, miss-, durch-, unter-, über-, um-, hinter-, wider-, wieder- у німецькій економічній термінології. Особливістю архітекτονіки твірних основ префіксальних сильних і слабких дієслів є наявність у словотвірних рядах віддієслівних безафіксно-похідних іменників, утворених шляхом субстантивзації основ інфінітива, конверсії основ інфінітива, конверсії основ претерита префіксальних сильних дієслів, суфіксальних іменників, складних іменників. Твірні основи дієслова реалізують дериваційні можливості за словотвірними моделями, характерними для німецької мови. Досліджено утворення безафіксно-похідних іменників від твірних основ префіксальних дієслів шляхом субстантивзації основ інфінітива, конверсії основ інфінітива, конверсії основ претерита префіксальних дієслів.

Ключові слова: мікромодель, основа, похідна основа, словотвірна модель, словотвірна основа, словотвірне значення, словотвірний потенціал, словотворення, термін.

Larysa Volovyk. Structurally semantic features of prefixed verbs in the economic text

The article is devoted to the studies of characteristics of word-formation structure and semantics of German economic verb-terms with prefixes be-, ge-, er-, ver-, zer-, ent-, emp-, miss-, durch-, unter-, über-, um-, hinter-, wider-, wieder-. The paper studies the stems of German prefixal verbs used as economic terms, examined by means of the determining their structural, semantic and functional organization. The examination of prefixal verbs' stems proceeds from basic root words of derivational chains towards their cognate derivatives. Prefixal verbs are formed according to general language norms on the basis of prefixal derivational patterns of modern German. The results obtained show the decrease of borrowed verb-forming prefixes in German economic terminology. Prefixal verb stems form noun stems by means of suffixation and conversion which are very productive in German. Much attention is given to non-affixal derivative nouns formed by means of the

processes of substantivization and conversion stems of infinitives, conversion stems of preterital prefixal verbs.

Key words: micropattern, stem, derived stem, derivational meaning, derivational pattern, derivational stem, word-formation potential, word-formation, term.

Вступ. Актуальність дослідження зумовлена сучасною тенденцією до фіксування та вивчення специфіки префіксальних дієслівних термінів у німецькомовній економічній терміносистемі, необхідністю їхнього комплексного системного дослідження для виявлення закономірностей, процесів термінотворення, що дає змогу визначити основні напрями розвитку та збагачення німецькомовної економічної терміносистеми.

Вивчення архітекτονіки твірних і похідних основ дієслів як структурних елементів тексту – важливий аспект аналізу текстотвірних потенцій словотвірних одиниць. Твірні основи дієслова реалізують дериваційні можливості за словотвірними моделями, характерними для німецької мови. Дослідженню різних аспектів дієслівної префіксації на матеріалі загальнолітературної мови та деяких окремих терміносистем присвячені праці багатьох учених В..В. Левицького, О.Д. Огуя, М. М. Полюжина, К. А. Левковської, М. Д. Степанової, W. Fleischer, Th. Schirpan.

Німецькомовна економічна терміносистема, перебуваючи у фокусі уваги сучасних досліджень розглядалася в такому аспекті, як словотвірні та типологічні особливості терміносистеми [1, с. 126; 2, с. 23; 3, с. 34; 4, с. 102].

Мета дослідження. Опис особливостей словотвірної структури й семантики німецьких префіксальних дієслів – економічних термінів у газетних текстах. Об'єкт дослідження – німецькі дієслова з префіксами *be-, ge-, er-, ver-, zer-, ent-, emp-, miss-, durch-, unter-, über-, um-, hinter-, wider-, wieder-*.

Для досягнення поставленої мети та розв'язання конкретних завдань у дослідженні використовується поєднання словотвірного аналізу та синтезу, що вимагає комплексного використання таких методів і прийомів: методу словотвірного аналізу за безпосередньо-складовими компонентами, для дослідження словотвірної структури похідних основ, для встановлення структурних та семантичних відношень між безпосередньо-складовими компонентами; методу моделювання для виявлення основних

словотвірних моделей та мікромоделей німецьких префіксальних дієслів і похідних основ слів; аналітико-описового методу для визначення особливостей творення основ префіксальних дієслів та співвідносних із ними похідних основ, що функціонують у німецькій економічній термінології.

Виклад основного матеріалу дослідження. Словотвірну модель визначають як морфологічно й лексико-семантично зумовлену схему, за якою можуть бути утворені серії словотвірних конструкцій із однаковою структурою [5, с. 56; 6, с. 28].

Словотвірні моделі, утворені за визначеними правилами, мають важливе значення для аналізу текстотвірних потенцій дериваційних одиниць. Розглянемо, наприклад, словотвірні моделі префіксальних сильних дієслів, які функціонують в економічному тексті. Твірні основи кореневих дієслів, поєднуючись із автохтонними невідокремлюваними дієслівними префіксами, утворюють похідні основи за основною словотвірною моделлю, яка функціонує в тексті: $M_4:SV_{st.}=Präf.+SV_{st.}$: *treiben Handel* – займатися торгівлею → *be//treiben* – проводити (кампанію). Напр.: *Ich treibe Handel. Ich betreibe Selbstmarketing, wenn ich positive Kontakte zu anderen aufbaue und meine Begeisterung und mein Engagement für bestimmte Themen vermitteln kann* [7, с. 8].

Субстантивований інфінітив префіксальних сильних дієслів, за нашими спостереженнями, утворений за словотвірною моделлю: $M_2SN=SN:SV(Präf.+SV_{st.})+en$, *sich bestreben* – старатися, прагнути → *das Bestreben*. Напр.: *Die Menschen bestreben sich die zahlreiche Wünsche zu erfüllen. Diese Wünsche nennt man im wirtschaftlichen Sprachgebrauch Bedürfnisse. Also: Bedürfnis bedeutet das Empfinden eines Mangels mit dem Bestreben, diesen Mangel zu beheben* [7, с. 7].

Прикладом функціональної трансорієнтації одиниць одного рівня може слугувати конверсія лексичних одиниць. Шляхом конверсії основи інфінітива утворені безафіксно-похідні іменники від твірних основ префіксальних сильних дієслів: $M_2SN=SN:SV_{inf}((Präf.+SV_{st.})→SN)$: *ver//tragen (u, a)* – укласти договір → *der Vertrag* – договір, контракт; *wider//rufen* – відміняти → *der Widerruf* – відміна, відмова. Приміром: *Ob die Menschen arbeiten oder Freizeit verbringen, ob sie Geld ausgeben oder sparen, etwas kaufen oder verkaufen, Vertrag abschließen, Miete, Heizung zahlen immer handelt es sich um wirtschaftliche Vorgänge. Alle wirtschaftenden Menschen treffen täglich Entscheidungen, vertragen und beeinflussen*

dadurch wirtschaftliche Vorgänge [7, с. 14]. Jede Bestellung kann widerrufen werden. Da die Bestellung jedoch wirksam wird, wenn sie dem anderen zugeht, muss der Widerruf spätestens zusammen mit der Bestellung beim Verkäufer eingehen [7, с. 10].

Шляхом конверсії твірних основ претерита утворені безафіксно-похідні іменники від твірних основ префіксальних сильних дієслів: $M_3SN=SN:SV_{imp.}((Präf.+SV_{st.})\rightarrow SN)$: *be//treiben* (ie, ie) – займатися (чим-небудь) → *der Betrieb* – виробництво. У контексті: *Der Begriff «Betrieb» bringt die technisch-organisatorische Seite von Wirtschaftseinheiten zum Ausdruck. Als institutioneller Begriff wird «Handel» für alle Institutionen, die ausschliesslich oder überwiegend der Begriff «Handel betreiben», verwendet [7, с. 3].*

У досліджуваних текстах виявлено словотвірні моделі віддієслівних суфіксальних іменників, утворені від твірних основ префіксальних сильних дієслів у німецькій економічній термінології: $M_6SN=SN:SV(Präf.+SV_{st.})+Suf_{-er.}$: *be//werben, sich* – подавати заяву (про що-небудь) → *der Bewerber* – претендент, кандидат. Напр.: *Wir bewerben uns um eine Stelle. Die meisten Bewerber sind nur noch fokussiert auf das Studium und seine Ergebnisse und denken nicht an das, was sie auch vor und neben der Hochschule geleistet haben [7, с. 7].*

За словотвірною моделлю: $M_6SN=SN:SV(Präf.+SV_{st.})+Suf_{-ung}$ утворені іменники: *be//werben, sich* – подавати заяву (про що-небудь) → *die Bewerbung* – заявка (на що-небудь); заява (про призначення на посаду). Напр.: *Die Bewerbungen, die in der zweiten Woche eintreffen, sind tendenziell besser, betont er. Der Bewerber müsse ich intensive mit dem Unternehmen und der Position auseinandersetzen und sich fragen, welchen spezifischen Nutzen er dem Unternehmen bieten könne. Ich denke, dass sich die Menschen zu viel bewerben und zu wenig in die Detailprüfung gehen, erklärt Mühlenhoff [7, с. 12].*

Словоскладання як характерна особливість дериватології німецької мови – один із найдавніших і найпродуктивніших способів утворення іменників [3, с. 94]. Утворення похідних основ складних іменників із першим словотвірним компонентом – віддієслівним іменником – конверсією твірної основи інфінітива префіксального сильного дієслова відбувається за словотвірною моделлю: $M_{10}SN=SN:(SV:Präf.+SV_{st.})+SN$: *wider//rufen* – відмінати → *der Widerruf* – відміна; відмова. У контексті: *Jede Bestellung kann widerrufen werden. Da die Bestellung jedoch wirksam wird, wenn sie*

dem anderen zugeht, muss der Widerruf spätestens zusammen mit der Bestellung beim Verkäufer eingehen. Widerrufbriefe müssen die Änderung der Bestellung beziehungsweise den Rücktritt von der Bestellung genau begründen [7, с. 12].

Утворення похідних основ складних іменників із другим словотвірним компонентом – віддієслівним іменником – конверсією твірної основи інфінітива префіксального сильного дієслова відбувається за моделлю: $M_{10}SN = SN + SN : (SV:Präf. + SV_{st})$: *er//halten* (ie, a) – зберігати → *der Datenerhalt* – зберігання даних; *ver//tragen* (u, a) – укладати договір → *der Kauf//vertrag* – договір купівлі. Напр.: *Vielzahl von Bewerbungen erhalten, kann es auch passieren, das seine E-Mail-Bewerbung im Spam-Filter hängen bleibt. Bei per Mail versendeten Initiativbewerbungen ist es für die Unternehmen wegen der Unterschiedlichkeit des Datenerhaltes sehr zeitaufwendig, diese aufzubereiten, um zu prüfen, ob eine Einsatzmöglichkeit besteht. Ob Sie ein Fernsehgerät oder eine Tüte Milch, ein Paar Schuhe oder ein Auto kaufen, in jedem Fall vertragen Sie. Aus diesem Kaufvertrag entstehen auf beiden Seiten bestimmte Rechte und Pflichten* [7, с. 15].

В економічних текстах зафіксовано словотвірні моделі: $M_{10}SN = SN : (SV:Präf. + SV_{st+}) + SN$ – утворення похідних основ складних іменників із першим словотвірним компонентом, віддієслівним іменником – конверсією твірної основи претерита префіксального сильного дієслова: *ver//treiben* (ie, ie) – продавати, збувати → *die Vertriebs//firma* – фірма для збуту. Приміром: *Bayer ist eine Vertriebsfirma, das unter anderem Arzneimittel produziert. Bauer produziert und vertreibt rezeptfreie Arzneimittel gegen Schmerzen, Husten und Erkältung* [7, с. 8].

Похідна основа складних іменників із першим словотвірним компонентом, віддієслівним суфіксальним іменником із суфіксом *-ung*, утворена за словотвірною моделлю: $M_{10}SN = SN : (SV:Präf. + SV_{st-}) + Suf_{-ung}$: *be//werben, sich* – подавати заяву (про що-небудь) → *die Bewerbungs//mappe* – папка заяв. Напр.: *Laut Studie bewirbt sich mehr als die Hälfte der befragten Stellensuchenden lieber mit einer Online-Bewerbung als mit einer klassischen Bewerbungsmappe* [7, с. 8].

Похідна основа складних економічних іменників із першим словотвірним компонентом, віддієслівним суфіксальним іменником із суфіксом *-er*, утворена за словотвірною моделлю: $M_{10}SN = SN : (SV:Präf. + SV_{st-}) + Suf_{-er}$: *ver//treten* (a, e) – представляти

(напр., фірму) → *die Vertreter/firma* – фірма-агент. У контексті: *Wir sind eine kleine Vertreterfirma. Seit einem Monat haben wir einen neuen Geschäftsführer, Herrn Mandl. Er leitet und vertritt unsere Firma* [7, с. 6].

Похідна основа складних економічних іменників із другим словотвірним компонентом – віддієслівним суфіксальним іменником із суфіксами *-er*, *-ung*, утворена за словотвірною моделлю: $M_{10}SN = SN((SV:Präf.+SV_{st-})+Suf_{-er,-ung})+SN, ver//treten$ (*a*, *e*) – презентувати (напр., фірму) → *die Handels/vertretung* – торгове представництво. Приміром: *Wir stellen Textilmaschinen für den europäischen Markt her – und jetzt möchten wir gern auch mit Firmen in Italien Kontakt aufnehmen. Wir möchten unsere Firma direkt in Italien vertreten. Die Handelsvertretung ist für unsere Firma besser* [7, с. 13].

Особливо продуктивні в економічному тексті префіксальні сильні дієслова, утворені за моделлю: $M_4SV_{st} = Präf.+SV_{st}$: *scheinen* (*ie*, *ie*) – світити → *er//scheinen* (*ie*, *ie*) – виходити (друком). Напр.: *Nur 1,2 Prozent der Fachartikel erscheinen auf Deutsch, 90,7 auf Englisch, 2,1 auf Russisch, in Biolabors ist die Umgangssprache fast ausschließlich Englisch, moderne Lehrbücher erscheinen überhaupt nicht mehr auf Deutsch* [7, с. 14].

Похідні основи складних економічних іменників із першим компонентом, віддієслівним суфіксальним іменником із суфіксом *-ung*, утворені за моделлю: $M_{10}SN = SN((SV:Präf.+SV_{st-})+Suf_{-ung})+SN$: *be//werben, sich* (*a*, *o*) – подавати заяву (про що-н.) → *der Bewerbungs//bereich* – сфера влаштування на роботу; *die Bewerbungs//form* – форма влаштування на роботу. Приміром: *Für die letztgenannte Variante müssen sich Bewerber in der Regel auf den Karriereseiten registrieren und gelangen über ein Log-in in den Bewerbungsbereich. Auch hier empfiehlt es sich, sich vorher zu informieren, welche Bewerbungsform gewünscht bzw. möglich ist* [7, с. 15].

Переважає більшість складних іменників із першим словотвірним компонентом, субстантивованим інфінітивом, утворена за моделлю: $M_{10}SN = SN((SV:Präf.+SV_{st-})+Suf_{-ung})+SN$: *unter//nehmen* (*a*, *o*) – починати (що-небудь) → *der Unternehmens//chef* – керівник підприємства. Напр.: *Japaner sprechen Ranghöhere im Unternehmen nicht mit ihren Namen sondern mit deren Positionsbezeichnungen, zum Beispiel «Unternehmenschef», «Geschäftsführer». Franzosen lieben Berufstitelung Anreden wie «Monsieur le President» oder «Monsieur le Presidentdirecteur general» für einen Unternehmenschef* [7, с. 7].

Похідні основи складних економічних іменників із першим компонентом, віддієслівним суфіксальним іменником із суфіксами *-ung, -er*, утворені за моделлю: $M_6SN = SN:SV(Präf.+SV_{st})+Suf.-ung, -er$: *be//werben, sich* – подавати заяву (про що-н.) → *die Be//werbung* – заява (про влаштування на роботу). Приміром: *Vergessen Sie nicht, in jeder E-Mail – Bewerbung eine vollständige Signatur mit Ihrer Anschrift und Telefonnummer anzugeben. Denken Sie daran, Ihre Bewerbung über eine neutrale E-Mail-Adresse zu versenden; Darüber hinaus nutzen zu wenig Bewerber das Angebot einer telefonischen Kontaktaufnahme, bemerkt Mühlhoff. Nur etwa 20 Prozent der Bewerber telefonieren vorher* [7, с. 7].

Виокремлюємо словотвірну модель, за якою утворено похідні основи субстантивованих іменників: $M_2SN = SN:SV(Präf.+SV_{st})+en$: *unter//nehmen (a, o)* – починати (що-небудь) → *das Unter//nehmen* – підприємство. Напр.: *Denn in jedem zweiten Dax-Unternehmen ist die Konzernsprache Deutsch oder Deutsch und Englisch. Die Unternehmen sind nun mal trotz ihrer internationalen Ausrichtung deutsche Unternehmen, resümiert Headhunter Heilgenthal* [7, с. 10].

Префіксальні слабкі дієслова, зафіксовані в досліджуваних текстах, утворені за такими продуктивними моделями:

1) девербативна модель префіксальних слабких дієслів: $M_4SV = Präf.+SV_{schw}+en$: *warten (-te, -t) (auf A.)* – чекати (на кого, що) → *er//warten (-te, -t)* – чекати; *dienen (-te, -t)* – служити → *ver//dienen (-te, -t)* – заробляти. Приміром: *Sie investieren in unterbewertete Aktien oder kaufen Anteile, bei denen wegen außergewöhnlicher Ereignisse (Übernahme, Restrukturierung, Insolvenz) Kursausschläge zu erwarten sind: sie kaufen Aktien oder Anteile aus Schwellenländern: sie verdienen an Rohstoffen oder Leerverkäufen* [7, с. 10].

2) десубстантивна модель: $M_4SV = Präf.+SN+en$: *kaufen (-te, -t)* – купляти → *ver//kaufen (-te, -t)* – продавати; *zahlen (-te, t) (für A.)* – платити → *be//zahlen (-te, -t)* – виплачувати (що-небудь) *dienen (-te, -t)* – служити → *ver//dienen* – заробляти. Напр.: *Die Marktpartner haben unterschiedliche Ziele: – Der Produzent will möglichst teuer verkaufen. – Der Konsument will möglichst billig kaufen. – Der Arbeitgeber will möglichst niedrige Löhne bezahlen. – Der Arbeitnehmer, will möglichst viel verdienen* [7, с. 12].

3) деад'єктивна модель префіксальних слабких дієслів: $M_{4,5}SV = Präf.+SA+en$: *reich* – багатий → *er//reichen (-te, -t)* – досягати; *gut – besser – am besten* – (добре – краще – найкраще) → *ver//bessern*,

sich – покращуватися. Приміром: *Mehr Jobs, höhere Einkommen, deutlich niedrigere Kosten, ein Land, das seine ökonomische Wohlfühlgeschwindigkeit von gut 2 Prozent Wachstum erreicht und wieder Zuversicht schöpft – so könnte die Zukunft aussehen. Alles hängt davon ab, ob die Bundesrepublik als Investitionsstandort für Unternehmen attraktiver wird. Und die Voraussetzungen dafür verbessern sich allmählich, wie die Untersuchung «Deutschland 2010» zeigt: Exklusiv für Manager Magazin hat ein Team der privaten Wissenschaftlichen Hochschule für Unternehmensführung (WHU) und der Standortberatung Contor alle 1207 Regionen in der EU analysiert und die messbaren Trends bis zum Ende des Jahrzehnts fortgeschrieben [7, с. 12].*

Шляхом конверсії основи інфінітива утворюються безафіксно-похідні іменники від твірних основ префіксальних слабких дієслів, за словотвірними моделями: $M_2SN=SN:SV_{inf}((Präf.+SV_{schw.})\rightarrow SN)$ та відображаються в економічному тексті: *ver//kaufen (-te, -t) – продавати → der Verkauf – продаж, збут: Напр.: Es gibt direkten und indirekten Absatz. Direkter Absatz ist es der Verkauf des Produktes vom Hersteller an den Endabnehmer. Den indirekten Absatz kann man als Verkauf eines Produktes an Betriebe oder Firmen, die es weiterverkaufen, betrachten [7, с. 10].*

У дослідженні виявлені словотвірні моделі суфіксальних іменників, що утворюються від твірних основ префіксальних слабких дієслів. Найчастіше трапляються в тексті словотвірні моделі: $M_6SN=SN:SV(Präf.+SV_{schw.})+Suf_{-ung}$: *be//zahlen (-te, -t) – сплачувати → die Be//zahlung – оплата. Приміром: Sie können sich aussuchen, wie Sie bezahlen wollen. Entweder gegen Rechnung oder in beguemen Monatsbeträgen – oder per Nachnahme. Eigentumsvorbehalt: Die Ware bleibt bis zur vollständigen Bezahlung Eigentum der Quelle [7, с. 8].*

$M_6SN=SN:SV(Präf.+SV_{schw.})+Suf_{-er}$: *ver//kaufen (-te, -t) – продавати → der Ver//käufer – продавець. Приміром: Frau von Wolffen hat beim Händler einen Gebrauchtwagen gekauft. Der Verkäufer hatte zugesichert, dass der Wagen in Ordnung ist, obwohl er den Wagen verkaufen wollte. Schon bei der ersten Fahrt hatte Frau von Wolffen mit dem Fahrzeug einen Unfall, weil die Bremsen defekt waren [7, с. 10].*

Субстантивація інфінітива префіксальних слабких дієслів є характерним явищем в економічних текстах. Набуття основою інфінітива дієслова парадигми іменника відбувається за СМ: Напр.:

$M_2SN=SN:SV(Präf.+SV_{schw.})+en$: *ver//kaufen (-te, -t)* – продавати → *das//Ver//kaufen* – продаж. Приміром: *Sie verkaufen im Fachgeschäft, im Supermarkt oder im Warenhaus. Verkaufen, Waren anbieten, Kunden bedienen oder Kunden über Vorteile und Zweckmäßigkeit von Waren beraten sind ihre wichtigsten Tätigkeiten* [7, с. 10].

Розглянемо моделі композитів економічних термінів з першим та другим словотвірним компонентом – віддієслівним іменником – конверсією твірних основ інфінітива префіксальних слабких дієслів, які трапляються в текстах економічного характеру за словотвірними моделями: $M_{10}:SN=SN:(SV:Präf.+SV_{schw.})+SN$: *ver//kaufen (-te, -t)* – продавати → *die Verkaufs//daten* – строки реалізації. Приміром: *Sie verkaufen im Fachgeschäft, im Supermarkt oder im Warenhaus. Verkaufen, Waren anbieten, Kunden bedienen oder Kunden über Vorteile und Zweckmäßigkeit von Waren beraten sind ihre wichtigsten Tätigkeiten. Zunehmend an Bedeutung in diesem Beruf gewinnt die Arbeit mit Computern, zum Beispiel mit mobilen Datenerfassungsgreataren für die Bestandskontrolle und Inventur oder mit Scannerkassen, an denen die Verkaufsdaten der Artikel durch Laserstrahl abgelesen worden.* $M_{10}:SN=SN+SN(SV:Präf.+SV_{schw.})$: *ver//brauchen (-te, -t)* – споживати, витратити → *der Verbrauch* – споживання → *die Verbrauchs//struktur* – структура споживання. Приміром: *Ein enger Zusammenhang besteht zwischen der Verbrauchsstruktur und der Höhe des Haushaltseinkommens. Darüber hinaus wird der Verbrauch aber auch durch soziale und kulturelle Einflüsse geformt. Westdeutsche verbrauchen mehr für Wohnen als Ostdeutsche* [7, с. 8].

Розглянемо утворення похідних основ іменників з першим та другим словотвірним компонентом – віддієслівним суфіксальним іменником. За словотвірною моделлю: $M_{10}:SN=SN:((SV:Präf.+SV_{schw.})+Suf.-ung)+SN$ утворюються і відображаються в тексті, похідні основи іменників з першим словотвірним компонентом: *ver//packen (-te, -t)* – упаковувати (товар) → *das Ver//packungs//mittel* – матеріал для упаковки. Напр.: *Der Verkäufer soll die Ausrüstung in einer seemäßigen Exportverpackung verladen und alle Waren verpacken. Das Verpackungs//mittel muß volle Unversehrtheit der Ware gegen Beschädigungen und Korrosion aller Art bei jedem Wetter und jedem Transport gewährleisten* [7, с. 9].

За словотвірною моделлю: $M_{10}:SN=SN+SN:((SV:Präf.+SV_{schw.})+Suf.-ung)$ утворюються похідні основи іменників з другим

словотвірним компонентом: *ver//sammeln, sich* – збиратися → *die Haupt//versammlung* – загальні збори: Напр.: *Die Mitglieder des Vorstands werden vom Aufsichtsrat gewählt. Das oberste Organ der AG ist die Hauptversammlung. Die Aktionäre versammeln sich jährlich, sagen ihre Meinung und kritisieren den Vorstand* [7, с. 9].

Продуктивні словотвірні моделі є моделі композитів та суфіксальних іменників. Продуктивна в економічному тексті модель композитів з першим словотвірним компонентом – віддієслівним іменником – конверсією твірних основ інфінітива префіксальних слабких дієслів: *ver//brauchen (-te, -t)* – споживати → *die Verbrauchs//güter* – товари широкого вжитку. Напр.: *Das Begriffspaar Verbrauchs – und Gebrauchsgüter wird in der Praxis vor allem für Konsumgüter verwendet. Verbrauchsgüter werden sofort und einmalig verbraucht. (z.B. Brot, Bier, Zigaretten). Gebrauchsgüter dienen dem mehrmaligen Verbrauch* [7, с. 10].

У наступному уривку економічного тексту можна простежити 2 моделі, які є продуктивними для нього: це словотвірні моделі суфіксальних іменників: $M_6: SN=SN:SV(Präf.+SV_{schw.})+Suf.(-er,-ung):$ *ver//kaufen (-te, -t)* – продавати → *der Ver//käufer* – продавець; і словотвірна модель складних економічних іменників з першим словотвірним компонентом – віддієслівним суфіксальним іменником. Напр.: $M_{10}: SN:SN:((SV:Präf.+SV_{schw.})+Suf.-ung)+SN:$ *ver//packen (-te, -t)* – упаковувати → *die Verpackungs//liste* – реєстр упаковки. Напр.: *Der Käufer darf verlangen, dass die Verpackung die Ware auch bei mehreren Umladung schützt. Der Verkäufer soll eine detaillierte Verpackungsliste anfertigen. Der Verkäufer kann ein Exemplar der Verpackungsliste in die Kiste legen und ein Exemplar an der Außenseite der Kiste befestigen* [7, с. 8]. Із наведених прикладів можна зробити висновок, що словотвірні моделі розглядаються як спосіб зв'язку словотвірних структур в тексті, і є засобом когерентності у економічному тексті.

Висновки та перспективи досліджень. Отже, проведене дослідження дало змогу виявити найбільш продуктивні моделі префіксальних дієслів в економічному тексті, які утворюють його когерентність. Перспективу подальших досліджень убачаємо у вивченні термінів в економічних текстах у напрямі від твірних основ префіксальних дієслів до співвідносних із ними за структурою й семантикою похідних основ – економічних термінів.

Джерела та література

1. Fleischer W. *Grundzüge der Wortbildung des Verbs in der deutschen Sprache der Gegenwart: Lehrbuch.* Leipzig. 2000. 305 S.
2. Левковская К. А. О понятии производности. *Вопросы составления описательных грамматик : підручник.* М. : Высшая школа, 2002. 147с.
3. Степанова М. Д., Фляйшер В. *Теоретические основы словообразования в немецком языке : підручник.* М. : Высшая школа, 1984. 264 с.
4. Schippan Th. *Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache: Lehrbuch.* [2. durchges. Aufl.]. Tübingen. 2002. 307 S.
5. Степанова М. Д. *Методы синхронного анализа лексики : підручник* М.: Высшая школа, 2004. 2008 с.
6. Stepanova M. D., Černyševa I. I. *Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache : Lehrbuch.* [2. verbesserte Aufl.]. M. : Vyssšaja Škola, 2003. 247 S.
7. Zeitung «Markt» Ausgabe 36. Goethe-Institut, 15. Jahrgang 2007. 20 S.

**Валентина Воскобойник, кандидат філологічних наук, доцент,
Полтавська державна аграрна академія**

ОСОБЛИВОСТІ ДІЄСЛІВНОЇ ПРЕФІКСАЦІЇ В СУЧАСНІЙ АНГЛОМОВНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ ТЕРМІНОСИСТЕМІ

У статті розглядаються особливості творення англійських префіксальних дієслів, що виконують функції економічних термінів. Виявлено, що вони утворюються за допомогою романських та германських дієслівних префіксів відповідно до норм загальнолітературної англійської мови. Високопродуктивними виявилися дієслівні префікси *re-* та *over-*. Більшість дієслівних префіксів демонструє середній рівень продуктивності, що свідчить про те, що дієслівна префіксація не є основним способом термінотворення в сучасній англійській економічній терміносистемі.

Ключові слова: дієслівний префікс, економічна терміносистема, дериват, словотвірне значення, продуктивність.

**Valentyna Voskoboinyk. Peculiarities of verbal prefixation in modern
English economic terminological system**

The article deals with the peculiarities of the formation of prefixed verbs that function as English economic terms. It is revealed that they are formed with

the help of Roman and German verb prefixes according to the norms of the literary English language. The verb prefixes re- and over- have proven to be highly productive. Most verb prefixes demonstrate an average level of productivity; it is the evidence that verbal prefixation is not the primary means of term formation in modern English economic terminological system.

Key words: verb prefix, economic terminological system, derivative, derivational meaning, productivity.

Вступ. Бурхливі соціально-економічні зміни в житті суспільства сприяють інтенсивному поповненню англомовної економічної терміносистеми, яка обслуговує сучасний комплекс економічних наук: маркетинг, бухгалтерський облік, фінанси, основи економічної теорії, статистику тощо. Нова лексика, яка співвідноситься з економічними поняттями, утворює значну соціофункціональну групу інновацій останніх десятиліть в англійській мові [1]. У зв'язку з цим актуальними вбачаються питання виявлення шляхів поповнення англомовної економічної терміносистеми. У центрі уваги мовознавців знаходяться проблеми визначення способів термінотворення [2; 3; 4], установлення особливостей термінологізації загальноживаної лексики [5; 6], з'ясування специфіки економічних інновацій [1]. Зростання зацікавленості у вивченні особливостей англомовної економічної термінологіки також зумовлена збільшенням її впливу на розвиток словникового складу та фразеологічного фонду сучасних мов [7, с. 178].

Одним із способів термінотворення є префіксація, яка в англійській мові найбільш характерна для дієслів [8, с. 43]. Дієслово служить вершиною комунікативної домінації на семантичному рівні. Значення дієслова задається стосунками двох предметних сфер – сфери суб'єкта і сфери об'єкта, що перетворює його на своєрідний макет майбутнього речення. Актуальність теми визначається відсутністю досліджень специфіки дієслівної префіксації в англомовній економічній терміносистемі. У цій роботі аналізуються структурно-семантичні особливості англійських префіксальних дієслів у функції економічних термінів, що дозволяє розкрити деякі механізми процесів термінотворення в сучасній англійській мові загалом.

Матеріалом дослідження стали дані лексикографічних джерел англомовної економічної термінологіки [9; 10] та журналів *The Economist* і *Newsweek* за 2005-2019 рр., з яких методом суцільної вибірки було відібрано 692 дієслів з префіксами.

Мета дослідження. Метою дослідження є встановлення особливостей творення англійських префіксальних дієслів, які виконують функції економічних термінів, у тому числі й новотворів.

Для досягнення мети були поставлені такі завдання:

- відібрати префіксальні дієслова, що виконують функції англійських економічних термінів, та згрупувати їх за словотвірними моделями;
- проаналізувати особливості творення відібраних префіксальних дієслів;
- визначити рівень продуктивності дієслівних префіксів в англомовній економічній терміносистемі;
- проаналізувати префіксальні дієслова, що з'явилися в сучасній англомовній терміносистемі за останні 15 років, та виділити префікси, які є продуктивними в утворенні префіксальних дієслівних інновацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Набір понять, що термінуються, значно ширший, ніж семантичні можливості іменника як засобу вираження цих важливих понять. Сучасні дослідження доводять, що термінами можуть бути прикметники, дієслова, прислівники й інші повнозначні слова, які потрапили в розпорядження певної термінологічної системи й отримали в її межах однозначний термінологічний зміст [11].

У сучасній англомовній економічній терміносистемі функціонують префіксальні дієслова з германськими (297) та романськими (395) дієслівними префіксами. Лише германські префікси *be-*, *mis-* та романські префікси *circum-*, *co-*, *inter-*, *pre-*, *retro-* виражають одне словотвірне значення (СЗ): *to misbill* – *виставляти неправильний рахунок* (СЗ неправильної або погано виконаної дії), *to coown* – *володіти спільно* (СЗ спільної, сумісної або взаємної дії), *to intercommunicate* – *спілкуватися, зв'язуватися між собою* (СЗ взаємодії, взаємозв'язку), *to prelease* – *заздалегідь отримувати згоду на оренду частини будівлі* (СЗ передування в часі або дії). Всі інші вищезгадані дієслівні префікси є полісемантичними, наприклад, германський префікс *over-*: *to overtrade* – *вести торгівлю в обсязі, що виходить за межі наявних коштів* (СЗ надмірності дії, позначеної основою), *to overmortgage* – *повторно закладати* (СЗ повторної дії); романський префікс *de-*: *to derecognize* – *офіційно не признавати профспілку як представництво працівників* (СЗ, протилежної тій,

що позначена основою), *to deforce* – *позбавляти власності* (СЗ посилення дії).

Більшість виявлених англійських префіксальних дієслів є префіксальними дериватами (85,41%), які утворилися за словотвірними моделями префіксальних дієслів для позначення спеціальних понять різних сфер економіки, тобто шляхом їх термінологізації є дієслівна префіксація, наприклад: *to overinvest* – *надмірно вкладати капітал*, *to mismanage* – *погано здійснювати керівництво*, *to underprice* – *призначати надто низьку ціну*, *devalue* – *знецінювати*, *to encash* – *одержувати готівкою*, *to reinsure* – *відновляти страховку*.

Дієслова з префіксами у функції економічних термінів, які виникли внаслідок переосмислення семантики префіксальних дієслів загального вжитку і є семантичними дериватами, нараховують лише 21,45%: *to overstay* – *пропускати вигідний момент для продажу цінних паперів або товару за найвищою ціною* ← *to overstay* – *затриматись*, *to overheat* – *розвиватися надто швидкими темпами (про економіку)* ← *to overheat* – *перегріватися*, *to dishonour* – *відмовити в платежі (за векселем, чеком)* ← *to dishonour* – *безчестити*. Слід зазначити, що значна частина дієслівних префіксальних дериватів була запозичена англомовною економічною терміносистемою із загальнолітературної мови як результат трансформації побутових уявлень у наукові, оскільки економічні дисципліни в більшій мірі, ніж інші науки, пов'язані з соціально-економічним життям суспільства.

У результаті дослідження було виявлено, що англомовна економічна терміносистема не має спеціального інвентарю дієслівних префіксів. Префіксальні дієслова у функції економічних термінів утворюються за допомогою префіксів, які використовуються для творення дієслів загального вжитку відповідно до норм сучасної англійської мови.

У сучасній англомовній економічній терміносистемі функціонують префіксальні дієслова-терміни з германськими дієслівними префіксами *be-*, *fore-*, *mis-*, *out-*, *over-*, *un-*, *under-*, *up-*: *to bespeak* – *замовляти заздалегідь*, *to foreclose* – *позбавляти права власності закладеного майна*, *to misenter* – *робити неправильну бухгалтерську проводку*, *to outperform* – *обігнати за виробничими показниками*, *to overmortgage* – *повторно закладати*, *to unwind* – *бірж. зробити залік, закрити позицію*, *to underfund* – *недостатньо*

фінансувати, to update – модернізувати. Найбільш продуктивним у творенні економічних термінів-дієслів є префікс *over-* (112 дериватів). Префікси *out-*, *mis-*, *un-*, *up-*, та *under-* характеризуються середньою продуктивністю (від 10 до 100 дериватів), у той час як германські префікси *fore-* та *be-* є малопродуктивними (менше 10 дериватів). Як правило, германські дієслівні префікси утворюють дієслова від основ дієслів германського та латинського походження за нетранспонувальними моделями, тобто без зміни частиномовної належності твірної основи. Лише префікс *out-* може брати участь в утворенні дієслів від основ іменників за транспонувальною моделлю, тобто зі зміною частиномовної належності твірної основи: *to outsource – наймати іншу організацію для своєї роботи від out- + source (джерело).*

Прикладами префіксальних дієслів з романськими дієслівними префіксами *circum-*, *co-*, *contra-*, *counter-*, *de-*, *dis-*, *em-/en-*, *inter-*, *pre-*, *re-*, *retro-*, *sub-*, *super-*, *trans-* є такі деривати: *to circumscribe – обмежувати, to coproduce – виробляти сумісно, to countersign – ставити другий підпис (на документи), to contradict – суперечити, to decentralize – децентралізувати, to enact – проводити через законодавчі органи (напр., зміну податків), to interconnect – зв'язуватися, to prearrange – планувати наперед, to refloat – реорганізувати компанію (зі зміною структури капіталу), to retroact – протидіяти, to subcontract – укладати субдоговір, to superabound – бути в дуже великій кількості, to transact – укладати угоду.*

Найвищу продуктивність демонструє романський дієслівний префікс *re-* (164 деривати). Середньою продуктивністю характеризуються префікси *de-*, *co-*, *counter-*, *em-/en-*, *dis-*, *pre-*, *inter-* (від 10 до 100 дериватів). Романські префікси *sub-*, *super-*, *trans-* є малопродуктивними при творенні префіксальних дієслів у функції економічних термінів (до 10 префіксальних дієслівних дериватів). Більшість романських дієслівних префіксів є віддієслівними, тобто вони беруть участь в утворенні префіксальних дієслів від основ дієслів за транспонувальними моделями: *to readvertise – повторно рекламувати від re- + to advertise (рекламувати), to disinvest – інвестувати менше або припиняти інвестування в бізнес від dis- + to invest (інвестувати), to predecide – вирішувати завчасно від pre- + to predecide (вирішувати).* Романські дієслівні префікси *de-*, *em-/en-*, *dis-*, *re-* можуть також утворювати економічні терміни від основ іменників

за транспонувальними моделями: *to deskill* – скорочувати кількість кваліфікованих працівників на підприємстві від *de-* + *skill* (кваліфікований працівник), *to disadvantage* – ставити в несприятливе становище від *dis-* + *advantage* (сприятливе становище), *to enroll* – вносити в список, реєструвати від *en-* + *roll* (список, реєстр), *to remargin* – надавати додаткову маржу на позику, від *re-* + *margin* (маржа). В англomовній економічній терміносистемі також виявлені префіксальні дієслова, що є результатом поєднання романських дієслівних префіксів *em-/en-*, *dis-*, *re-* та основи прикметника: *to disable* – робити непридатним, позбавляти прав від *dis-* + *able* – здатний, придатний, правоздатний, *to enrich* – збагачувати, покращувати умови праці від *en-* + *rich* – багатий, високоякісний, *to renew* – оновлювати від *re-* + *new* – новий.

Кількісне домінування в англomовній економічній терміносистемі префіксальних дієслів з романськими дієслівними префіксами (56,6% від загальної кількості виявлених префіксальних дієслів) говорить про значний вплив романських дієслівних префіксів на її формування й розвиток.

При творенні англійських префіксальних дієслів у функції економічних термінів як романські, так і германські дієслівні префікси поєднуються з кореневими й суфіксальними твірними основами германського та іншомовного походження, як правило, латинського та французького (73,2%). Проте, вони надають перевагу комбінуванню з твірними основами іншомовного походження, що підтверджує той факт, що “генетична сумісність основи та префікса базується в першу чергу на стилістичній диференціації мови і явному домінуванні в мові наукової прози слів негерманського походження” [12, с. 9]. Більшість твірних основ, з якими поєднуються дієслівні префікси, є кореневими.

Рівень продуктивності дієслівних префіксів також співпадає: продуктивні префікси, що використовуються для творення лексичних одиниць загального вжитку, також є продуктивними при творенні префіксальних дієслів, що функціонують у сучасній англomовній економічній терміносистемі [13]. Використання продуктивних префіксів для творення префіксальних дієслів у функції економічних термінів зумовлює їх структурно-семантичну визначеність, простоту сприйняття та комунікативну релевантність.

За останні 10-15 років в англomовній економічній терміносистемі з’явилися нові префіксальні дієслівні деривати.

Більшість з них виникли для позначення понять загального характеру, але з часом почали запозичуватися економічною терміносистемою. Зменшуючи відчуття «новизни» з боку носіїв мови, префіксальні дієслівні новотвори поступово втрачають статус неологізмів у процесі функціонального закріплення в лексико-семантичній системі мови, англомовній економічній терміносистемі зокрема. Серед префіксальних новотворів, що використовуються в сучасній англомовній економічній терміносистемі, виявлено дієслова з романськими префіксами *con-*, *de-*, *dis-* та *re-* (*to convoke* – *скликати (збори)*, *to deconflict* – *попередити конфлікт*, *to disburden* – *звільняти когось від відповідальності*, *to disclude* – *виключати*, *restack* – *перекладати (товар)*, *to restitute* – *відновлювати, повертати*, *to repurchase* – *викупляти, купувати раніше проданий товар*) та германськими префіксами *mis-*, *un-*, *up-* (*to mistext* – *відправити повідомлення помилково іншій людині*, *to mislabel* – *неправильно маркувати, неправильно ставити етикетки*, *to unlike* – *більше не подобатись, «розлайкати»*, *to upcycle* – *знайти нове застосування старій речі; переробляти сміття, удосконалювати*, *to uptalk* – *підвищувати інтонацію наприкінці будь-якого речення, через що воно звучить як питальне*). Слід зазначити, що на сучасному етапі розвитку англійської мови, у тому числі й англомовної економічної терміносистеми, не всі наявні англійські дієслівні префікси є активними, що свідчить про зміни тенденцій розвитку мови на різних етапах її еволюції. Активними у творенні префіксальних дієслівних інновацій є германські та романські префікси, що характеризуються високою та середньою продуктивністю, у той час як непродуктивні дієслівні префікси не використовуються для творення префіксальних дієслів у функції економічних термінів протягом останніх 15 років.

Висновки та перспективи досліджень. Англійські префіксальні дієслова у функції економічних термінів утворюються за допомогою романських та германських дієслівних префіксів відповідно до норм загальнолітературної англійської мови. Високі показники продуктивності демонструють дієслівні префікси *re-* та *over-*. Романські префікси *de-*, *co-*, *counter-*, *em-/en-*, *dis-*, *pre-*, *inter-* та германські префікси *out-*, *mis-*, *un-*, *up-* та *under-* характеризуються середньою продуктивністю. Середній рівень продуктивності більшості дієслівних префіксів свідчить про те, що

дієслівна префіксація не є основним способом терміноутворення в сучасній англомовній економічній терміносистемі. Активними у творенні префіксальних дієслівних інновацій є германські та романські префікси, що характеризуються високою та середньою продуктивністю,

Перспективний напрямок подальших досліджень вбачається у вивченні інших способів творення англійських економічних термінів та виявленні словотворчих засобів англійських новотворів у сфері економіки та інших галузей науки. Актуальним є також установлення концептуальних структур, що визначають специфіку словотворчих процесів в англомовних термінологічних системах, та порівняння ресурсів і засобів терміноутворення в германських мовах.

Джерела та література

1. Зацний Ю. А., Янков А. В. Інновації у словниковому складі англійської мови початку XXI століття : англо-український словник. Вінниця : Нова книга, 2008. 360 с.
2. Бортничук О. М., Пастушенко Л. П. Особливості словотворення у бізнесовому мовленні. Наукова спадщина професора Ю. О. Жлуктенка та сучасне мовознавство. К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка. 2000. С. 35–38.
3. Лотка О. М. Англомовна термінологія фінансово-економічних взаємин: автореф. дис... канд. філол. наук : 10.02.04. К., 2000. 20 с.
4. Сухачова Н. С. Структурно-семантичні особливості афіксальних іменників-термінів сфери менеджменту. Нова філологія : зб. наук. праць. 2007. № 27. С. 258–263.
5. Дуда О. І. Процеси термінологізації в сучасній англійській мові (на матеріалі літератури з кредитно-банківської справи) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. К., 2001. 20 с.
6. Константінова О. В. Семантична деривація в англомовній термінології оподаткування. Проблеми лінгвістичної семантики : зб. матер. Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (23 листопада 2017 р.). Рівне : РДГУ, 2017. С. 74–78.
7. Кірюшкіна Л.В. До проблеми неологізмів-запозичень з англійської мови (на матеріалі іспанської економічної термінології). Гуманітарний вісник. Серія «Іноземна філологія». 2000. Число 4. С. 175–178.
8. Смирницкий А. И. Лексикология английского языка. М.: Издательство литературы на иностранных языках, 1956. 259 с.
9. Зацний Ю. А., Янков А. В. Інновації у словниковому складі англійської мови початку XXI століття: англо-український словник. Вінниця : Нова Книга, 2008. 360 с.

10. *Macmillan Dictionary* URL : <https://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/text> 1 (дата звернення: 09. 04. 2020).

11. *Mauer D.W. New words – where do they come from and where do they go? American Speech. 1980. V. 55. №3. P. 184–194.*

12. *Беляева Т. М. О влиянии генезиса основы на ее словообразовательную валентность. Вопросы структуры английского языка в синхронии и диахронии. 1980. Вып. 4. Взаимодействие языковой структуры в системе. С. 5–11.*

13. *Бортничук Е. Н., Василенко И. В., Пастушенко Л. П. Словообразование в современном английском языке. К.: Вища школа, 1988. 264 с.*

**Алла Дедухо, кандидат філологічних наук,
Тамара Шаравара, доктор історичних наук, професор,
магістр філології,
Полтавська державна аграрна академія**

ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРФОРМАТИВНОГО АКТУ СПІВЧУТТЯ (на матеріалі української мови)

У статті йдеться про функціонування в мовленні актів з інтенцією співчуття, співпереживання, досліджено їхні лінгвістичні й прагматичні характеристики. Визначено контекстуальні умови, за яких можуть висловлюватися власне співчуття, співпереживання. Зазначено типову перформативну форму актів співчуття та її модифіковані варіанти. Представлено синтаксичні конструкції, насамперед, повну форму перформативного речення та інші форми, у яких реалізуються акти співчуття, вказано на функції інтенсифікаторів та конкретизаторів у цих мовленнєвих актах.

Ключові слова: мовленнєвий акт, перформативне висловлювання, співчуття, типова перформативна форма.

***Alla Dedukhno, Tamara Sharavara. Lingvo-pragmatic features of
performative compassion acts***

The article deals with the functioning in speech performative acts with the intention of compassion, empathy; their linguistic and pragmatic characteristics are investigated. The contextual conditions under which compassion, empathy can be expressed are determined. The typical performative form of compassion acts as well as its various modified variants is indicated. Syntactic constructions are presented, first of all, the complete form of the performative sentence and other forms in which acts of compassion can be implemented. The pragmatic

features, namely the functions of intensifiers and concretizers in speech acts of compassion, are analyzed.

Key words: speech act, performative phrase, compassion, typical performative form.

Вступ. Здатність до співпереживання, співчуття, уміння радіти за інших – явища скоріше психологічні, емпатичні. Феномен емпатії є складним і багатоаспектним явищем, яке відіграє важливу роль у комунікації. Емпатія – це здатність людини до паралельного переживання тих емоцій, які виникають в іншій людині у процесі спілкування. Широкий діапазон прояву емпатії пояснюють тим, що вона включає декілька видів (когнітивна, афективна, предикативна, естетична) і декілька типів – співпереживання, співрадість, які протиставлені різними емоційними реакціями. На думку Дж. Р. Сьорля, співчуття – це мовленнєвий акт, що демонструє емоційні та психічні стани, ілюкативна мета якого полягає у «вираженні психологічного стану, пов'язаного з умовою щирості стосовно стану речей, визначеного в межах пропозиційного змісту» [1, с. 183].

Співчуття виконує певні соціальні функції, зокрема пригнічування агресії, яка може з'явитися за відсутності спілкування. Агресивній поведінці людини можна запобігти завдяки спілкуванню, а саме: поспівчувавши співрозмовнику [2]. Важливими компонентами співчуття вчені називають згоду, підтримку, схвалення. «Співчуття, співпереживання – яскравий вияв підтримки співрозмовника, емпатії, відчуття відношення «я з вами» [3, с. 262]. А. Ю. Беляєва вважає, що пошук певної злагоди, тактика співробітництва, ведення кооперативної бесіди – важливі складники співчуття – притаманні насамперед поведінці жінок [4, с. 2002].

Спілкування в широкому розумінні – це обмін вчинками, думками й почуттями, переживаннями з іншими людьми, а також внутрішній монолог щодо власних спогадів, думок тощо. Реалізується все це через слово, далі – мовлення, тому універсальним засобом спілкування є мовленнєва, або вербальна комунікація. Вербальна емпатія – це розуміння почуттів іншої людини; мовленнєвий вплив з метою психологічної підтримки співрозмовника. Співчуття – це своєрідне виявлення людськості, коли одна людина, розуміючи негативний психологічний стан іншої

людини, хоче її морально підтримати. При співчутті мовець намагається пом'якшити неприємні почуття, які переживає інша людина в момент втрати ближнього або за інших трагічних подій.

Співчуття, співпереживання як форми з семантикою вибачення досліджувала в англomовній культурі К. О. Плетньова [5], лінгвокультурні особливості скриптів «співчуття» і «співпереживання» в російській і калмицькій мовній культурі описано в роботі Е. Б. Манджиєвої [6], співчуття, розрада як прагматичні кліше співпереживання чеської мови розглядала Н. Ф. Баландіна [7], актомовленнєвий аналіз засобів вираження співчуття на матеріалі французької мови проведено А. О. Кузнецовою [8].

Мета дослідження. У розвідці пропонується визначити особливості одного з емпатичних мовленнєвих актів психологічної підтримки – співчуття, співпереживання, а саме: його прагматичний потенціал залежно від ситуації, функціональні і структурно-семантичні особливості у складі перформативного висловлювання на матеріалі української мови.

Виклад основного матеріалу дослідження. На відміну від інших мовленнєвих актів – *подяки, привітання, побажання* та ін., які характеризуються тепер чи в майбутньому позитивною оцінкою, виключенням є акти *вибачення і співчуття*, при вимові яких відсутність позитивних емоцій мовця компенсовані його впевненістю в необхідності, доречності і правильності подібних дій. З погляду теорії мовленнєвих актів згідно з класифікацією, запропонованою Дж. Р. Сьорлем [1, с. 170–185], співчуття входить до класу експресивів і виражає певний психологічний стан мовця (почуття жалю) як реакцію на сумну подію, визначену в пропозиції [9, с. 16; 10, с. 270].

Соціальні стосунки між адресатом і мовцем не відіграють помітної ролі при висловленні співчуття. Усі учасники такої ситуації вважаються рівноправними між собою, соціальні статуси нівелюються, не має значення вік, залишається співучасть. Природно, що співпереживання висловлюється не тільки близькій людині, але й зовсім незнайомій. В обох ситуаціях співпереживання може бути як емоційним і щирим, так і ритуальним, що виконує роль інструмента підтримки стосунків. Усе залежить від ситуації й від психологічних особливостей людини, а також від її емоційного стану. Звичайно використовують формалізовані акти

співпереживання. Залежно від ситуації такі акти можуть доповнюватися іншими, можливо, більш інтенсивними, індивідуально вираженими мовними засобами.

Мета акту співчуття полягає в підтримці людини у трагічний момент. Оскільки ступінь трагічності в певних ситуаціях є максимальною, висловлювання-співчуття частіше спрямоване на прояв співучасті в горі, а не на відновлення моральної рівноваги співрозмовника, що може бути недосяжним за таких обставин. Ситуацію, у якій висловлюється співчуття можна представити так:

1) мовець знає, що в його співрозмовника сталася трагічна / сумна подія;

2) мовець засмучений і хоче, щоб адресат знав про це;

3) мовець висловлює співчуття;

4) співчуючи, мовець поділяє біду й пам'ятає про трагічну подію, і хоче, щоб адресат знав про це.

Для вираження типової форми перформативного мовленнєвого акту співчуття використовуємо дієслова *співчувати*, *співпереживати* в перформативному вираженні *співчую*, *співпереживаю*.

За словником, **співчувати** – чуйно ставитися до чийого-небудь горя, до чийось переживань [11, Т. 9, с. 522]; **співпереживати** – переживати разом із ким-небудь, поділяти чийсь переживання [11, Т. 9, с. 519]. Зазначимо, що в таких ситуаціях можуть висловлювати й жаль. **Жаліти** – відчувати жалість, співчуття до кого-небудь [12 с. 364]. Щоправда, такі висловлювання в типовій перформативній формі не трапляються, тому що не говорять: *жалію (-смо) тобі (Вам)*, на відміну від *співчую* (-смо) *тобі (Вам)*. Тому почуття жалю у значенні «співчуття» мають модифіковані форми: *Висловлюємо щирий жаль та співчуття нашому побратиму; Висловлюємо глибокий жаль і сум через події, які сталися в нашій країні...* (розмовне мовлення).

Повна реченнева форма перформативного акту співчуття втілена у складнопідрядному реченні з підрядною з'ясувальною частиною: *Я/ми співчую(-смо) тобі/Вам, що...; Я співчую, що ви втратили близьку людину* (розмовне мовлення), де головна модусна частина містить перформативний предикат із семантикою співчуття, а підрядна диктумна – інформативна частина з власне співчуттям.

У мовленні трапляються й інші модифіковані форми вираження співчуття. Акт співчуття у формі простого речення, коли підрядна

частина складного речення номіналізується і перетворюється в додаток: *Співчуваю вашій біді*, пор.: *Співчуваю, що у вас сталася біда* (розмовне мовлення).

Інколи взагалі не важливо вказувати на факт горя, тоді вживають просте речення *Я співчуваю вам* чи означено-особове *Співчуваю*. Такі форми вживають безпосередньо в момент, коли подія сталася щойно чи зовсім недавно. При так званих пост-співчуттях передбачено назвати сумну подію чи принаймні згадати про неї: *У вас сталася біда, співчуваємо вам* (розмовне мовлення).

У мовленні типова перформативна форма співчуття може поставати й у формі номінативної конструкції: *Мої співчуття; Прийміть наші співчуття; Мої співчуття вашій родині; Висловлюємо співчуття* (розмовне мовлення) тощо.

Іноді висловлювання співчуття передається шляхом використання категорії модальності: *Хочу висловити співчуття; Дозвольте висловити моє співчуття* (розмовне мовлення).

Семантику спільності співпереживання можна експлікувати іншими предикатами, де форма типового перформативного дієслова зберігається, але має іншу номінацію зі значенням, близьким до семантики співчуття: *Сумую разом з вами; Поділяю вашу втрату; Горюю разом з тобою* (розмовне мовлення). Посилюють суть щирого співпереживання, важливість втрати і для адресанта поєднання кількох предикатів у висловлюванні: *Я молюсь за нього і сумую разом з Вами. Важко висловити словами, скільки він зробив для мене* (розмовне мовлення).

При безпосередньому спілкуванні особи адресанта й адресата маркуються відповідно першою і другою однини і множини. У співчуттях, які висловлюються згодом особу адресанта можуть маркувати іменником: *Адміністрація (району) глибоко співчуває через аварію* (розмовне мовлення). Інколи у висловлюваннях називають адресата, тобто кому безпосередньо співчувають: *Мої глибокі співчуття родині і близьким загиблих в авіакатастрофі в Єгипті...* (www.24.ua), за допомогою звертань конкретизують адресата: *Пані Оксано, щиро співчуваю Вам через смерть Вашої мами* (www.facebook.com/oksanazabuzko) чи висловлюють дружнє ставлення до людини: *Співчуваю тобі, друже* (розмовне мовлення).

З метою посилити силу своїх почуттів при висловленні співчуття мовець використовує інтенсифікатори (прислівники) на зразок *дуже щиро, щиросердно: дуже співчуваю (-ємо) вам; щиро /*

глибоко співчуваю(-ємо), Глибоко співчуваю і сумую разом з Вами (розмовне мовлення); Я щиро сердно співчуваю постраждалим та родичам загиблих (розмовне мовлення); Дуже Вам співчуваю. Тримайтесь. Плачу разом з Вами (www.facebook.com); Найважче оперувати дітей – дуже співпереживаємо (розмовне мовлення); Висловлюємо щирі співчуття рідним і близьким Віктора Мусіяки (www.tymoshenko.ua); Парламентарії України поділяють глибокий біль і скорботу узбецького народу через цю катастрофу (www.iportal.rada.Povidomlehhyia).

Інколи як інтенсифікатори використовують словосполучення або речення на зразок: *у цей скорботний час / у ці скорботні дні, у цю тяжку хвилину, до глибини душі, дуже важко втрачати таку дорогу людину тощо; У цей скорботний час щиро співчуваю Вам та Вашим рідним ... (розмовне мовлення); У цю тяжку хвилину щиро співчуваю Вам та глибоко сумую разом з Вами і Вашою родиною... (розмовне мовлення); Я до глибини душі співпереживаю з Вами і маю до Вас велику повагу (розмовне мовлення); Дуже важко втрачати таку дорогу людину. Поділяю Ваше горе (розмовне мовлення).*

Варто зазначити, що поряд з мовним висловленням співчуття використовують і паралінгвістичні елементи, при цьому інколи вони повністю можуть замінити спілкування, це: потиск рук, дружні обійми, поцілунок. Голос є маркованим елементом акту співчуття «у разі висловлення співпереживання зниження голосу означає глибоке співчуття сумним подіям, що сталися зі співрозмовником» [13, с. 218]. Як правило, акти співчуття стилістично підвищені з відтінком урочистості, риторичності [14, с. 128].

Висновки та перспективи досліджень. Отже, проаналізовано емпатичний мовленнєвий акт співчуття як перформатив на матеріалі української мови. Зазначено його типову перформативку (дієслівну) форму (співчуваю, співпереживаю), а також інші номінації, які трапляються в мовленні у відповідному значенні. Представлено повну й модифіковані синтаксичні конструкції, у яких він реалізується, вказано інтенсифікатори, що збільшують прагматичний потенціал таких висловлювань. На майбутнє заслуговує на увагу дослідження емпатичних мовленнєвих актів з іншими емоційними реакціями.

Джерела та література

1. Серль Дж. Классификация иллокутивных актов. Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17 : Теория речевых актов. Москва : Прогресс, 1986. С. 170–195.
2. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж : ИПЦ МОУВЭПИ, 2001. 251 с.
3. Формановская Н. И. Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения / Ин-т русского языка имени А. С. Пушкина. Москва : ИКАР, 1998. 292 с.
4. Беляева А. Ю. Особенности речевого поведения мужчин и женщин : автореф. дис. канд. фил. наук : 10.02.01. Саратов, 2002. 19 с.
5. Плетнева Е. А. Коммуникативно-прагматический диапазон формул извинения в британской языковой культуре : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Воронежский государственный ун-т. Воронеж, 2009. 264 с.
6. Манджиева Э. Б. Формульные выражения традиционного этикета в русской и калмыцкой лингвокультурах : дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Волгоградский государственный педагогический ун-т. Волгоград, 2009. 200 с.
7. Баландіна Н. Ф. Функції і значення чеських прагматичних кліше в комунікативному контексті : монографія. Київ : АСМІ, 2002. 332 с.
8. Кузнецова А. А. Речеактовый анализ средств выражения соболезнования (на материале французского языка). Вестник Башкирского ун-та. 2010. Т. 15. № 1. С. 95–98.
9. Падучева Е. В. Высказывание и его соотносительность с действительностью. Москва : Наука, 1985. 271 с.
10. Вежбицка А. Речевые акты. Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. Лингвистическая прагматика. Москва : Прогресс, 1985. С. 251–275.
11. Словник української мови : в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства ; за ред. І. К. Білодіда. Київ : Наукова думка, 1970–1980.
12. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод., допов. та CD). Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. Київ ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2009. 1736 с.
13. Кунихиро Тэцую. Аспекты семантики. Языкознание в Японии : сост. и предисл. В. М. Алпатова ; общ. ред. И. Ф. Вардула. Москва : Радуга, 1983. С. 213–247.
14. Акишина А. А., Формановская Н. И. Русский речевой этикет : пособие для студентов-иностранцев. Москва : Русский язык, 1983. 183 с.

**Ірина Денисовець, кандидат філологічних наук,
Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»**

НАРОДНА МОВА ЯК ДЖЕРЕЛО ФОРМУВАННЯ СЛОВОТВІРНИХ ТЕРМІНІВ В УКРАЇНСЬКІЙ ДЕРИВАТОЛОГІЇ

У дослідженні проаналізовано особливості становлення та розвитку української словотвірної термінології, яка постала на підґрунті живої народної мови. Визначено специфіку формування та виокремлення термінологічних одиниць в українських граматиках у 20 – 30-х роках ХХ ст. Простежено шляхи поступу терміносистеми словотвору та окреслено його основні етапи в контексті еволюції граматичної термінології загалом. З'ясовано, що складний процес становлення української лінгвістичної термінології, зокрема словотвірної, ґрунтувався на двовекторності: з одного боку, був підпорядкований живомовній основі, а з іншого – передбачалося упорядкування здобутків попередників з огляду на унормування й кодифікацію лексики.

Ключові слова: словотвір, термін, словотвірна термінологія, жива народна мова, граматика.

Iryna Denysovets. Folk language as a source of formation of word-forming terms in Ukrainian derivatology

The article deals with the peculiarities of formation and development of Ukrainian word-forming terminology, which was based on a lively vernacular. The specificity of formation and separation of terminological units in Ukrainian grammars in the 20 – 30-th of the XX century is determined. The paths of the word system's term system are traced and its main stages are outlined in the context of the evolution of grammatical terminology in general. It was found out that the complicated process of formation of Ukrainian linguistic terminology, including word formation, was based on two vectors: on the one hand, it was subordinated to the linguistic basis, and on the other, it provided for the ordering of the precursors' achievements in terms of normalization and codification of vocabulary.

Key words: word formation, term, word formation terminology, living folk language, grammar.

Вступ. Актуальність опрацювання історії становлення української граматичної (синтаксичної, морфологічної, словотвірної) термінології, структури та семантики одиниць, що її

формують, засвідчують праці багатьох лінгвістів, зокрема: І. Огієнка, Т. Баймута, Н. Москаленко, Н. Гуйванюк, В. Захарчин, А. Загнітка, О. Медведь, І. Ярошевич, М. Баган, О. Горди та ін. У них простежено тенденції поступу цієї термінології на різних етапах розвитку мовознавчої науки та подано матеріали для створення словників.

Збагачення теоретичної дериваційної бази української мови в другій половині XIX – початку XX ст. уможливило кількісні зміни в терміносистемі та активізацію пошуку мотивованих термінів на позначення понять словотворення. Кожен учений пропонував власний термін, а тому граматичні праці кінця XIX – 20 – 30-х років XX ст. фіксують одночасне вживання декількох номінацій щодо одного дериваційного явища.

Мета дослідження полягає в аналізі специфіки формування та виокремлення термінологічних одиниць словотвірної системи в українських граматичних працях кінця XIX – 20 – 30-х років XX ст. Для реалізації поставленої мети важливо простежити шляхи розвитку терміносистеми словотвору та визначити його основні етапи в контексті еволюції української граматичної термінології загалом.

Виклад основного матеріалу дослідження. Формування і становлення сучасної мовознавчої термінології припадає на XIX ст. Першою граматикою живої народної української мови вважають «Грамматику малороссийского наречия» О. Павловського (1818 р.). Згодом у граматиках Й. Лозинського, Й. Левицького, Я. Головацького постало питання про характер розвитку української літературної мови на народній основі. Ідеї вчених породжували прагнення творити й самобутню лінгвістичну термінологію, а не послуговуватися запозиченою (грецькою і латинською у своїй основі), як це було в попередніх століттях. На початкових етапах розвитку української граматичної думки процес творення лінгвістичних термінів проходив досить стихійно. Граматичні терміни з латинської і грецької мови нерідко механічно переносили на український ґрунт без урахування особливостей граматичної будови, а новостворені терміни не завжди відбивали зміст названого поняття.

Творення української словотвірної термінології на живій народній основі – це надзвичайно важливий етап у процесі унормування й кодифікації української літературної мови загалом.

О. Пономарів стверджує, що необхідно повернути українську термінологію до джерела рідної мови [1, с. 16]. А І. Огієнко наголошував, що «ми маємо – яку, се річ інша – термінологію лікарську, ботанічну, філософську, математичну й інші, що вироблюють ся на підставі народньої мови. Але з термінологією, напр., лікарською або ботанічною, справа стоїть зовсім не так, як з термінологією граматичною. Коли терміни лікарські або ботанічні ми сливе що цілком маємо в народї, їх тільки треба там пильнійше пошукати – то граматичної термінології, через абстрактність самої науки, у народа не маємо. Термінологія повинна будуватись на одній певній засаді, а не бути мішаниною принципів формальних, льогічних і граматичних. Щоб кожний термін був вироблений з такого коріння, що існує в живій українській мові, а не бути словом чужомовним. Кожний термін своєю будовою не повинен суперечити законам фонетики й морфології української мови» [2, с. 8–9]. У номінації мовознавчих понять автор орієнтується на питому українську лексику: «Багато казати за те, що кожний термін повинен повстати з українського коріння, річ зайва, бо зрозуміла кожному. Розумно кожному, та на жаль сього правила не додержують до кінця в своїх працях наші фільологи і ми маємо чимало термінів, що мають дуже мало зв'язків з народною мовою. А термінів з чужомовних слів нам краще б не вживати зовсім» [2, с. 9].

І. Огієнко здійснив спробу комплексного аналізу історії граматичної термінології, формування чітких принципів термінотворчого процесу й вимог до термінів, один із яких проголошував національну мовну основу [2].

Згаданих вимог до мовознавчих термінів на початку ХХ століття дотримувалася низка українських лінгвістів, у працях яких знаходимо терміноодиниці, утворені на ґрунті народної мови: П. Залозний «Коротка граматика української мови» (1913 р., перевид. 1917 р.), В. Сімович «Практична граматика української мови» (1918 р. перевид. 1921 р.).

Етапною у формуванні граматичної термінології загалом, і становленні словотвору зокрема, стала праця Є. Тимченка «Українська граматика», яка побачила науковий світ у 1907 році. Граматист широко розглядає термінологічний граматичний апарат у розділі «Предмет граматики і її поділ» й акцентує увагу, що однією з «частей» граматики, що вивчає форми мови, є морфологія

(наука про форми слова), яка, у свою чергу, поділяється на словотворення й словозміну. На думку автора, підрозділ «Словотворення» є органічною частиною розділу «Морфологія», проте в підрозділі «Словозміна» знаходимо окремі зауваги, що стосуються власне словотвору (напр., «Творення прислівників від форм речівникових», «Прислівники від займенників», «Відчасівникові словотвори») [3, с. 111, 122, 162]. Спочатку Є. Тимченко розтлумачує, що таке морфологічні частини слова. За його обґрунтуванням, до них належать корінь, суфікс і префікс. Щодо словотвірної термінології, то Є. Тимченко оперує лексемами, які збігаються з усталеними сьогодні: *корінь*, *префікс*, *суфікс* (на відміну від попередніх граматик, де функціонували власне українські лексеми з прозорою семантикою на кшталт *приросток*, *приставка* (на позначення префікса), *наросток* (на позначення суфікса). Пор.: *пень* слова часом теж можна розкласти на сугави, що звуться морфемами, чи морфологічними одиницями: корінь, суфікс і префікс) [3, с. 9].

«Українська грамати́ка» Є. Тимченка зорієнтована на самобутність розвитку української мови в діалектному дусі з акцентом на національну традицію термінотворення із вкрапленнями запозичення. А найголовніше, що лінгвіст на початку ХХ ст. зреалізував спробу органічно синтезувати східну і західну традиції української мови.

У мовознавчих працях 20-х – 30-х років ХХ ст. продовжено традицію використання національної мовної основи у формуванні словотвірної термінології української мови. О. Курило, К. Німчинов, І. Огієнко, М. Перегінєць, О. Синявський, М. Сулима та ін. підтримують вимогу термінотворення на ґрунті української народної мови, за що їхні праці згодом отримують нищівну критику і звинувачення в націоналізмі. Зокрема, Н. Каганович у статті «Проти “народництва” в мовознавстві (Куди йде українська літературна мова?)», звинувачує А. Кримського, О. Курило, М. Сулиму у використанні мови, яка «відстала від сучасності, вона не може дати досить засобів, що допомогли б відбити надзвичайно складне мислення людини доби соціалістичного будівництва» [4, с. 61].

20 – 30-ті роки ХХ ст. – період активних процесів українізації, який ознаменували «золоте десятиріччя». У 20-х роках ХХ ст. українським мовознавцям необхідно було виконати важливе й

актуальне завдання – створити граматики української мови для навчально-освітніх потреб, або шкільні граматики, що слугували б підручниками для вивчення української мови у школах, відкритих після 1917 року. Заснована в 1918 році Академія наук України потребувала для свого розвитку нової української наукової мови, різних галузевих термінологій, сформованих на національній основі. Розв’язання цих надважливих завдань висунуло і проблему мовних ресурсів у слово- й термінотворенні, передусім вибору словотворчих засобів із-поміж кількох, серед яких були чужомовні суфікси, префікси та основи, що спричинили поширення в українській мові словотвірних зразків утворення слів, властивих російській мові. Саме тому постала вимога сформувані словотвірні норми української літературної мови на живій народній основі, істотно розширити використання питомого компонента в словотворенні, що засвідчило посилення пуристичних настроїв у середовищі провідних мовознавців Інституту української наукової мови. Зокрема, О. Синявський констатував, що з української мови зникли «колишні дієприкметники прямого стану теперішнього часу й минулого на *-чий* і *-чий*», після яких залишилися дієслівні прикметники, але тільки від деяких дієслів, пор: колючий, пекучий, летючий, рішучий, тямущий, роботящий, смердючий, лежачий та ін. [5, с. 99]. О. Курило і М. Гладкий також не рекомендували для вживання в українській літературній мові активних дієприкметників теперішнього часу на *-чий* [6, с. 17 – 18; 7, с. 56]. О. Курило нарікала, що в царині словотвору українську мову підганяють під російську [6, с. 2], про що свідчить надто часте творення в ній дієслівних іменників на *-ння*, *-ття*, де природно вживати іменники з нульовим суфіксом [6, с. 60], а також використання дієслівних іменників на *-ка* (*доставка, перевозка*) на означення тривання дії (процесу) та їхнього наслідку, що досить поширені в російській мові. П. Горещький відстоював заміну чужомовних суфіксів (наростків) у запозичених прикметниках рівнозначними суфіксами української мови [8, с. 22]. Є. Рудницький визначив типові моделі складених слів в українській мові [9]. На їхні ідеї та рекомендації спиралися автори нових шкільних грама кит української мови та укладачі термінологічних словників. Проте розгорнути дослідження теоретичних питань словотвору українським мовознавцям не вдалося, оскільки багатьох із них було репресовано, а їхній методологічний принцип

«висунути своє одмітне» [6, с. 6], тобто використовувати для утворення слів української мови суфікси та префікси, відмінні від використовуваних у російській мові, було визнано націоналістичним шкідництвом, культивуванням «своєрідностей» [10, с. 183–184]. Підручники і посібники з української мови для середньої та вищої школи, нові укладені словники термінів вилучили з ужитку. В українську систему словотвору почали директивно впроваджувати примусово-наказові словотвірні норми, що витіснили або зовсім обмежили у використанні самобутні українські зразки словотворення [11, с. 309]. Дослідники зафіксували 15 адміністративних змін словотвірних норм української мови, кодифікованих у працях мовознавців 20-х років, словотвірними нормами російської мови [10, с. 153–158]. 1933 р. спеціальна комісія під керівництвом А. Хвилі розглянула питання «про національну небезпеку на мовному фронті і боротьбу проти неї, про термінологію, граматику, правопис і план словникової роботи» [12, с. 4] і звинуватила Інститут української наукової мови, який став на шлях «вигадування, підміни відомої і потрібної термінології <...> спільні в українській з російською мовою терміни ліквідували, вигадуючи штучні, так звані українські самобутні» [12, с. 14]. Комісія також дійшла висновку, що словники становлять перешкоду між українською та інтернаціональною науковою термінологією: «так звана “термінологічна” робота була спрямована на відрив <...> від російської мови» [12, с. 14]. Терміни на українській основі вважали штучними, а їхніх творців – націоналістами: «<...> такі автори як Тимченко, Курило, Смеречинський, Сулима, Осипів з певною націоналістичною настановою підходили до використання мовної спадщини минулого. Вони орієнтували сучасну живу мову на мову минулих століть» [12, с. 40]. Зрештою, біографії вчених свідчать про численні переслідування й вилучення з обігу їхніх наукових праць. Проповідники нової ідеології («радянської марксистсько-ленінської лінгвістики») орієнтували на використання запозичених термінів (переважно російських), які дадуть змогу українській літературній мові стати на високий рівень розвитку і сприяти інтернаціональному єднанню.

У 1920 році з'являється вагома праця О. Курило «Уваги до сучасної української літературної мови», у якій цікавими і різнобічними є пошуки авторки в галузі термінотворення. «Уваги»

стали підґрунтям для розвитку сучасної української мовознавчої, зокрема словотвірної, терміносистеми. Лінгвістичні терміни, використані дослідницею, закономірно відображають той щабель, на якому перебувало українське мовознавство початку ХХ ст. Багато з них функціонує і в сучасній українській літературній мові, зрідка відрізняючись хіба що написанням, пор.: *закінчення, корінь, префікс, суфікс, словотвір* [6]. Це свідчить про наукову зрілість українських мовознавчих студій поч. ХХ ст. У мовотвірній термінології О. Курило послідовно вживає терміни-дублети (питомі і запозичені), пор.: *наросток – суфікс, приросток – префікс, слово-наросток – суфіксoid, зложене слово – складне слово, сполучене слово – юстапозит* [6, с. 206], у цьому простежується прагнення дослідниці наблизити українську науку до європейського інтелектуального контексту, проте авторка все ж надає перевагу рідномовним термінам.

Виокремлює автономний розділ «Словотвір» і О. Синявський у своїй ґрунтовній праці «Норми української літературної мови» (1931 р., перевидання 1941 р.). Уже у вступних увагах йдеться про те, що «об'єднуються слова в більші чи менші групи не тільки тим, що однаково змінюються, мають однакові закінчення..., а ще й тим, що в величезній більшості слів нашої мови є й інші такі елементи, що надають їм чогось спільного, однакового. Це насамперед наростки й приростки» [5, с. 112]. На думку вченого, це найважливіші словотворчі засоби в мові, оскільки вони беруть найбільш активну участь «у розростанні словника, у повсякчасному збільшенні кількості слів для називання нових тем і відтінків мислі» [5, с. 112], «без доброго ознайомлення з словотворчими засобами мови й їх уживанням не можна належно знати мови» [5, с. 113].

Аналізований розділ «Словотвір» містить такі підрозділи: Наростки (Наростки іменникові, Наростки прикметникові, Наростки дієслівні), Приростки, Складні слова. Мовознавець ґрунтовно схарактеризував суфіксальну систему української мови (іменникові, прикметникові, дієслівні наростки та їхні варіанти), проаналізував їхню продуктивність, сполучуваність та походження.

Лінгвістичні терміни, викладені у «Нормах ...» для опису словотвірних понять, переважно дублюють ті терміни, що трапляються і в авторів попередніх ґраматик, пор.: *префікс – приросток, суфікс – наросток, префіксальний спосіб – приросткування, суфіксальний спосіб – наросткування*. «Способом наросткування й приросткування, а часом обома разом, з'являється

велика маса нових слів, і ці способи найприродніші для розвитку лексики мови» [5, с. 112]. Лексеми, що постали за допомогою префіксів, називаються *сприросткованими*, пор.: «Сприростковані дієслова взагалі і зокрема недоконані іноді існують у мові і без відповідних несприросткованих» [5, с. 90].

У праці О. Синівського простежуємо тенденцію до вживання переважно двох слів на позначення одного й того ж поняття. Таке явище є характерним для періоду становлення термінологічної системи, проте граматист надає перевагу власне українським мовознавчим термінам та терміносполукам з прозорою семантикою. Ці потужні спроби були першими кроками на шляху у XX ст. становлення українського словотвору як окремої мовознавчої галузі та заклали підґрунтя для формування термінологічної словотвірної системи.

Висновки та перспективи досліджень. Отже, невпорядкованість граматичних термінів та їхня розбіжність – характерна ознака граматик кінця XIX – початку XX ст. Ця неоднотайність у вживанні тієї чи тієї термінологічної одиниці обґрунтована прагненнями авторів виокремити для послугування «найкращий» термін. Проаналізований термінологічний матеріал праць мовознавців 20 – 30-х рр. XX ст. у царині словотвору ілюструє намагання українських учених знайти мотивовані й прозорі терміни, утворені на живій народномовній основі. Проте з 30-х років XX ст. відбувається помітне сповільнення теоретичних напрацювань із словотворення й граматики української мови загалом. Прихильники радянської ідеології критикують мовознавців через націоналізм і навмисний відрив від запозиченої термінології, що спричинило репресії вчених й вилучення з обігу багатьох граматичних праць, підручників, словників тощо. Тенденція калькування термінів із російської граматики стає домінантною. Глибоке вивчення тернистого шляху української граматичної науки з аналізом термінологічної словотвірної системи уможливить розв’язання питання щодо доцільності заміни одних термінів новими чи тими, що вживалися раніше, створити власне українські номінації.

Джерела та література

1. Пономарів О. Повернення до національних засад в українській термінології. Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». Серія

«Проблеми української термінології». Львів : Національний ун-т «Львівська політехніка», 2002. № 453. С. 14–16.

2. Огієнко І. Українська граматична термінологія. Історичний словник української граматичної термінології з передмовою про історію розвитку її. Київ : Друкарня І-ї Київської друк. спілки, 1908. 79 с.

3. Тимченко Є. Українська грамати́ка. Київ : Друкарня Т-ва Н.А. Гирич, 1907. 180 с.

4. Каганович Н. Проти “народництва” в мовознавстві (Куди йде українська літературна мова. Прапор марксизму. 1930. № 1. С. 51–64.

5. Синявський О. Норми української літературної мови. Харків, 1931. 360 с.

6. Курило О. Уваги до сучасної української літературної мови. Київ, 1925. 248 с.

7. Гладкий М. Практический курс украинского языка. Киев, 1924. 153 с.

8. Горецький П. Чужомовні наростки в запозичених прикметниках в українській мові. Вісник Інституту української наукової мови. 1930. Вип. II. С. 22–27.

9. Рудницький Є. Складені слова в українській мові. Збірник секції граматики української мови. 1930. Кн. 1. С. 141–196.

10. Українська мова у ХХ сторіччі: історія лінгвоциту. Документи і матеріали. Київ, 2005. 399 с.

11. Кислюк Л. Сучасна українська словотвірна номінація: ресурси та тенденції розвитку. Київ, 2017. 424 с.

12. Хвиля А. Знищити коріння українського націоналізму на мовному фронті. Харків, 1933. 143 с.

**Ірина Ільченко, кандидат філологічних наук, доцент,
Запорізький національний університет
Настасія Ткаченко,
Запорізький національний університет**

АНТРОПОНІМИ ЯК ВИЯВ НАЦІОНАЛЬНО-МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ В РОМАНІ А. ЧАЙКОВСЬКОГО «КОЗАЦЬКА ПОМСТА»

У статті досліджено специфіку антропонімів історичного роману А. Чайковського «Козацька помста». З'ясовано, що антропоніми роману представлені іменами, прізвищами та прізвиськами. Оніми, вживані в романі, неоднакові за семантикою, структурою та емоційним насиченням. Одна з найважливіших стилістичних функцій власних назв у

твори – це створення враження історичної достовірності зображуваного, передача особливостей колориту відтворюваної епохи. Антропоніми у романі «Козацька помста» є виразниками авторського бачення та відображенням навколишньої дійсності в художньому мікросвіті.

Ключові слова: антропонім, ім'я, онім, ономастика, прізвище, роман.

Iryna Ilchenko, Nastasiia Tkachenko. The instance of anthroponyms in the national-language picture of the world of A. Chaikovsky's «Kozatska Pomsta» novel

The article investigates the specifics of anthroponyms of «Kozatska pomsta» by A. Chaikovsky's historical novel. It was found that the anthroponyms of the novel were represented by names, surnames and nicknames. The onyms in the novel have different semantics, structures and emotional saturation. One of the most important stylistic function of proper names mentioned in the novel is the creation of the historical authenticity impression of the depicted events, the transferring of the flavour peculiarities of the reenactment historical time. Anthroponyms in the «Kozatska pomsta» novel show the expression of the author's vision as well as reflection of the surrounding reality by the means of artistic microworld.

Key words: anthroponym, onym, onomastics, novel, surname.

Вступ. Антропоніми як і будь-який мовний знак, виконують різноманітні функції. Поліфункційність закладена у самій природі мовного знака. Антропонімія в художньому тексті не лише містить смислову інформацію, а й виражає позатекстові параметри образу автора, оскільки «добір антропонімів для митця – це прояв його літературної індивідуальності та художньої майстерності на фоні реальної суспільно-історичної дійсності» [1, с. 14].

Цікавою з ономастичного погляду є творча спадщина Андрія Чайковського. Письменник творчо розвинув і широко використовував давню традицію українських митців, яка полягає в умінні наділяти персонажів оцінно-характеристичними власними назвами.

Андрій Чайковський – видатний український письменник, автор багатьох історичних романів та повістей, серед яких чільне місце посідає роман «Козацька помста» [2], який змальовує нестерпно тяжке життя закріпаченого українського селянства під гнітом польської шляхти в другій половині XVII – початку XVIII століття.

Антропоніми роману «Козацька помста» є виразниками авторського бачення та відображенням навколишньої дійсності в

художньому мікросвіті. За допомогою них автор проектує свою модель реального світу. А. Чайковський старанно працює над їхнім добром, уважно продумуючи семантику кожного імені, прізвища чи прізвиська. Письменник називає героїв відповідно до їхніх індивідуальних особливостей.

Мета дослідження – здійснити сутруктурно-семантичний аналіз антропонімів в історичному романі А. Чайковського «Козацька помста».

Виклад основного матеріалу дослідження. Ім'я персонажа – один із засобів, які допомагають автору роману «Козацька помста» створювати художній образ; воно може сигналізувати про соціальну приналежність особи, передавати національний і місцевий колорит, а якщо події відносяться до минулого часу, то це ім'я допомагає відтворити ще й певну історичну дійсність.

В історичному творі всі літературно-художні антропоніми мають бути історично достовірними, тобто відповідати антропонімному узусу зображуваної доби. Кожен літературно-художній онім у романі має своє функціональне навантаження.

При створенні художнього образу у творчій лабораторії письменника онім набуває конотативного забарвлення, яке максимально увиразнює його: *Сивоусий козак Охрім Чепурний держав мене наперед себе на сидлі* [2, с. 70]; *Здоров будь, Проконе!* – *гукав Охрім* [2, с. 54]. Епітет «сивоусий» означає – навчений життям, старший за віком, так кажуть про людину з великим життєвим досвідом [3, с. 231].

Охрім – український варіант імені *Єфрем*, що в перекладі з старосєврейського означає «родючий». Ім'я *Єфрем* в дореволюційній Росії було досить поширеним, в XIX столітті воно активно використовувалося в донських станицях. Можливо, що основа імені *Охрім* походить від дієслова «охри́ть», тобто «фарбувати вохрою». Охра – натуральна фарба світло-жовтого або золотисто-жовтого кольору, якою за старих часів покривали ікони. Таким чином, ім'я *Охрім* є чудовий пам'ятник слов'янської й козацької культури [4].

Визначимо етимологію прізвища *Чепурний*: 1. який відзначається чистотою, акуратністю, охайністю; 2. який завжди стежить за чистотою житла, за своїм зовнішнім виглядом. Звідси робимо висновок, що лексема «чепурний» свідчить про акуратність, охайність кого-небудь [3, с. 233].

Внутрішня форма імені так чи інакше співвідноситься з художнім образом, а етимологія імені перегукується з ним. Звичайно, переважна більшість антропонімів відбиває український антропотип, що увиразнюється на тлі іноетнічних антропоніміїчних систем. Передусім, це звичні для україномовного середовища імена: *Дмитре, Максим, Остап, Богдан, Охрім, Петро, Прокіп, Карпо*.

Імена, використані у романі «Козацька помста» є різноманітними за походженням:

Дмитро (Дмитре) – поширене ім'я грецького походження, що означає «присвячений богині Деметрі». *Деметра* – давньогрецька богиня землі і родючості, тому ім'я *Дмитро* в перекладі має значення «хлібороб» [4];

Остап – це народна форма імені *Євстафій*, яке в перекладі з грецької мови означає «твердий, незмінний, стійкий». Можливо, походження від грецького імені *Євстахій*, що означає «родючий, квітучий» [4];

Максим – ім'я має латинське походження і в перекладі означає «найбільший». Походить від римського когномена (особистого або родового прізвища) [4];

Прокіп (Прокопій) – від давньогрецького «той, що досягає успіхів» [4];

Карпо – походить від давньогрецького імені *Карпос*, що в перекладі означає «плід» [4].

Письменник паралельно створює ім'я та образ, які взаємноуточнюють і доповнюють одне одного: – *Здоров, Максиме, каже Карпо, простягаючи йому руку, – мого побратима, ось сього – теж Максимом кличуть...* [2, с. 12]; – *Ти дурний, Дмитре, коли б мені так, я б давно втік, а то жаль мені батька: я втечу, а його на смерть заб'ють* [2, с. 26].

Відтворення поліетнічного середовища XVIII ст. вимагало від А. Чайковського використання антропонімів різних національних антропоніміїчних систем (українських, російських, польських, турецьких), а також чітких соціальних характеристик іменованих осіб. Етномовну характеристику таких антропонімів і відповідних об'єктів номінації часто увиразнюють позаоцінні розширювачі, які безпосередньо вказують на етнічну належність носія іменування: *пан Станіслав, ясновельможний Станіслав Овруцький, шляхтич Петро Ярчевський, королевич польський Владислав, кримський хан Девлет-Гірей, пан Ярчевський*.

За допомогою власних назв, типових для різних етнокультурних антропосистем, автор вказує на приналежність до польського етносу: *Стефан, Кржиштоф, Станіслав: Станіславе, Стасю мій!* [2, с. 69]; *Кржиштофе! сюди! – кликнув пан, і перед ним з'явився прислужник, що справував колись-то на замку ремесло ката..»* [2, с. 17].

Жіночі імена в романі представлені поодинокими номінаціями, а саме: *Ганя, пані Овруцька*. Авторський внесок у роман жіночого власного імені, сприяє створенню художньої цілісності твору, визначається прагматистичним потенціалом онімної одиниці *Ганя (Ганна)* – з івritу перекладається як «хоробрість», «сила», «благодать» [4]: *А ну, Ганю, вставай, та гостей приймай, – гукав старий за піч, де спала невістка...* [2, с. 9]; *Ганя* накрила стіл, поставила пляшку з горілкою, миску з варениками, хліб, кашу... [2, с. 9]; *На однім сиділа гарна чорнобрива молодиця Ганна* [2, с. 63]. Так, антропонім *Ганя* вказує на українську національність героїні.

А от антропонім *Пані Овруцька* свідчить про те, що це представниця польської національності, шляхетної старшини: *Пані Овруцька* дивилася в вікна бапти бачила всю ту роботу, не знаючи з разу, до чого воно йде [2, с. 17]; *Пані Овруцька* впала горілиць на землю. Служба кинулась її підводити [2, с. 31].

Жіночі антропоніми виконують характеристичну функцію, яка включає в себе національно-регіональну та характерну, оскільки вказують на національність, регіон, у якому проживає персонаж; також можуть характеризувати героїню за вчинком, особливостями характеру, поведінкою, зовнішнім виглядом. Кожне ім'я в межах твору сприяє вирішенню авторських завдань, і тому найменування персонажа майже ніколи не буває випадковим.

Одним з видів антропонімів є прізвище – спадкове офіційне найменування, яке вказує на належність людини до певної сім'ї [5, с. 218]. У кожного народу склалася своя система прізвищ, яка формувалася під впливом як лінгвістичних, так і екстралінгвістичних факторів. У художньому творі історична особистість – це художній образ, який віддзеркалює концепцію автора, слугує для вираження певних комплексів ідей та емоцій письменника. Автор твору завжди вибирає такі антропоніми, які передають його оцінку, його відношення та відношення до цієї особи інших персонажів [6, с. 133].

Історичні антропоніми у романі «Козацька помста» – це, переважно, постаті українських гетьманів козацьких часів та відомих

історичних діячів: *Богдан Хмельницький, Іван Виговський, Іван Брюховецький, Юрась (Юрій) Хмельницький, Сагайдачний, Максим Кривонос, Іван Богун, Петро Могила.*

Чітка окресленість антропонімів виявляється в тому, що вони, як правило, не вигадані, а зафіксовані документально. Уживання таких антропонімів обумовлене, насамперед, точністю, достовірністю, правдивістю інформації, що подається.

Часом важко визначити, яка функція – інформативно-довідкова чи художньо-зображальна – буде домінуючою. Наприклад, коли текст роману фіксує антропонім *Богдан Хмельницький*, не викликає сумніву, що це ім'я сприймалося українцями з вираженими позитивними емоціями, які обумовлені життєвою позицією цього ватажка повстанців, його діями, учинками й прагненнями: *Приїхав на Січ Хмельницький, і козацтво все заворушилось. Пішов і я. Був я в усіх походах, держався Хмельницького аж до його смерті* [2, с. 50]; *То той дурний Юрась, котрому свинопасом бути, а не гетьманом, то Виговський, то Брюховецький, чура, наймит Хмельницького, якому Москва помагала... А йому на стільки було сього мало, що хотів стати найславнішим козаком на всю Україну, таким, як був Сагайдачний або Хмель* [2, с. 50].

Антропоніми, вживані в романі «Козацька помста», неоднакові за семантикою, структурою та емоційним насиченням. Значну частину антропонімічного доробку письменника становлять прізвища, більшість з яких стилістично навантажена і є засобом авторської характеристики персонажів: *Хмельницький* славний козак був, розумний ватажок, та він не доріс до того, щоб Україну поставити самостійною... [2, с. 41].

Письменник дуже вдало використовує історичні антропоніми, які є національними та загальнолюдськими онімами-концептами. Такі оніми роблять твір емоційно навантаженим та експресивно напруженим, створюють неповторне самобутнє історико-народне підґрунтя роману: *Пам'ятайте як гарно йшло Хмельницькому, коли народ йшов за ним, а як пішло йому з Петрового дня, коли народ від його відскочив...* [2, с. 25].

Відтворюючи добу козаччини, А. Чайковський ретельно добирав антропоніми, які б історично правдиво репрезентували цей час: *Виростеш, козаком будеш, то поїдь до Красноставців, а там розпитай за Прокопа Верету* [2, с. 9]; *Не великі у нас достатки, – говорив Верета, лізучи на свою лежанку, – та чім хата багата...* [2, с. 11].

Таким чином, кожне прізвище у романі А. Чайковського має високу семантичну виразність ще й завдяки його активізації в контексті твору, де воно набуває важливого змісту та слугує своєрідним ключем у розкритті художнього задуму автора. Прізвища реальних відомих історичних осіб здатні чи не найбільшою мірою викликати у читачів бажані авторові асоціації з визначеною історичною добою.

Під прізвиськом розуміємо неофіційне йменування, яке дають номінатори особі чи колективні люди за індивідуальними ознаками, а також за спорідненістю і свояцтвом між носієм і членами родини для ідентифікації і конкретизації. Прізвиська людей становлять особливий клас пропріальної лексики, оскільки виявляють специфіку на рівні виникнення, функціонування і взаємозв'язку з екстралінгвальними й інтерлінгвальними чинниками.

Прізвиська надавалися стихійно, і в основу їх лягала якась особлива ознака кожного козака або обставини, котрі були тісно пов'язані з його особою. Прізвиськам притаманні індивідуальність, конотативне забарвлення і вмотивованість. Людина частіше помічає негативне у зовнішньому вигляді, поведінці осіб, ніж позитивне. Типовими прізвиськами козаків були *Нетудихата*, *Нелийвода*, *Неситий*.

Для утворення прізвиськ за зовнішніми ознаками носія широко використовуються експресивні засоби мови, у тому числі й такі засоби художнього зображення, як метонімія, алегорія, гіпербола, метафора, іронія. Саме експресивність значною мірою спричиняє те, що більшість прізвиськ цього розряду є образливими для їх носіїв.

Так, наприклад, прізвисько *Кривоніс (Перебийніс)* утворено за зовнішніми ознаками носія: *Я ходив з **Кривоносом**. То був козак! Як світ світом, такого не було й не буде* [2, с. 40]; *На пана Овруцького треба б нашого **Кривоноса**. Той ніколи з порожніми руками не відходив?* [2, с. 39]. Так, на єдиній гравюрі із зображенням козака, бачимо довгий і переламаний ніс *Кривоноса*.

У романі А. Чайковського «Козацька помста» всі антропоніми є історично достовірними та хронологічно значущими, не виключенням є онім *Іван Богун*. Прізвисько *Богун* утворене від слова «богун, багульник». Багульником називають вічнозелений низькорослий чагарник сімейства вересових [7, с. 24]. Тому даючи

дитині таке ім'я, як *Богун*, батьки хотіли, щоб природа сприймала дитину як свого, щоб до нього перейшли ті корисні якості, якими наділений обраний представник рослинного світу.

Основна дія у творі відбувається в реальному просторі і часі, а щоб вона ототожнювалася чи не ототожнювалася з певною історичною добою, авторське іменотворення значною мірою детерміноване реальною антропонімією зображуваної історичної доби: *З одного боку Татарва шарпає, з другого Ляшня тисне. Не стало старого Хмеля, Ляшня розпаношилася й Москва витягає свої кігті. Люди не знали, куди дітись* [2, с. 13].

Висновки та перспективи досліджень. Антропонімна лексика роману «Козацька помста» надзвичайно багата завдяки широкому спектру тематики і проблематики, неповторного світобачення автора. Одна з найважливіших стилістичних функцій власних імен у творі – це створення враження історичної достовірності зображуваного, передача особливостей колориту відтворюваної епохи. Отже, антропоніми у романі А. Чайковського є виразниками авторського бачення та відображення навколишньої дійсності в художньому мікросвіті.

Джерела та література

1. Усова О. О. Ономастикон художніх творів Миколи Хвильового : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Донецьк, 2006. 20 с.
2. Чайковський А. Козацька помста : роман. Львів : Піраміда, 2006. 105 с.
3. Дзира Я. Відгідронімічні прізвиська в козацькому реєстрі 1649 р. Спеціальні історичні дисципліни: Питання теорії та методики. Київ : НАН України, Ін-т історії України, 1999. № 11 (Ч.1). 2004. С. 234–265.
4. Гридзук В. Традиційні українські імена та їх значення. Kozakorium. 2017. URL: <http://www.kozakorium.com/tradytsiyni-ukrayinski-imena-ta-yikh-znachennya/17/>
5. Словник української ономастичної термінології / уклад.: Д.Г. Бучко, Н.В. Ткачова. Харків : Ранок-НТ, 2012. 256 с.
6. Кавун О. О. Семантико-структурна типологія англійських та українських прізвиськ. Вісник Житомир. держ. пед. ун-ту. 1999. С. 130–139.
7. Словник прізвиськ північно-західної України : У 3-х томах / за заг. ред.: Г. Л. Аркушин. Луцьк : Вежа, 2009. Т. 1 : А-И. 412 с.

Вікторія Костенко,
кандидат філологічних наук, доцент,
Українська медична стоматологічна академія

ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ЖАНРІВ СІРОЇ ЛІТЕРАТУРИ В АНГЛОМОВНОМУ ПРОФЕСІЙНОМУ ДИСКУРСІ СТОМАТОЛОГІЇ

Сіру літературу наразі вважають надзвичайно важливим джерелом інноваційної інформації, тому запропонована розвідка є спробою визначити жанри, що існують у рамках сірої літератури професійного дискурсу стоматології. Аналіз публікацій, розміщених на офіційних сайтах провідних національних та міжнародних організацій зі стоматології, дозволив виявити кілька великих груп: це установчі та регулятивні документи, представлені жанрами статуту, декларації, резолюції; інша група включає жанри звіту та мета-аналізу; значну частку складають навчально-наукові та довідкові матеріали для фахівців та інформаційно-рекламні жанри, які надають оперативну інформацію про технічні та споживчі властивості продуктів, важливих у галузі стоматології.

Ключові слова: професійний дискурс, сіра література, жанр.

Viktoriia Kostenko. Genre differentiation of grey literature in English professional discourse of dentistry

Nowadays the huge mass of relevant information essential for academic and professional development available in electronic format is known as "grey literature", therefore this paper aimed at identifying genres representing grey literature of dentistry professional discourse. Based on the analysis of publications on the official sites of leading national and international dentistry and oral health organisations, four main groups of the genres have been found out. The first group is constituent documents including the genre of statute, declaration, convention; the second group covers the genre of reports and meta-analysis; two other considerable parts are represented by education and reference sources for dental professionals and by professional advertisement.

Key words: professional discourse, grey literature, genre.

Вступ. Інформатизація суспільства, зумовлена, з одного боку, його зростаючими потребами в отриманні оперативної, достовірної інформації, у безперешкодній комунікації в режимі реального часу, а з іншого – швидким глобальним поширенням вражаючих технічних інновацій, що здатні задовольняти ці потреби, призвели

до комп'ютеризації значної частини реального світу та більшості видів людської діяльності. І хоча друковане слово, матеріально представлене на папері, має низку переваг і все ще утримує позиції основного засобу наукової та професійної комунікації, зокрема, в Україні, проте основою інформаційною базою новітнього інформаційного мережевого суспільства стають електронні документи. Важливо підкреслити, що, як зазначає Л. П. Павлов, поширення інформатизації знівелювало різницю між поняттями «опублікований» та «надрукований» [1, с. 23], оскільки існує велика кількість авторитетних джерел інформації, зокрема, наукових та галузевих журналів, інформаційних бюлетенів організацій (ВООЗ, Міжнародної федерації стоматологів), технічних та статистичних звітів тощо, що є цілком легітимними та мають офіційний характер, проте представлені лише на інтернет-сайтах відповідних організацій.

Спеціалісти в галузі документообігу та наукової інформації зазначають, що натеper надзвичайно важливим джерелом інноваційної інформації є сіра література. І хоча цей термін ігнорують в українському академічному дискурсі, чи, більш того, наділяють негативними смислами, однак, на думку закордонних спеціалістів з наукової та професійної комунікації, зараз саме сіра література відіграє провідну роль у первинній фіксації результатів науково-технічної діяльності. За визначенням, ухваленим VI Міжнародною конференцією з сірої літератури у Нью-Йорку (2004), сіра література – це «література, яку продукують організації на всіх рівнях влади, науковці, вища школа, бізнес та промисловість у друкованих та електронних форматах, але яку не контролюють комерційні видавці» [1, с. 19]. З погляду документознавців, сіра література повинна містити нові знання, які можуть бути викладені в досить довільній формі, та характеризується інформативністю, оперативністю, доступністю [2, с. 232]. Слід зазначити, що, очевидно, широке звернення до сірої літератури є одним з чинників, які призводять до зміни стандартів і конвенцій в академічному дискурсі, які є цілком очевидними. Сіра література може бути доступною для широкого загалу або, навпаки, поширюватися у межах окремих організацій чи груп, може не мати систематичних засобів розповсюдження, обліку тощо. Стандарти якості, оприлюднення та поширення сірої літератури можуть також значно відрізнитися [3, с. 361].

Мета дослідження. Медіапростір науково-професійної сфери перебуває у постійному розвитку, тому метою запропонованої розвідки була спроба визначити та схарактеризувати існуючі жанри сірої літератури дискурсу стоматології. На тлі сучасних глобальних соціальних і культурних зрушень стоматологам доводиться вирішувати завдання, що виходять далеко за межі, окреслені галуззю раніше, і не обмежуються лише лікуванням органів ротової порожнини та щелепно-лицьової ділянки [4, с. 466] – це, у свою чергу, призводить до появи нових форм взаємодії у ситуаціях науково-професійного спілкування, і, відповідно, до нових комплексних комунікативних, когнітивних та текстових форм їхнього втілення – жанрів професійного дискурсу.

Матеріалом дослідження слугували публікації, представлені на офіційних сайтах провідних національних та міжнародних організацій зі стоматології, зокрема *Fédération Dentaire Internationale* (World Dental Federation), *Oral Health Foundation*, *American Dental Association*, *International Association for Dental Research*, за 2018 – 19 р. р. Методи, використані в дослідженні, включали лінгвістичне спостереження, жанровий аналіз, спрямований на виявлення зв'язку форми і функції, що сприяє розумінню когнітивного структурування інформації; контекстуально-інтерпретаційний та прагматичний аналіз тексту – для виявлення комунікативно-прагматичних інтенцій узагальнених адресантів жанрів, чинника їхніх адресатів, когнітивно-риторичних внутрішньожанрових стратегій, епістемічного та ідеологічного впливу дисциплінарних спільнот.

Виклад основного матеріалу дослідження. Англomовна сіра література в галузі стоматології є оперативним та авторитетним джерелом спеціальної інформації для фахівців, яку поширюють наукові товариства та професійні інституції (університети, дослідницькі інститути, галузеві спілки тощо). І хоча сіра література представлена великим розмаїттям жанрів, проте значна їх частина не отримала належної уваги з боку мовознавчої спільноти.

Кожна сфера використання мови виробляє свої власні стійкі типи висловлювань, які характеризуються спільною тематичною, композиційною та стилістичною домінантою, тобто мовленнєві жанри [5, с. 250]. Унаслідок взаємодії у ситуаціях науково-професійного спілкування, вибудовування відносин усередині

дискурсивної спільноти та з іншими суспільними групами сформувалися відповідні жанри професійного дискурсу – комплексні комунікативні, когнітивні та текстові феномени. Узагальнюючи сучасні генологічні концепції, жанр можна витлумачити як конвенціалізовану, соціально зумовлену та соціально орієнтовану ментальну модель дії, спрямованої на досягнення визначених комунікативних цілей, що їх має відправник і може передбачити реципієнт. Як зазначає Т. В. Яхонтова, із соціокогнітивної перспективи жанри є фреймами мовно-соціальної поведінки і спілкування, комунікативними орієнтирами, що ініціюють комунікативні дії і процеси побудови відповідних текстів та забезпечують їх адекватну інтерпретацію [6, с. 12]. Інноваційна діяльність, численні міждисциплінарні фундаментальні та прикладні дослідження в галузі, поява новітніх інформаційних технологій, соціальні чинники – усе це сприяє удосконаленню форм і методів подачі інформації, оновленню репертуару жанрів, модифікації тих, що вже існують, та появі нових.

Досліджувані тексти пов'язані у змістово-тематичному плані та відбивають глобальну смислову цілісність професійного дискурсу стоматології. Їхня тематика охоплює широке коло питань: це теоретичні здобутки та клінічні аспекти їхнього застосування, економіка та організація галузі, технічні розробки і використання новітніх технологій, освітні програми, і т.п.

Слід насамперед виділити установчі та регулятивні документи (statute, policy statement, current policy, declaration, convention, resolution): *Resolution on Infection Prevention and Control in Dental Practice* [7]; *Current Policy Program on Health Literacy in Dentistry* (ADA) [8]. Ці документи є медичними за своїм основним змістом, який інтегровано у суспільно-політичний та правовий контекст, тобто ці документи є яскравим прикладом інтердискурсивності – «надтекстової, когнітивно-прагматичної категорії, яка відображає не тільки й не стільки взаємодію текстів, скільки «взаємонакладання» різноманітних систем знань, культурних кодів та когнітивних стратегій» [9, с. 246] у рамках однієї комунікативної події.

На особливу дослідницьку увагу заслуговує жанр звіту та мета-аналізу. Зазвичай, це розширені проблемно-тематичні аналітичні публікації, які характеризуються глибиною аналізу фактів (даних клінічних досліджень, результатів обстежень, тощо), наприклад,

World Dental Federation Annual Report 2018 «LEADING THE WORLD TO OPTIMAL ORAL HEALTH» [10]; *World traumatic dental injury prevalence and incidence, a meta-analysis* [11]. Спираючись на розгляд та зіставлення значного масиву фактичного матеріалу, використовуючи розгорнуту аргументацію, такі публікації теоретично узагальнюють проблеми, пов'язані зі станом здоров'я органів щелепно-лицевої системи, зосереджують увагу на нагальних питаннях галузі. Основною метою таких звітів є, з одного боку, надання повної інформації щодо результатів, отриманих унаслідок утілення чи не дотримання рекомендацій, настанов, регламенту дій, представлених в установчих та регулятивних документах, згаданих вище, з іншого, дані звітів використовуються як інструмент для вироблення й ухвалення нових рішень, які, знову ж таки, закріплюються в установчих та регулятивних документах. Проаналізовані звіти загалом відповідають вимогам тим вимогам, які висуваються до якісного аналітичного документа —це, насамперед, вірогідність, своєчасність, ясність, переконливість [12, с. 9].

Значну частку складає навчально-наукові та довідкові матеріали для фахівців, наприклад: *Antibiotic Use for the Urgent Management of Dental Pain and Intra-oral Swelling Clinical Practice Guideline* (2019) [13]. Інформаційно-комунікаційні технології, які давно стали робочим інструментом професіоналів і амбітної молоді, дозволяють не лише регулярно поновлювати навчально-наукові та довідкові ресурси, але й представляти їх максимально унаочнено, використовуючи відео, фотографії, широкий арсенал графічних засобів.

На досліджуваних сайтах також широко представлені інформаційні та рекламні жанри (booklet, brochure, news-sheet, annonce, producer guide-books). Так, наприклад, *ADA Dental Product Guide, ADA Catalogue Products* надають оперативну інформацію про технічні та споживчі властивості продуктів інтелектуальної праці, покликаних забезпечити якісну профілактику, діагностику та лікування органів ротової порожнини, поліпшити ефективність праці стоматологів: це може бути і стоматологічне обладнання та устаткування, оптичні прилади, реставраційні матеріали, засоби для ортодонтичної корекції, програмні розробки тощо. Головна комунікативна мета текстів досліджуваного жанру полягає в інформуванні компетентних фахівців-стоматологів про створення

новітніх товарів та послуг, що призводить, з одного боку, до формування нових потреб, які б поліпшили якість виконання стоматологічного лікування, а з іншого, сприяє виникненню нових технічних і логістичних ідей [14, с. 44].

Концепція адресанта й адресата є важливим параметром при визначенні й характеристиці жанру. Стосовно особливостей адресантно-адресатних відносин у межах виділених жанрів слід підкреслити суб'єкт-суб'єктні стосунки, що ґрунтуються на взаєморозумінні та взаємодії: і адресант, і адресат демонструють високу фахову компетентність, мають спільний фонд знань, достатні навички для ефективної передачі та сприйняття спеціальної інформації, подібні статусні характеристики.

Висновки та перспективи досліджень. Отже, виокремлення жанрів сірої літератури слугує підтвердженням думки про те, що професійний дискурс стоматології – це складний комунікативний простір, що відбиває складну взаємодію багатьох фундаментальних галузей знання та практики, різних соціальних інститутів, а саме науки, бізнесу, розвитку масово-інформаційної комунікації, поєднує когнітивні та комунікативні конвенції різних дискурсів, і створюється з метою концептуалізації, збереження та поширення знань, професійних умінь та навичок, спрямованих на забезпечення стоматологічного та загального здоров'я людини. Визначення генеалогічних характеристик кожного з виявлених жанрів стане слугуватиме глибшому розумінню базисних особливостей організації мовленнєвої діяльності професійної спільноти.

Грунтовне дослідження зазначених вище жанрових форм є не просто внеском в розвиток жанрової грамотності та жанрової компетентності фахівців у галузі стоматології: здатність мовної особистості сприймати і правильно користуватися такими текстами, усвідомлення нею норм, правил і сценаріїв мовленнєвої поведінки в типових ситуаціях спілкування – це важлива передумова професійного становлення і зростання.

Джерела та література

1. Павлов Л. П. *Серая литература как источник научной и технической информации*. Москва, 2016. 297 с.
2. Pappas C., Williams I. *Grey Literature: Its Emerging Importance*. *Journal of Hospital Librarianship*. 2011. P. 228 – 234. DOI: 10.1080/15323269.2011.587100

3. Чикун О. Н. Серая литература и ее использование в практике международного документообмена ЦНБ НАН Беларуси. Библиотеки национальных академий наук: проблемы функционирования. 2014. Вып. 12. С. 359 – 365.
4. Костенко В. Г. Актуалізація концептів сфери економіки як вияв інтердискурсивних взаємодій в англomовному дискурсі стоматології. Наукові записки. Сер.: Філол. науки. 2017. Вип. 153. С. 464 – 470.
5. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров. Эстетика словесного творчества. Москва, 1986. С. 250 – 296.
6. Яхонтова Т. В. Лінгвогенологія сучасної науки (на матеріалі англomовних текстів): автореф. дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.04 ; К., 2014. 32 с.
7. Infection Prevention and Control in Dental Practice. URL: <https://www.fdiworldddental.org>
8. Current Policy Program on Health Literacy in Dentistry. URL: <https://www.ada.org/en/public-programs/health-literacy-in-dentistry>.
9. Шпенюк І. Є. Етикетні мовленнєві стереотипи як маркери категорії інтердискурсивності в академічному дискурсі. Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи. К., 2010. С. 244 – 249.
10. LEADING THE WORLD TO OPTIMAL ORAL HEALTH. URL: <https://www.fdiworldddental.org/resources/annual-reports/annual-report-2018>);
11. World traumatic dental injury prevalence and incidence, a meta-analysis (Official Publication of International Association for Dental Traumatology, 01 Apr 2018, 34(2). P. 71 – 86. DOI: 10.1111/edt.12389
12. Рейтерович І. В., Ситник С. В. Аналітичний документ як інструмент підготовки управлінських рішень : навч.-метод. матеріали. К., 2013. 56 с.
13. Antibiotic Use for the Urgent Management of Dental Pain and Intra-oral Swelling Clinical Practice Guideline ADA. 2019. URL: <https://ebd.ada.org/en/evidence/guidelines/antibiotics-for-dental-pain>.
14. Костенко В. Г. Сологор І. М. Комунікативні стратегії впливу в науково-технічних рекламних статтях зі стоматології. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Германістика та міжкультурна комунікація». №4. С.41 – 49.

**Олена Красота, кандидат економічних наук, доцент,
Полтавська державна аграрна академія**

ОМОНІМІЯ ЯК СПЕЦИФІЧНЕ МОВНЕ ЯВИЩЕ

Стаття присвячена вивченню омонімії. Досліджені причини виникнення омонімів, їх роль у мові. Узагальнені різноаспектні погляди вчених-філологів. Досліджена роль контексту як головного тлумачного фактору у вживанні омонімів. Порівняні явища омонімії та омофонії.

Ключові слова: омонімія, омофонія, полісемія.

Olena Krasota. Homonymy as a specific language phenomenon

The article is dedicated to the study of homonymy. The causes of homonyms, their role in speech are researched. The different views of scientific-philologists are generalized. The role of context as the main sensible factor in the use of homonyms is researched. A comparison of the phenomena of homonymy and homophony is conducted.

Key words: homonymy, homophony, polysemy.

Вступ. Вивчення мови як системи знаків передбачає особливу увагу до явища омонімії. Проблема омонімії є частиною більш загальної проблеми співвідношення форми і змісту в мові, що робить необхідним її дослідження. Необхідність вивчення омонімії викликається також і потребами прикладної лінгвістики, зокрема В. Виноградов, А. Смирницький, І. Тишлер, О. Ахманова, Ш. Баллі, Л. Блумфілда і Уільямз.

Відкритим на сьогоднішній день залишається питання про місце і роль омонімів в мові, все ще ведуться суперечки про необхідність їх використання в мові, висловлюються різні думки про неминучість їх вживання.

У цій статті буде зроблена спроба узагальнити погляди різних дослідників і зробити висновок про значущість омонімів у сучасній англійській мові.

Мета дослідження. Метою статті є вивчення співвідношень лексичних і лексико-граматичних омонімів у сучасній англійській мові, частота їх вживання в мові і літературі, для чого ставиться завдання вивчити місце омонімії в сучасній англійській мові.

Виклад основного матеріалу дослідження. Питання щодо омонімії здавна привертало до себе увагу лінгвістів і філософів.

Іноді відзначалося, що наявність омонімії суперечить логічності мови, єдності знака і значення, основам «закону мовного знака» [7; с. 331 – 340].

У мовознавстві вивчення проблеми омонімії, розпочате ще в епоху пізнього середньовіччя (в XVI і XVII ст.), велося не лише з лексико-семантичної, а й зі структурно-граматичної, а також зі словотворчої точок зору.

Необхідність вивчення омонімії викликається також і потребами прикладної лінгвістики. За словами Л. Малаховського: «Омонімія є проявом тієї особливої властивості мовного знака, завдяки якій різним означуваням можуть відповідати тотожні значущі» [6; с. 3]. У силу цього омонімія є певною комунікаційною перешкодою. Часто слухач стикається з ускладненням, – яке з кількох різних значень, які висловлюються цією мовною формою, буде правильним для чіткого розуміння. Труднощі можуть виникати не тільки у слухача, як відзначала, наприклад, О. Ахманова, але й у промовця, що прагне будувати висловлювання так, щоб воно могло бути зрозуміле однозначно. [1; с. 145]

У збірнику «Лексикологія англійської мови» автори вказують: «До тих пір, поки різні значення одного й того ж слова в сучасній мові зберігають між собою семантичний зв'язок і групуються навколо єдиного смислового центру, лише в більшій чи меншій мірі віддаляючись від нього, можна говорити про різні значення єдиного слова, в тому випадку, якщо семантичний зв'язок з домінуючим і іншими значеннями в слові втрачений, можна говорити про різні слова-омоніми» [5; с. 25].

Серед лінгвістів усього світу до цього часу йде суперечка про роль омонімів в мові. Одні стверджують, що це явище закономірне й анітрохи не заважає розвитку мови. Інші ж схильні думати, що омонімія – це явище випадкове й навіть шкідливе і з часом воно зживе себе. Таким чином, виникає питання про закономірності збереження омонімів в результаті фонетичних, семантичних змін, а також внаслідок запозичення або словотворення і утримання їх в мові на більш-менш тривалий відрізок часу.

Однією з причин виникнення омонімів є втрата зв'язку між значеннями одного багатозначного слова у процесі розвитку слів-омонімів за різними напрямками. Шведський лінгвіст С. Ульман встановив пряму первісну залежність таких слів-омофонів: flower (квітка) і flour (борошно). Спочатку слово виражало поняття

«пилок», тобто найтоншу і найдосконалішу частину рослини (flower). Це поняття було перенесено на харчовий продукт і стало означати борошно. Надалі розвиток слів пішов різними напрямками: відбулося переосмислення первісного їх значення, з'явилася відмінність в їх написанні, і до теперішнього часу грань смислової залежності стерлася [16].

Утворені омоніми надходять в розпорядження носіїв мови і починають функціонувати в мові поряд з іншими словами, підкоряючись тим же законам. Але навіть якщо вважати, що з числа омонімів, які виникають у мові, зберігаються не всі, а лише якась частина, то і в цьому випадку наявність омонімів у мові буде обов'язковою.

У науковій публікації «Вступ до мовознавства» А. Реформаторський дає таке визначення омонімам: «Омоніми як слова, однакові за звучанням та написанням, але різні за значенням» [8]. Наведемо приклади з різних мов. Російська: брак – погана робота, брак – шлюб; українська: дружина (заміжня жінка), дружина (істор. військо), англійська: spring – весна, spring – ресора, пружина.

На думку Ф. Маулер, омонімія сприяє компактності мови, і це позитивне явище. [7] Такий підхід до оцінки ролі омонімів у мові, на наш погляд, є одностороннім. Омонімія, звичайно, сприяє компактності мови, але ця компактність досягається за рахунок погіршення кодових властивостей мови. Тому вважати її позитивним явищем було б неможливо. Цілком очевидно, що омонімія не може не знижувати ефективність мови як засобу спілкування. «На заваді для мови є все те, що порушує її ясність і недвозначність, – це, звичайно, не вимагає особливих доказів. Тому і омонімія, яка веде до плутанини і непорозуміння, також сприймається як перешкода» [8]. Як вважає А. Реформаторський, «омоніми у всіх випадках – це прикра невиразність того, що повинно відрізнятися» [8]. Такої ж думки дотримувалися й інші автори, зокрема Р. Бріджз, Л. Опп та ін. Науковець Р. Бріджз писав: «Чим більше в мові омонімів, тим гірше ця мова як наукове знаряддя мови» [13].

Однак значно частіше трапляються висловлювання протилежного характеру. Авторі багатьох робіт по омонімії та загального мовознавства вважають, що «практична мова, зазвичай, не відчуває ніяких незручностей від існування омонімів» і що

«омонімія, зазвичай, не заважає розумінню, оскільки омоніми розмежовуються для слухача контекстом і ситуацією». У цьому відношенні особливо характерно зауваження Л. Булаховського про те, що «омонімія не така небезпечна, як можна думати, виходячи з одних тільки загальних міркувань: з контексту зазвичай буває ясно, яке саме значення має те або інше омонімічне слово, і загрозові для розуміння випадки в практиці мови виникають відносно рідко». Таким чином, думка про те, що омонімія, хоча і порушує «закон знака», труднощів у процесі спілкування не викликає, стало в мовознавстві загальним методом [2].

Отже, як вважають В. Виноградов, І. Тишлер та ін., для будь-якого природної мови омонімія є явищем не випадковим, а закономірним [3, 9, 10].

Як же за наявності численних омонімів у мові вирішується проблема диференціації омонімів? Зазвичай основним тлумачним фактором для омонімів є контекст. З контексту, зазвичай, буває зрозуміло, яке саме значення у того чи іншого омоніма; випадки, які дійсно погрожували б правильному розумінню, у мовній практиці трапляються порівняно рідко.

Науковці щодо контексту схилиються до різних думок. Одні – розважливі автономісти – вважають, що значення слова не завжди залежить від лексичного оточення, і що слово може претендувати на відносну автономію. Інші – контекстуалісти – стверджують, що слово набуває значення тільки в контексті. До крайніх контекстуалістів можна віднести, наприклад, американського вченого Г. Уолпола, який писав: «A symbol has meaning only in its context» [17; с. 105]. Спростовував існування слова незалежно від контексту також Л. Єльмолєєв, який вважав, що «в абсолютній ізоляції кожен знак не має жодного значення; сенс є тільки в комбінації лінгвістичної форми і контексту». У мовознавстві, зазвичай, більш поширені контекстуальні ідеї. Як же залежить слово-омонім від контексту? Значення омонімів, які існують як потенціал в системі мови, актуалізується у мовленні, тобто в контексті. Неправильним було б стверджувати, що контекст або ситуація мови не мають значення для правильного розуміння фонетичного комплексу. Кожен, що перекладав з іноземних мов або кому доводилося тлумачити ізольовані слова, знає, що не можна говорити про незалежність слова-омоніму від контексту. Без контексту встановити значення омоніму неможливо. Це визнають безліч

дослідників. Залежність омоніму від контексту можна довести експериментально. Коли вам запропонують ізольоване слово, наприклад, англ. bank, то ви не знаєте, що мається на увазі – «банк» або «насип». Але якщо дати пару слів: account-bank, snow-bank, перше слово обмежує асоціації, викликані іншим словом, до певної сфери. Як показав С. Ульман, значення омоніма в порівнянні з переносним значенням слова і багатозначним словом максимально залежить від контексту. Якщо намалювати шкалу залежності слова від контексту (щодо збільшення ролі контексту), то омоніми стоятимуть на вершині цієї шкали. [16; с. 62 – 63]. Яка ж роль контексту щодо омонімів? Деякі вчені стверджують, що в разі багатозначності слова, під яким розуміють полісемію і омонімію, елементи контексту уточнюють, детермінують значення досліджуваного елемента. Чинний елемент контексту називають знаком вибору або детермінатором значення досліджуваного елемента [11; с. 14]. Таке визначення ролі контексту, на нашу думку, належить більше до полісемії, а не до омонімії. Відносно омонімії більш правильним було б погодитися з думкою Л. Антала, який писав: «Контекст не детермінує, не встановлює значення омонімічної форми, так як у неї вже було своє значення перш, ніж з'явилося активне оточення. Словесне оточення тільки показує, який знак ми можемо прийняти ... Для слухача словесне оточення вказує на необхідне значення, на підставі попередньо відомих значень, які передували контексту. Оточення дає тільки необхідну орієнтацію, а не «створює» значення» [12; с. 64]. Таким чином, елемент контексту, який допомагає дізнатися й ідентифікувати значення омоніма, ми називаємо семантичним індикатором або показником значення омоніма. Наведемо приклади. «Mine is a long and sad tale!» said the Mouse, turning to Alice, and sighing ... It is a long tail, certainly», said Alice, looking down with wonder at the Mouse's tail; «but why do you call it sad?» [14; с. 62] (використані омофони tale – розповідь і tail – хвіст). «I had not!» cried the Mouse, sharply and very angrily. «A knot!» said Alice ... «Oh, do let me help to undo it» [14; с. 64]. (Омофони not – ні і knot – вузол). «But they were in the well», Alice said to the Dormouse, not choosing to notice this last remark. «Of course they were», said the Dormouse – «well in». [14; с. 115] (Омоніми well – колодязь і well – повністю, як слід). «Of course it is», said the Duchess, who seemed ready to agree to everything that Alice said»; there is, a large mustard mine near hear. And the moral of it is – «The more there is of mine, the less there is

of yours» [14; с. 134]. (Омоніми mine – рудник і mine – мій, мого). «Why, there they are!» said the King triumphantly, pointing to the tarts on the table. «Nothing can be clearer than that. Then again – «before she had this fit» – you never had fits, my dear, I think?» he said to the Queen ... «Then the words do not fit you», said the King ... [14; с. 172]. (Омоніми fit – напад і fit – годиться). Here the Red Queen began again. «Can you answer useful questions?» she said. «How is bread made?». «I know that!» Alice cried eagerly. «You take some flour» – «where do you pick the flower?» the White Queen asked. «In a garden, or in the hedges?» (Омофони flour – і борошно і flower – квітка). «Well? It is not picked at all», Alice explained: «It's ground» – «How many acres of ground?» said the White Queen. [15; с. 184]. (Омоніми ground – мелений, молоченний і ground – земля).

Висновки та перспективи досліджень. На закінчення хотілося б підкреслити, що питання про позитивну або негативну роль омонімів в мові не може бути вирішене в відриві від системи мови в цілому.

Джерела та література

1. Маулер Ф. И. Грамматическая омонимия в английском языке. Орджоникидзе, 1977. 143с. : URL: <https://www.bibliofond.ru/>
2. Булаховский Л. А. Введение в языкознание. Ч.II. Москва: Высшая школа, 1953. 930с. : URL: <https://www.bibliofond.ru>
3. Ахманова О. С. Лексикология английского языка.- Москва: Книга, 1966. 230 с. : URL: <https://www.bibliofond.ru/>
4. Лингвистические исследования 1972: Сб. статей. Москва: Высшая школа, 1973. 360с. : URL: <https://www.bibliofond.ru/>
5. Ullmann S. Words and their use.- N.Y. Philosophical Library, 1951. : URL: <https://www.bibliofond.ru/>
6. Реформаторский А. А. Введение в языкознание. Москва : Наука, 1967. 345 с. : URL: <https://www.bibliofond.ru/>
7. Bridges R. S. On English Homophones. Society for Pure English. Oxford, 1922. : URL: <https://www.bibliofond.ru/>
8. Малаховский Л. В. Теория лексической и грамматической омонимии.- Ленинград : Прогресс, 1990. 235с. : URL: <https://www.bibliofond.ru/>
9. Виноградов В. В. Об омонимии и смежных явлениях. Вопросы языкознания. 1960. № 5. С. 3-17. : URL: <https://www.bibliofond.ru/>
10. Тышлер И. С. Словарь лексических и лексико-грамматических омонимов. Саратов: Из-во Саратовского ун-та, 1975. 348с. : URL: <https://www.bibliofond.ru/>

11. Тышлер И. С. Омонимия в современном английском языке. Саратов, 1988. 186 с. : URL: <https://www.bibliofond.ru/>
12. Walpole H.P. Semantics. The Nature of Words and their Meaning. New York, 1941. : URL: <https://www.bibliofond.ru/>
13. Allen R. L. The Structure of Weaning. Jn: Proceeding of the 9th International Congress of Linguists. 1962. 230p. : URL: <https://www.bibliofond.ru/>
14. Bloomfield L. Language. New York, 1933. : URL: <https://www.bibliofond.ru/>
15. Carrol Lewis. Alice in the Wonderland. Moscow, 1967. : URL: <https://www.bibliofond.ru/>
16. Carrol Lewis. Through the Looking-glass. Moscow, 1966. : URL: <https://www.bibliofond.ru/>

**Тетяна Кумейко, кандидат філологічних наук,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»**

КЛАСИФІКАЦІЙНІ ПОКАЗНИКИ ПІДГРУПИ ДІЄСЛІВ «ПЕРЕДАВАННЯ ІНФОРМАЦІЇ»

У статті проаналізовано підгрупу «Передавання інформації», що входить до групи дієслів інформаційної діяльності. Визначено, що словом-ідентифікатором для цієї підгрупи виступає лексема «передавати». Виокремлено семантичні особливості дієслів зазначеної підгрупи.

Ключові слова: дієслово, інформаційна діяльності, передавання інформації, семантика, класифікаційні показники.

Tetiana Kumeiko. Classification indicators of the subgroup of the verb «Information transfer»

The article analyzed the subgroup "Information Transfer", a member of the group of verbs of information activity. It is determined that the identifier word for this subgroup is the lexeme «transmit». The semantic features of the verbs of this subgroup are highlighted.

Key words: verb, information activity, information transfer, semantics, classification indicators.

Вступ. Розвиток інформаційних технологій та стрімке їх проникнення в усі сфери суспільного життя спричинило активне функціонування комунікативних одиниць, які позначають та

характеризують інформаційну діяльність, тому актуальним є виділення й класифікація дієслів інформаційної діяльності. Сучасна теорія основну увагу приділяє семантичним класифікаціям предикатів, оскільки «комплексний «об'ємний» розгляд якостей дієслівного предиката відкриває можливості побудови семантико-синтаксичної класифікації речення, що виявляє єдність форми і змісту в синтаксисі» [1, с.169]. Тому аналіз дієслівної лексики, а саме дослідження речень із дієслівними предикатами, які належать до одного семантичного класу, дозволить розв'язати проблему принципів побудови речень.

Дієслова інформаційної діяльності та їх роль у структурно-семантичній організації речення не були об'єктом спеціального дослідження в українському мовознавстві. У той же час деякі лексичні одиниці, а також окремі групи слів цього класу науковці частково розглядали в наукових працях у зв'язку з вивченням дієслів мислення (В.В. Гумовська), мовлення (Н.Г. Ніколаєва, О.Ф. Леонтьєва Г.О. Пашковська), інтерперсональних дієслів (О.В. Мартіна), предикатів дії (Н.В. Кашуба).

Мета дослідження – виокремити класифікаційні показники підгрупи дієслів «Передавання інформації».

Виклад основного матеріалу дослідження. Підгрупа дієслів «Передавання інформації» входить до групи дієслів інформаційної діяльності. «Інформаційну діяльність» витлумачено як діяльність людини, пов'язану з процесами пошуку (*винаходити, вишукувати, дізнаватися, добирати, запитувати, знаходити*), збирання (*анкетувати, виписувати, добирати, каталогізувати спостерігати, тестувати*), передавання (*агітувати, відказувати, заявляти, консультувати, рекламувати, шептати*), отримання (*бачити, дискутувати, заслуховувати, полемізувати, розуміти, чути*), оброблення (*аргументувати, вираховувати, обмірковувати, підсумовувати, систематизувати, членувати*) збереження інформації (*вивчити, друкувати, занотувати, засвоїти, опублікувати, фіксувати*), а також технічного оброблення інформації (*блокувати, копіювати, пересилати, формувати, уводити*).

Підгрупа «Передавання інформації» є різноманітною і численною серед дієслів інформаційної діяльності. До складу виділеної підгрупи ввійшли такі лексеми: *агітувати, адресувати, аргументувати, афішувати, базікати, балакати, баяти,*

бесідувати, бідкатися, благати, брехати, бубніти, бурмотати, варнякати, веліти, виблагати, виголошувати, виказувати, виканючувати, викликати, вимолювати, винити, виправдовувати, випрошувати, висловлювати, вишіптувати, відзвітувати, відказувати, відкликати, відмовляти, відповідати, віщувати, вмовляти, волати, втлумачувати, говорити, гомоніти, гукати, дебатовати, дезінформувати, декламувати, демонструвати, диктувати, дискутувати, диспутовати, добалакуватися, доказувати, домовлятися, доповідати, доповнювати, допрошуватися, дорікати, дякувати, жалітися, закликати, закричати, запевняти, заперечувати, запитувати, запрошувати, засвідчувати, заспівати, зауважувати, зацікавлювати, заявляти, звертатися, звітувати, зичити, зізнаватися, злословити, інструктувати, інформувати, казати, канючити, картати, кликати, клясти, коментувати, командувати, консультувати, корити, критикувати, кричати, лаяти, лихословити, мовити, молити, набазікати, нагадувати, наказувати, наобіцяти, нарікати, натякати, нашіптувати, обвинувачувати, обговорювати, обіцяти, обнародувати, оголошувати, ознайомлювати, описувати, опитувати, опублікувати, ораторствувати, ослаблювати, патякати, переказувати, переконувати, переповідати, перешіптуватися, писати, питати, підбурювати, підмовляти, підказувати, підтакувати, підписувати, підтверджувати, повідати, повідомляти, повіряти, повістувати, повторювати, повчати, полемізувати, попереджати, пояснювати, проговорюватися, проголошувати, пропагувати, проповідувати, просити, радитися, рапортувати, резонерствувати, рекламувати, рекомендувати, ремствувати, розголошувати, розказувати, розмовляти, розповідати, розпоряджатися, роз'яснювати, сварити, свідчити, скандувати, славити, соромити, сперечатися, спілкуватися, сповіщати, суперечити, твёрдити, тлумачити, умовляти, фразерствувати, характеризувати, хвалити, хвастати, цитувати, шептати (162 одиниці). Ці дієслова характеризують переміщення інформації в просторі від джерела до адресата, як правило, від адресанта до адресата, відображуючи мовленнєву діяльність людини в різних ситуаціях спілкування. Передусім дієслова зазначеної підгрупи вживаються як адресовані. Словом-ідентифікатором є слово *передавати*, яке в дослідженні позначає повідомлення про що-небудь чи кого-небудь, відправлене

суб'єктом інформаційної діяльності. Більша частина дієслів, яка входить до цієї підгрупи, має диференційну сему мети, бо інформаційну діяльність здійснюють з певною метою, що призводить до результату, який прогнозує суб'єкт інформаційної діяльності.

Усередині цієї підгрупи, застосовуючи опозитивний аналіз за такими семами, як «пасивність — активність», «забарвленість — нейтральність», «усна форма — письмова форма» тощо, які є диференційними ознаками, виокремлено такі семантичні особливості підгрупи «Передавання інформації».

I. Дієслова, що характеризують форму передавання інформації:

1. Усна форма передавання інформації: *брехати, благати, виблагати, виголошувати, виказувати, гомоніти, гукати, дебатовати, декламувати, диктувати, жалітися, закликати, закричати, заспівати, злословити, інструктувати, казати, корити, кричати, ляяти, лихословити, мовити, молити, нашіптувати, обговорити, обіцяти патякати, переказувати, переповідати, перешіптуватися* тощо. Напр.: *Примітно, що жодного держдумівця, які вчора нахабно брехали про Україну, в залі немає (газета); Настенька трохи помовчала, потім так само коротко відповіла їй (А. Дімаров); Воздвиженський затягав до себе своїх земляків, обіцяв їм протекцію, обіцяв велике придане, і всі знали, що в його є базато грошей і всякого добра, але ні один з їх не квапивсь свататись (І. Нечуй-Левицький).*

2. Письмова форма передавання інформації: *опублікувати, писати, підписувати*. Напр.: *Держархів опублікував сотні тисяч документів про Голодомор (газета); Голова колгоспу з задоволенням підписав написане, поставив печатку, і лист того ж дня пішов до редакції (В. Минко).*

3. Усно-письмова форма передавання інформації (комбінована): *агітувати, адресувати, відзвітуватися, дебатовати, дезінформувати, демонструвати, заперечувати, запитувати, зацікавлювати, зауважувати, заявляти, звертатися, звітувати, інформувати, консультувати, коментувати, критикувати, нагадувати, наказувати, обнародувати, оголошувати, ознайомлювати, описувати, опитувати, ослаблювати, переконувати, питати, підтверджувати, повідомляти, повчати, пояснювати* тощо. Напр.: *Їх я обнародував на сторінках газети «Вік: час, події, люди» і на радіо «Вік» (газета); Цю істину лідер*

донецької обласної організації «Справедливості» Віктор Прилепський обнародував ще на зборах своїх однопартійців у Павлограді (газета); Аллан Едгар По, за його власним зізнанням, написав цей вірш згідно з чітким планом, який він пізніше пояснив у творі «Філософія віршування» (підручник); Учитель пояснює учням незрозумілі слова, допомагає слабким учням працювати зі словником (журнал). Вона з тисячами подробиць оповідала їм те, що вони вже добре знали од неї: описувала їм свою корову, чорну, з білими латками на спині й морді (М. Коцюбинський); Дарвін описував симптоми захворювання в листах та «Щоденнику здоров'я», котрий вів протягом 1849-1855 рр. (підручник); У рубриці «Головдержслужба роз'яснює» фахівці консультують читачів щодо правових аспектів праці в органах місцевого самоврядування, особливо в період реорганізації та ліквідації підприємства чи установи, та з питань стажу державної служби (журнал); Парторг справді готувався до розмови зі мною, хтось його консультував, бо звідки йому, бідному, було знати що галицькі зодчі будували в Суздалі храми (Р. Федорів).

II. Дієслова, що характеризують процес передавання інформації за пасивністю / активністю учасників взаємодії:

1. Суб'єкт-об'єктна (монологічна): бурмотати, варнякати, виблагати, виголошувати, виканючувати, викликати, волати, втлумачувати, гукати, дезінформувати, декламувати, жалітися, закликати, зізнаватися, злословити, інструктувати, інформувати, казати, корити, критикувати, кричати, молити, набазікати, наобіцяти, нарікати, обнародувати, оголошувати, ознайомлювати, опублікувати, переказувати тощо. Напр.: 1 червня 1761 року бугогардівський полковник Корній Шустовал рапортував кошовому отаману про затримання браконьєрів у степах (газета); Коперник опублікував працю про геліоцентричну систему (П. Загребельний).

2. Суб'єкт-суб'єктна (діалогічна): бесідувати, дискутувати, диспутувати, відказувати, дебатувати, дискутувати, диспутувати, добалакуватися, домовлятися, доповнювати, заперечувати, запитувати, запрошувати, звертатися, консультувати, обговорювати, опитувати, перешіптуватися, підтакувати, полемізувати, проговорюватися, радитися, рапортувати, розмовляти, сперечатися тощо. Напр.: Якось трапилося так, що вона не могла обійтися без його консультації, і

все ходила консультуватися, і професор щоденно консультував розумну і до того ж красиву студентку (А. Дімаров); Вони диспутували про учені справи (О. Назарук).

ІІІ. Дієслова, що характеризують інформаційну діяльність за кваліфікувальним найменуванням:

1. Внутрішня:

1.1. Змістова:

1.1.1. Прохання: *благати, виканючувати, вимолювати, відкликати, допрошуватися, закликати, запрошувати, молити, просити, радитися* тощо. Напр.: *Тому Андрій та видавці закликають майбутніх читачів узяти участь у її виборі (журнал); Загалом сказати, Іцик обходився з Германом, як з рівним собі, бачив його зручність і справність і радився з ним, мов зі старшим, перед всяким ділом. (І. Франко).*

1.1.2. Наказ: *інструктувати, наказувати* тощо. Напр.: *Він наказує «тираспольським», «кубанським», «донським» і «кримським» захищати «одеських» (Ю. Андрухович); По інших відділеннях ця процедура робилась спокійніше, проте Елла підбирала собі санітарів лише з бакланів, інструктувала їх, щоб не жаліли «сухого броду» (вона мала на увазі рукоприкладство), і в них, цих примітивних душах, досить швидко визрівало почуття садизму (В. Рубан).*

1.1.3. Переконавання, порада: *агітувати, вмовляти, дискутувати, запевняти, рекламувати* тощо. Напр.: *Він рекламує брендовий одяг для чоловіків (газета); Вчений дискутує з академіком О. І. Соболевським, на думку якого в Києві до монголо-татарської навали говорили російською мовою (газета).*

1. 2. Оцінна:

1.2.1. Негативна: *брехати, винити, дорікати, жалітися, злословити, канючити, корити, критикувати, лихословити, патякати* тощо. Напр.: *А воно (хлопець) ще й дибки стає, лихословить, тільки в штабі заскиглило: оця, каже, тьотя вухо мені так скрутила, дивіться, аж розпухло ... занесіть це в акт! (О. Гончар); Він так багато патьякав про всяку всячину, а того, що мав сказати в першу чергу, так і не сказав (О. Гурейв).*

1.2.2. Позитивна: *дякувати, зичити, рекомендувати, славити, хвалити* тощо. Напр.: *Загалом, для мене успіх — це коли тебе інші хвалять за те, за що б ти себе хвалив навіть тоді, коли інші б поносили (журнал); — Вибачайте нашій молодості і нашим літам,*

а з тим ми дякуємо вам за хліб-сіль вашу і за квартиру (І. Нечуй-Левицький).

2. Зовнішня:

2.1. Загальний спосіб передавання інформації: *диктувати, запитувати, засвідчувати, опитувати, переказувати, переповідати, повторювати, пояснювати, розказувати, розмовляти* тощо. Напр.: *Жінки судили якихсь незнайомих для їх людей і розмовляли про хазяйську справу* (І. Нечуй-Левицький); *Молодь України обговорює необхідність створення власного Міністерства молоді* (газета).

2.2. Особливий спосіб передавання інформації: *втлумачувати, гомоніти, гукати, декламувати, кричати, набазікати, натякати, підтакувати, проголошувати, скандувати* тощо. Напр.: *Христя не знала, що казати матері, про що це вона натякає їй* (П. Мирний); *Прем'єр Туреччини проголошує свою перемогу в місцевих виборах* (газета); *Сашко разом з усіма скандував: «Давай! Давай! Швидше! Швидше!»* (О. Гончар).

Висновки та перспективи досліджень. Підгрупа «Передавання інформації» входить до групи дієслів інформаційної діяльності. Визначено, що словом-ідентифікатором для цієї підгрупи виступає лексема «передавати». Більша частина дієслів, яка входить до цієї підгрупи, має диференційну сему мети, бо інформаційну діяльність здійснюють з певною метою, що призводить до результату, який прогнозує суб'єкт інформаційної діяльності.

Застосовуючи опозитивний аналіз за такими семами, як «пасивність — активність», «забарвленість — нейтральність», «усна форма — письмова форма» тощо, які є диференційними ознаками, виокремлено такі семантичні особливості підгрупи «Передавання інформації»: 1) дієслова, що характеризують форму передавання інформації: усна (*брехати, виказувати, гомоніти, дебатовати, декламувати*), письмова (*опублікувати, писати, підписувати*); усно-письмова (комбінована): *агітувати, заявляти, консультувати, коментувати, наказувати*; 2) дієслова, що характеризують процес передавання інформації за пасивністю / активністю учасників взаємодії: суб'єкт-об'єктна (*виголошувати, дезінформувати, декламувати, інформувати, обнародувати*), суб'єкт-суб'єктна: *бесідувати, дискутувати, відказувати, консультувати, обговорювати*); 3) дієслова, що

характеризують інформаційну діяльність за кваліфікувальним найменуванням: внутрішня: змістова: прохання (*благати, вимолювати, відкликати, допрошуватися, закликати*), наказ (*інструктувати, наказувати*); переконання, порада (*агітувати, вмовляти, дискутувати, запевняти, рекламувати*); оцінна: негативна (*брехати, винити, дорікати, жалітися, злословити*), позитивна (*дякувати, зичити, рекомендувати, славити, хвалити*); зовнішня: загальний спосіб передавання інформації (*диктувати, запитувати, засвідчувати, опитувати, переказувати*), особливий спосіб передавання інформації (*втлумачувати, гомоніти, гукати, декламувати, кричати*).

Перспективу подальших наукових розвідок пов'язуємо з виявленням типів реалізації структурних схем речень із дієсловами «Передавання інформації».

Джерела та література

1. Золотова Г.А. *Коммуникативные аспекты русского синтаксиса*. Москва: КомКнига, 2007. 366 с.
2. Ніколаєва Н.Г. Семантико-синтаксична організація речень з дієслівними предикатами мовлення: дис... канд. філол. наук: 10.02.01/ Національний педагогічний ун-т ім. М.П. Драгоманова. Київ, 2003. 236 с.
3. Вихованець І.Р., Городенська К.Г., Русанівський В.М. *Семантико-синтаксична структура речення: монографія*. Київ: Наук. думка, 1983. 219 с.
4. Кумейко Т.А. *Синтаксична структура речень з дієсловами інформаційної діяльності: автореф. дис. ...канд. філол. наук: 10.02.01. Запоріжжя, 2015. 20 с.*
5. Леута О.І. *Структура і семантика дієслівних речень в українській літературній мові: монографія*. Київ: Такі справи, 2008. – 208 с.
6. Мацицька Т.Є. *Семантико-синтаксична валентність дієслова: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.01. Київ, 1995. 16 с.*

**Оксана Мокляк, кандидат філологічних наук,
Полтавський національний педагогічний університет
імені В. Г. Короленка**

АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ АФЕКТОНІМІВ У РОЗМОВНОМУ МОВЛЕННІ

У статті за результатами анкетного опитування схарактеризовано особливості побутування українських афектонімів у розмовному мовленні закоханих. Зокрема, виявлено найбільш уживані ласкаві звертання в любовному спілкуванні, представлено прагматичний потенціал розглядуваних одиниць, репрезентовано відтінки емоційної оцінки ласкавих номінацій, з'ясовано причини девіантних реакцій на афектоніми.

Ключові слова: афектоніми, розмовне мовлення, закохані, інтенції, анкетування.

Oksana Mokliak. Actual trends of affectonyms using in the colloquial speech

The article describes the peculiarities of the life of Ukrainian affectonyms in the colloquial speech of lovers according to the results of the questionnaire survey. In particular, the most commonly used affectionate appeals in love communication are revealed, the pragmatic potential of the considered units is presented, the nuances of emotional evaluation of affectionate nominations are represented, the reasons of deviant reactions to affectonyms are clarified.

Key words: affectonyms, colloquial speech, lovers, intentions, questionnaire.

Вступ. Кожна мова, де присутня традиція ласкаво номінувати співрозмовника, не обходиться без афектонімів, в українській вони становлять також вельми обширну групу лексики. З огляду на те, що іманентною пресупозицією вживання таких звертань є перебування комунікантів у близьких стосунках, ці одиниці вважаються насамперед маркерами любовного спілкування.

Мета дослідження. Розглядаючи проблему вживання афектонімів у розмовному мовленні закоханих, маємо на меті виявити поширені в українському континуумі ласкаві звертання, визначити прагматику цих апелятивів, з'ясувати характер їх сприйняття сучасними носіями мови.

Виклад основного матеріалу дослідження. Яскраво виражена інтимність афектонімів утруднює їх вивчення шляхом

безпосереднього спостереження, тож з метою отримання необхідних даних було проведене анонімне анкетування, у якому взяли участь 946 респондентів віком від 18 років. Гендерна диференціація представлена таким співвідношенням: маскулінних опитуваних – 47 %, фемінних – 53 %. Експеримент мав очну (безпосередній контакт з респондентами (517 осіб)) і заочну (надсилання анкет звичайною та електронною поштою, розміщення в мережі Інтернет (429 осіб)) форми. Заочне анкетування дало можливість задіяти респондентів з різних регіонів України (Київ, Полтава, Харків, Ужгород, Тернопіль, Житомир, Кропивницький, Запоріжжя), отримати більш об'єктивні результати.

Відповідаючи на перше запитання, респонденти мали назвати ласкаві номінації, які вони адресують коханим. У процесі аналізу запропонованих варіантів було відзначено, що в любовній комунікації домінують узуально-оказіональні (*динозаврику, страусеня, тюленю, папуасе, ква, комарику, карасику, сирнику* та ін.) та okazіональні (*бубчику, цокастику, щене, масько, кусю* та ін.) афектоніми. І це не дивно, адже такі апелювати слугують створенню індивідуальної для кожної романтичної діади інтимно-особистісної атмосфери спілкування. За спостереженнями дослідників, чим довірливішими є стосунки між людьми, тим різноманітніший реєстр форм звертання [1, с. 825]. Справді, близькі люди постійно намагаються розширити спектр апелювативів ласкавого змісту, уводять до свого лексикону, крім узуальних одиниць, індивідуально-авторські. «В інтимному любовному спілкуванні, – зазначає М. О. Кронгауз, – придумування нових імен-звертань стає особливим творчим актом, що виражає не менше емоцій, ніж інші дії» [2, с. 133].

Поряд з унікальними звертаннями побутують і стереотипні (*пташечко, мишко, крихітко, солоденький* та ін.) – популярні номінації, характерні для сучасного періоду розвитку мови. У розмовному дискурсі фігурує здебільшого ненормативне вживання афектонімів у формі називного відмінка, у дослідженні ж представимо ці одиниці відповідно до норм української мови.

Таблиця 1

Найчастотніші звертання жінок до чоловіків

№ з/п	Афектоніми	Відсотки
1.	Котику	54 %
2.	Сонечку	51 %

3.	Зайчику	48 %
4.	Коханий	39 %
5.	Любий	27 %
6.	Милий	23 %
7.	Рідний	18 %
8.	Маленький	15 %
9.	Зірочко	13 %
10.	Хороший	10 %

Таблиця 2

Найчастотніші звертання чоловіків до жінок

№ з/п	Афектоніми	Відсотки
1.	Сонечку	55 %
2.	Кицю	52 %
3.	Зайчику	49 %
4.	Кохана	47 %
5.	Маленька	36 %
6.	Зірочко, люба, ластівко	26 %
7.	Люба	25 %
8.	Ластівко	18 %
9.	Рибко	15 %
10.	Дорога	12 %

Зооморфізми *зайчику*, *котику*, *кицю* займають домінантні позиції в кожній групі респондентів. Популярність таких афектонімів є очевидною, хоча тлумачні словники української мови не фіксують використання вказаних слів у значенні ласкавих звертань. Любов українців до номінацій *котику*, *зайчику* зумовлена, ймовірно, тим, що «вербальне мислення в цих одиницях зафіксувало чуттєве сприйняття тварини: пухнасті звірятка, приємні на дотик» [3, с. 106], такі іменування викликають асоціації «маленький, ніжний, ласкавий». *Сонечко* також для українського континууму є образом позитивним, що асоціюється з теплом, лагідністю. Поширеними є звертання *коханий*, *кохана*, функціонування яких сьогодні, на відміну від XIX століття, обмежується лише любовною комунікацією. У відповідях респондентів обох груп наявні такі одиниці, як *маленький*, *маленька*, *манюня*, що свідчить про бажання і чоловіків, і жінок дбати про свого партнера. Щоправда, у чоловіків на ці звертання

припадає більший відсоток відповідей, ніж у жінок, це детерміновано сприйняттям в українській ментальності чоловіка як охоронця, захисника. Називаючи так свою половинку, чоловік немов натякає адресатові-жінці про готовність піклуватися про неї, оберігати. Подана в таблицях інформація не експлікує особливої гендерної диференціації досліджуваних одиниць, спостерігаємо паралельне вживання номінацій: він – *зайчик, сонечко, зірочка, котик, коханий, любий*, вона – *зайчик, сонечко, зірочка, киця, кохана, любя*.

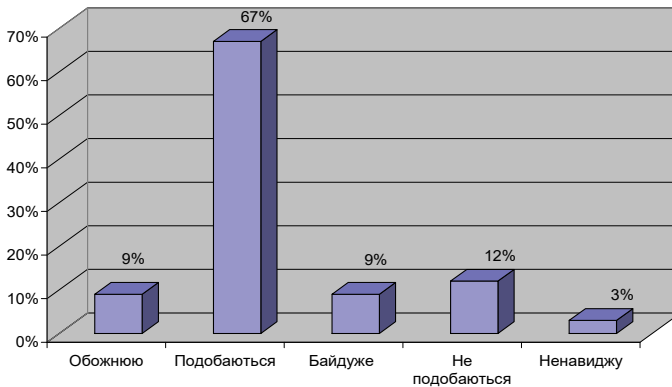
У відповідях на запитання «З якою метою вживаєте ласкаві звертання?» домінують названі респондентами обох статей узагальнені інтенції: 1) демонстрація емоційного ставлення мовця до адресата (47 % – у чоловіків, 65 % – у жінок), 2) зміна емоційного стану адресата, позитивне його налаштування (31 % – у чоловіків, 18 % – у жінок). Варто зауважити, що чоловіки більше схильні за допомогою таких слів здійснювати емоційний вплив на адресата порівняно з жінками. Імовірно, це зумовлено врахуванням мовцями-чоловіками особливої чутливості до афектонімів осіб протилежної статі.

Порівняно з узагальненими інтенціями у відповідях як чоловіків, так і жінок лише незначний відсоток припадає на конкретні прагматичні замисли (16 % і 13 % відповідно), які можна реалізувати за допомогою звертань. Це зумовлене тим, що процес анкетування є абстрагованим від безпосередньої ситуації спілкування, тому й складно опитуваним відтворити конкретну інтенцію вживання. З-поміж названих прагматичних векторів основу становлять прагматичні замисли кооперативного характеру (використання з метою вибачення, пом'якшення прохання, привертання уваги, зменшення агресивності, утішання, виявлення вдячності), зафіксовано також кооперативно-конфронтативну стратегію уживання (*коли щось потрібно, з метою отримання вигоди, у ситуації підлабузництва*). Лише в чотирьох відповідях зазначене іронічне вживання афектонімів, що ще раз засвідчує периферійність конфронтативної стратегії використання. 6 % чоловіків і 4 % жінок узагалі проігнорували вказане запитання. Сюди зараховуємо також відповіді на зразок *не знаю, сам про це думаю, ніколи над цим не замислювався* тощо. Причиною цього є насамперед украй негативне сприйняття опитуваними розглядуваних одиниць, уникання їх у своєму мовленні.

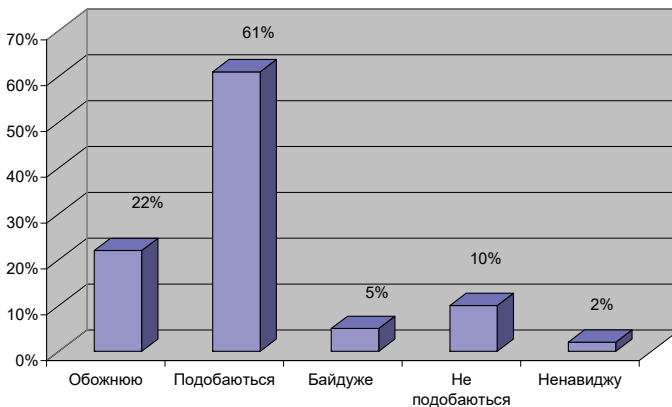
ненавижду не байдуже подобаетсья обожаю

Іманентна позитивна природа розглядуваних одиниць підтверджується значним відсотком відповідей як чоловіків (67 %), так і жінок (61 %), що репрезентують позитивне сприйняття звертань. Щоправда, відсоток високої оцінки зі знаком «плюс» є набагато нижчим у чоловіків, ніж в осіб протилежної статі.

Ставлення чоловіків до афектонімів



Ставлення жінок до афектонімів



Так, частка чоловіків, які обожають подібні звертання, становить лише 9 % порівняно з 22 % в жінок. Особливу любов представниць слабкої статі до таких емоційно-оцінних слів можна пояснити тим, що «жінки більш активно виражають свої емоції й почуття» [4, с. 183], «жіноча мова набагато емоційніша, емпатична, тобто чутлива стосовно партнера» [5, с. 110]. У зв'язку з чоловічою емоційною стриманістю домінує у представників сильної статі відсоток відповідей, що експлікує байдуже, негативне та вкрай

негативне ставлення до афектонімів. Деякі жінки також уникають у своєму мовленні афектонімів, дотримуючись чоловічого стилю комунікації.

Іноді негативне ставлення може поширюватися не на всі загалом розглядувані звертання, а лише на окремі з них, саме з'ясуванню цієї проблеми і присвячене таке запитання анкети: «Чи є такі ласкаві звертання, які Вам не подобаються? Чому саме вони Вам не до душі?» Відповідаючи на нього, 58 % респондентів зауважили, що з-поміж афектонімів не може бути одиниць, які б викликали спротив: *Мені подобаються всі, адже це приємно; Кожне ласкаве звертання по-своєму цікаве, оригінальне та кумедне; Кожне наповнене теплотою та любов'ю до тих, кому адресується, тому подобаються всі; Подобаються всі ласкаві звертання, бо тільки вони є свідченням того, що ти комусь потрібен, тебе люблять.* Зрозуміло, що причиною таких тверджень є позитивний заряд розглядуваних звертань.

Трапляється, що критики зазнають не самі афектоніми, а специфіка їх застосування: *Таких не пригадую. Але надмірне і часте вживання на кожному кроці не подобається; Не люблю, коли з великим фанатизмом використовують ласкаві звертання; Не подобається, якщо їх велика кількість і кажуть дуже часто; Не подобається, якщо ласкавих звертань занадто багато.* Частотне вживання ласкавих номінацій адресат не сприймає як прояв щирих почуттів, воно набуває ознак автоматизму. Конкретні ж звертання викликають негатив у 42 % респондентів. Так, надзвичайно важливим критерієм успішності комунікації у процесі вживання афектонімів є врахування уподобань адресата, інтеракція може зазнати девіації в разі використання неприємної для співрозмовника номінації. Звісно, це проблема суто індивідуальна і те, що неприємне одному, може викликати захват в іншого, тому й не можна з аналізу відповідей опитуваних претендувати на релевантні для кожної комунікативної діади висновки. Спробуємо лише дотично торкнутися цього питання, виокремивши на основі анкетних даних найчастотніші афектоніми, які викликають спротив, та причини їх неприйняття.

Загальна кількість названих опитуваними афектонімів, які провокують негативні реакції, становить 106 одиниць. Деякі з них були вжиті лише одноразово у відповідях респондентів, наприклад, *бегемотику, музику, любимко, цьомчику, солоденька, бубочко,*

пташко, кукусику та ін. Особливий інтерес викликають афектоніми, зафіксовані в низці відповідей: *котику* (22 %), *зайчику* (20 %), *мала* (16 %), *пупсику* (13 %), *рибко, няшко* (11 %), *бейбо* (10 %) *лапочко* (8 %) та ін. Помітно, що домінантні позиції займають звертання *котику* й *зайчику*. Цікаво, що з-поміж найчастотніших, а отже, улюблених вони також переважають. Увага до вказаних номінацій, як зазначає М. В. Прихода, детермінована тим, що «ці слова асоціюються в нас з тваринками, які, зі свого боку, асоціюються з чимось, до чого хочеться доторкнутися. Вони м'якенькі, теплі, їх хочеться погладити, відчутти на дотик. Коли кажеш *зайчику, котику*, на інтуїтивному рівні відчуваєш тепло, фізичну приємність» (Цит. за: [6]). Водночас постійне уживання перетворило *котика* й *зайчика* на стерті образи, вони, як зауважує Ю. О. Живогляд, «стають елементом масової культури» (Цит. за: [6]), їх часто використовують за межами інтимного дискурсу, саме банальність таких звертань і провокує спротив у деяких комунікантів, співрозмовники ж зазвичай намагаються індивідуалізувати мовлення, надати йому свіжості, неповторності, а ці одиниці дещо нівелюють адресата.

Банальність – це лише одна з тих причин, які провокують неприйняття сказаного. Узагалі 34 % респондентів не змогли визначити, чому їм не подобається та чи та номінація. Їхні відповіді не містили жодних коментарів. Можливо, опитувані справді ніколи над цим не замислювалися або ж просто вирішили не обтяжувати себе роздумами над відповіддю. У 14 % учасників анкетування невдоволення репрезентоване узагальнено за допомогою слів *не подобається, дратує, ненавиджу, обурює*: *Сонечко просто дратує; Пупсик. Просто ненавиджу і все; Няша, не подобається це слово; Ненавиджу «мала»... rrrrr*. 52 % опитаних у своїх відповідях продемонстрували конкретні причини негативного ставлення.

1. Перша причина пов'язана з характером афектонімів, який зауважили респонденти: пафосний: *сонце, душа моя, це якось дуже пафосно*; банальний: *зая, сонечко, тому що неунікальні; сонечко, тому що не від однієї людини це чула на свою адресу, це слово вже “заїжджене”*; *котик, зайчик, так говорять усі*; занадто ніжний: *коця, занадто ніжне; котя і подібні звертання, які є занадто солодкими й нудотними; лапочка, няшка, через надмірну пестливість*; *зверхньо-фамільярний: бейба, малеча, крихітка звучить зверхньо, фамільярно; мала, крихітка пригнічують*;

вulgарний: *здаються вulgарними мала, пупс, бейба, крихітка; бейбочка, для мене це слово асоціюється з певною вulgарністю; образливий: курочка, злиденя ти моє, кізка, мала є децю образливими.* За даними анкетування, на цю причину припадає 30 % відповідей.

2. Друга причина неприйняття афектоніма зумовлена актуалізацією асоціативного зв'язку з образом дійсності, неприємним комуніканту: *курочка, бо не подобається асоціація, яка відразу ж впливає зі слова; киця, не відповідаю образу; рибка, курочка, тому що, на відміну від зайчика і котика, ці тварини не викликають у мене почуття «няшності».* Помітним є спротив респондентів стосовно будь-яких звертань, похідних від назв тварин, наголошування на своїй людській подібності: *Особисто мене верне від цих мишок, котиків, горобчиків. Я – людина, а не півник чи кролик; Зайчик, котик. Я не тварина; Єнотик, ведмедик, не люблю, коли мене ототожнюють зі звіром; Слоник, зайчик, козлик. Ми не в зоопарку; Зайчик, котик, кицька – я ж не тварина.* Ця причина охоплює 14 % відповідей.

3. Асоціації з неприємними життєвими фактами також не сприяють позитивній реакції на афектоніми. Прагматика стосунків може впливати на ставлення до афектонімів: *Зая, він так називав іншу, я про це знаю; Киця, зайка. Не до душі тому, що їх вживали погані люди.* Афектоніми можуть актуалізувати негативні події з життя респондентів: *заюня, викликають неприємні спогади; кізонька, хрюшка, погані спогади з дитинства.* Кількість відповідей, які експлікують цю причину, становить 8 %.

З-поміж названих конкретних причин найбільш значущою для респондентів є специфіка знаків, що впливає на атмосферу спілкування, часто зумовлює девіацію.

Висновки та перспективи досліджень. Отже, найвищий ступінь продуктивності в розмовному мовленні закоханих мають номінації *сонечку, котику, зайчику, коханий (кохана), любий (люба),* збереження тяглості комунікантів до однакових образів засвідчує наявність стандартизованого номінативного поля з-поміж носіїв української мови. Функційний потенціал представлений головно узагальненими інтенціями: вираження емоційного ставлення і вплив на чуттєву сферу співрозмовника, яку за допомогою цих знаків скеровують у бік позитиву та задоволення. Сприйняття апелятивів респондентами детерміноване гендерними

особливостями: стриманістю, характерною для маскуліної комунікації, та емоційністю фемінного мовлення. Перспективи подальшого вивчення проблеми вбачаємо в репрезентації українських афектонімів у зіставному аспекті.

Джерела та література

1. Weinrich H. *Textgrammatik der deutschen Sprache*. Mannheim, Leipzig, Wein, Zürich : Dudenverlag, 1993. 1090 S.
2. Кронгауз М. А. Обращение как способ моделирования коммуникативного пространства. *Логический анализ языка. Образ человека в культуре и языке / отв. ред. Н. Д. Арутюнова*. Москва, 1999. С. 124–134.
3. Лобур Н. До характеристики зооморфізмів (на матеріалах української та чеської мов). *Проблеми слов'янознавства*. 1999. Вип. 50. С. 102–106.
4. Гендерна лінгвістика в Україні: історія, теоретичні засади, дискурсивна практика : колективна монографія / Т. А. Космеда та ін. Харків : ХНПУ імені Г. С. Сковороди ; Дрогобич : Коло, 2014. 472 с.
5. Приходько Г. І. Особливості стратегій мовленнєвої комунікації чоловіків і жінок. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка*. 2014. № 2. С. 109–111.
6. Зьобро О. Зайка моя, я – твій котик! URL: <http://archive.wz.lviv.ua/articles/88683> (дата звернення: 17.05.2019).

**Наталія Сизоненко, кандидат філологічних наук, доцент,
Полтавська державна аграрна академія**

СТРУКТУРНА ОРГАНІЗАЦІЯ ТА СЕМАНТИКА ВЛАСНЕ ДІЕСЛІВ МОВЛЕННЯ, ЯКІ УВОДЯТЬ СЛОВА АВТОРА (НА МАТЕРІАЛІ ЗБІРКИ НОВЕЛ М. ДОЧИНЦЯ «ХЛІБ І ШОКОЛАД»

У статті на матеріалі збірки новел М. Дочинця «Хліб і шоколад» проаналізовано лексико-семантичні підгрупи (ЛСП) власне дієслів мовлення (ВДМ), які уводять слова автора. З'ясовано, що найчисельнішою ЛСП ВДМ є мікрогрупа дієслів повідомлення та передачі інформації з найчастотнішими лексемами казати/говорити/сказати. Друга за чисельністю мікрогрупа – дієслова мовленнєвого спілкування та обміну інформацією із частотним уживанням дієслів питати/запитати/спитати, відповідати. Третя мікрогрупа – дієслова

мовленнєвого впливу з ядерними лексемами пояснити, просити/попросити. За допомогою одиничних уживань ВДМ М. Дочинець відображає як нейтральний процес мовленнєвої діяльності, так і експресивно-оцінні відтінки мовлення персонажа.

Ключові слова: власне дієслова мовлення, лексико-семантична група, лексико-семантична підгрупа, слова автора, семантика.

Nataliia Syzonenko. The structural organization and the semantics of speech verbs that introduce the author's words (based on the novels by M. Dochynets «Bread and Chocolate»

The article deals with analysis of the lexical-semantic subgroup (LSS) of speech verbs (SV) that introduce the author's words based on the novels by M. Dochynets «Bread and Chocolate». It is specified that the most numerous LSS of SV is a microgroup of the verbs of communication and transmission of information with the most frequent lexemes such as казати/говорити/казати. The second largest microgroup is the conversational and information exchange verbs with the frequency use of such verbs as to numati/zanumati/cnumati, відповідати. The third microgroup is the verbs of linguistic manipulation with such nuclear lexemes as пояснити, просити/попросити. With the help of single use of SV, M. Dochynets reflects both the neutral process of speech activity and the expressive-evaluative shades of the character's speech.

Key words: speech verbs, lexical-semantic group, lexical-semantic subgroup, author's words, semantics.

Вступ. У художньому творі як в естетичній цілісності матеріалізується індивідуально-мовна картина світу письменника, його ідіолект (ідіостиль), специфічні особливості якого нині досліджують з погляду лінгвостилістики, лінгвокультурології, лінгвокогнітивістики, лінгвопоетики тощо.

Помітний інтерес науковці виявляють до семантичних репрезентацій художнього мовлення автора як носія мови в її соціальних, територіальних, професійних та психо-фізіологічних варіантах, адже індивідуальна манера мовлення автора «розлита» у всьому художньому тексті, вербалізована на всіх його рівнях, опрідметнена мовою. До актуальних проблем цього напрямку досліджень належить вивчення особливостей функціонування у художньому тексті різних лексико-семантичних парадигм – синонімічних рядів, семантичних, асоціативних, поняттєвих полів, лексико-семантичних груп (далі – ЛСГ), зокрема дієслів мовлення (далі – ДМ).

У художньому тексті, як правило, поєднано два типи мовлення – авторське та персонажне. Репрезентуюча функція ДМ у словах автора ґрунтовно вивчена українськими та зарубіжними лінгвістами на матеріалі романів Григора та Григорія Тютюнників (Н. Гут), роману у віршах «Маруся Чурай» Ліни Костенко (Н. Торчинська), віршованих «Казок» М. Стельмаха (Н. Торчинська), художньої прози О. Купріна і В. Вересаєва (Ю. Беспалова), оповідань та повістей Є. Замятіна (В. Маясов), творчості Алкі Зеї (О. Мойсієнко), М. Єськова (Є. Черемисина) тощо. До подібних досліджень допоки не залучалася новелістика М. Дочинця, що й зумовлює актуальність розвідки.

Мета дослідження – проаналізувати на матеріалі збірки новел М. Дочинця «Хліб і шоколад» [1] структурну організацію ДМ та семантику лексико-семантичної підгрупи власне ДМ у словах автора.

Виклад основного матеріалу дослідження. Чуже мовлення та коментар автора до реплік персонажів (слова автора/авторські слова/авторська ремарка [2, с. 52]) мисляться в сучасній лінгвістичній літературі як поняття комплексне, двоєдине: «Пряма мова – не пристосоване до мовлення автора, точно відтворене чуже висловлення, що здебільшого супроводжується так званими словами автора, які містять інформацію про адресанта прямої мови, іноді і про обставини, джерело фіксації, спосіб такого висловлення» [3, с. 508]. Окрім того, подібно до живого мовлення, у художньому тексті комунікативний процес не обмежується виключно вербальними ресурсами, а супроводжується різноманітною палітрою невербальних засобів спілкування, про які адресат (читач) дізнається зі слів автора. Власне, за допомогою фіксації невербальних проявів комунікативного процесу письменник прагне надати адресатові детальну інформацію про особливості мовленнєвої поведінки комунікантів, їхні соціальні, психологічні ролі тощо.

Ключова роль у словах автора, які уводять пряму мову, належить ЛСГ ДМ. Дієслова, на переконання О. Кубрякової, позначають не тільки певні процеси, дії, стани, але й згорнуті ситуації, «які належать або до опису видів мовленнєвої діяльності, або до опису стану справ, насамперед, до опису міжпредметних зв'язків та відношень» [4, с. 148]. Класифікація дієслів мовлення за семантичним критерієм нині залишається дискусійним питанням

попри солідні напрацювання таких лінгвістів, як Л. Васильєв, Н. Гут, А. Кероп'ян, В. Кодухов, М. Мілих, З. Нічман, Г. Пашковська, Ю. Якуніна. Науковці одностайні лише щодо виокремлення класу дієслів на позначення акту говоріння, решту ж ДМ розподіляють на класи відповідно до застосованих критеріїв та рівня деталізації класифікації.

Дослідження ДМ на матеріалі збірки новел М. Дочинця «Хліб і шоколад» здійснювалося у три етапи:

1) шляхом суцільного добору укладено реєстр ДМ, які уводять слова автора;

2) ДМ упорядковано у три лексико-семантичні підгрупи (далі – ЛСП): *власне ДМ (далі – ВДМ)*: сема говоріння виявляється в будь-якому контексті; *узуально-текстові ДМ*: сема говоріння актуалізується в контексті; *оказіонально-текстові ДМ*: сема говоріння як така відсутня [5; 6];

3) проаналізовано структурну організацію та семантику ЛСП ВДМ, які уводять слова автора.

Зв результатами дослідження ВДМ виявлено 256 лексичних фіксацій у різних ви́до-часових формах (дієслова подано в початковій формі, у дужках вказано кількість уживань лексем та кількість уживань лексем з обставинними поширювачами). Структурну організацію цієї ЛСП складають:

1) дієслова повідомлення та передачі інформації (131 фіксація): *казати/говорити/сказати (50+23)*, *мовити/промовити (0+14)*, *вимовити (0+2)*, *розповідати (0+1)*, *повідомити (0+1)*, *виголосити (0+1)*, *звернутися (0+1)*, *приповідати (1+0)*, *говорити (0+1)*, *проректи (0+1)*, *лягнути (1+0)*, *залити (0+1)*, *шепотіти/шептати/прошепотіти (2+11)*, *промимрити (1+1)*, *торохкотіти/заторохкотіти (1+1)*, *бурчати/буркнути/відбуркнути (5+4)*, *жалітися/пожалітися (1+1)*, *лепетати (0+1)*, *гугнявити (0+2)*, *гугніти/прогугніти (0+2)*;

2) дієслова мовленнєвого спілкування та обміну інформацією (87 фіксацій): *питати/запитати/спитати (33+15)*, *допитуватися (0+1)*, *перепитувати (2+1)*, *відповідати (3+10)*, *озватися (1+2)*, *заперечити (1+3)*, *згодитися/згоджуватися (2+0)*, *підтвердити (1+0)*, *виправдовуватися (0+2)*, *ствердити (1+0)*, *повторити (1+2)*, *поцікавитися (0+3)*, *додати (0+1)*, *підказати (1+0)*, *зателефонувати (0+1)*;

3) дієслова мовленнєвого впливу (38 фіксацій):
просити/попросити (5+1), *раяти* (2+1), *припросити* (1+0),
розраджувати (1+0), *наказувати* (0+1), *благати* (1+0),
воспитувати (1+0), *повчати* (1+0), *нагадувати* (1+0),
попереджувати (0+1), *втрутитися* (1+0), *запропонувати* (0+2),
інтригувати (0+1), *хвалитися* (0+1), *приохочувати* (1+0),
пояснити (2+8), *шептати* (1+0), *вичавити* (слово) (1+0),
посмішкуватися (1+0), *напучувати* (1+0), *зацитькувати* (1+0).

Наведені вище частотні підрахунки лексичних одиниць дають змогу стверджувати, що М. Дочинець використовує як однослівні ВДМ, так і ВДМ з обставинними поширювачами (адвербаліями), семантична класифікація яких може становити науковий інтерес для подальших досліджень.

Детально зупинимось на семантиці дієслів кожної виокремленої мікрогрупи.

Дієслова повідомлення та передачі інформації. До цієї мікрогрупи відносимо ВДМ зі спільним компонентом у семній структурі – «власне акт говоріння».

До лексем із нейтральним стилістичним забарвленням і частотним уживанням належить лексема *казати* та її видові кореляти – *говорити/сказати*: «Це неподобство – топтати білу дорогу грубими черевиками, – сказала ти і напrawdę сіла розшнуровувати взуття» [1, с. 25], «Прищепи вишню на карельську березу, – кажу з посміхом. – Дуже мені тут бракує вишневого цвіту...» [1, с. 252], «І хриплуватим голосом *говорить*: «На мене смерть глянула... Місяць тому чоловіка поховала, а позавчора син на мотоциклі з моста зірвався. Одиначок мій» [1, с. 224]. Як семантичні еквіваленти використовуються дієслова *мовити/промовити* («висловлювати вголос свої думки; говорити, казати» [7, IV, с. 769] (римськими цифрами позначаємо номеру тому «Словника української мови»)), *розповідати* («повідомляти усно щось про кого-, що-небудь; передавати словами бачене, пережите і т. ін.; оповідати» [7, VIII, с. 772]), *повідомити* («доводити до чийого-небудь відома; сповіщати» [7, VI, с. 669]): «Так і тоді було, – з протяжною багатозначністю *мовив* Касинець. – У Празі» [1, с. 41], «Важливішого немає, – *промовив* він мертвим голосом» [1, с. 100], «Лукаво всміхаючись, покурюючи в рукав, Кундя *розповів* про доньок: «У мене три дівки. Як полум'я. А чина

так і не було. ...» [1, с. 203], «Я з похорону, – врочисто *повідомила*. – З першого свого похорону» [1, с. 244].

Семантика дієслова *говорити* розширюється за рахунок варіювання додаткових характеристик інтегрального значення, наявного в лексемах *вимовити*, *виголосити*, *приповідати*: «Він не підвівся, насупив брови і з гіркотою *вимовив*: «Є одна проблема, брате. Зараз я без готівки. Дай мені якусь роботу» [1, с. 77], «Я читаю твої статті в газетах. Вони мені подобаються. Пишеш чесно. За це тебе поважаю і хочу пригостити, – *виголосив* скоромовкою» [1, с. 76], «Йди, Мишку, йди, купи собі морозиво, – *приповідала* стара» [1, с. 116].

Функціональним еквівалентом дієслова *говорити* є стилістично забарвлена лексема *проректи*, яка надає словам автора відтінку урочистості, поетичності, узгоджується зі стилістичним колоритом художнього контексту: «Давно мені служить, – *прорік* несподівано старець, перехопивши мій уважливий взір. – До мене отцevi Ананію відслужив...» [1, с. 253]. До стилістично маркованих, переважно зі зниженим стилістичним забарвленням, належать лексеми *ляпати* (= ляпати язиком) («говорити щось недоречно, нерозумне» [7, IV, с. 580]) та *заливати* («говорити неправду, вигадувати що-небудь» [7, III, с. 183]): «Як ти підеш на випускні іспити? – перше, що я *ляпнула*, оглушена новою» [1, с. 71], «Я просто ошелешений, – млосно *заливав* я, а пальці вже ковзнули на її живіт, нижче, нижче...» [1, с. 103].

Значну частину дієслів повідомлення та передачі інформації складають ВДМ із семантикою «спосіб здійснення акту говоріння». За допомогою таких ВДМ автор актуалізує низку аспектів, пов'язаних з індивідуальною манерою мовлення персонажів. Серед них можна виокремити:

а) дієслова із семантичним конституентом гучності: *шепотіти/шептати/прошепотіти* («говорити, вимовляти щось дуже тихо, пошепки» [7, XI, с. 441]), *промимрити* («говорити тихо, невиразно; бурмотіти» [7, IV, с. 709]): «А він *шепотів* із заплещеними очима: «Це нічого. Так треба... <> Вона для тебе...» [1, с. 104], «Та ні, дякую. Я не п'ю, – *промимрив* я» [1, с. 76];

б) дієслова із семантичним конституентом темпу мовлення: *торохкотіти/заторохкотіти* («заговорити дуже швидко, скоромовкою» [7, III, с. 357]): «То ви Андрія нашого провідували, – *торохкотіла* господиня» [1, с. 145];

в) дієслова із семантичним конституентом артикуляційних особливостей мовлення: *гугнявити, гугніти/прогугніти* («говорити, співати нерозбірливо, у ніс» [7, II, с. 188]): «Ні-ні, не продам, – *гугнявив* він розсіченою губою і гладив Лескова тремкими покрученими пальцями» [1, с. 47], «Скинув єдвабну тибетейку, що так «кусалася» з кожухом, і сумовито *прогугнів*: «Вам привіт з Магадану, хазяюшко» [1, с. 167]);

г) дієслова із семантичним конституентом емоційності: *бурчати/буркнути/відбуркнути* («докучливо висловлювати своє невдоволення чим-небудь, дорікати комусь» [7, I, с. 262]), *жалітися/пожалітися* («висловлювати невдоволення ким-, чим-небудь; скаржитися» [7, II, с. 504]), *лепетати* («говорити невиразно, невпевнено, з трудом підшукуючи слова» [7, IV, с. 477]), *перекривити* («копіювати чийсь міміку, рухи, манеру говорити і т. ін.; піддражнювати, підсміюватись, показуючи своє негативне, насмішкувате ставлення; передражнювати» [7, VI, с. 206]): «Ти що, роботи голоден, – *буркнув* мій наставник» [1, с. 41], «Мало приніс Миколай, – *пожалівся* я тітці Анні» [1, с. 246], «І крізь сльози *лепече* скоромовкою: «Ваську, я скоро вернуся і ми будемо бавитися. Злізеш? Правда, злізеш?..» [1, с. 212], «Бояться, – *перекривив* водій. – Не хочуть» [1, с. 156].

Дієслова мовленнєвого спілкування та обміну інформацією. До цієї мікрогрупи ВДМ відносимо ті, які характеризують різні аспекти комунікативного процесу, зокрема:

а) дієслова із семантичним конституентом мовленнєвого обміну інформацією: з погляду адресанта – *питати/запитати/спитати* («звертатися до кого-небудь з запитанням, бажаючи дізнатися про щось, з'ясувати що-небудь; ставити питання» [7, VI, с. 367]) та їхні семантичні еквіваленти, які виражають інтенсивність вияву дії, – *допитуватися* («Настійливо розпитуючи, вивідувати щось, дізнаватися про що-небудь» [7, II, с. 371]), *перепитувати* («дуже цікавитися чим-небудь, дізнаватися про когось» [7, VI, с. 249]): «Хто це? – пошепки *спитала* вона» [1, с. 28], «І що як? – вкрадливо поглядаючи, *допитувалася* подруга» [1, с. 28], «Що-що? – *перепитала* дружина» [1, с. 111]; з погляду адресата – *відповідати* («давати комусь відповідь на питання, звертання тощо» [7, I, с. 620]), *шепотіти* (у значенні «передавати чутки, поговори, розмови» [7, XI, с. 441]): «Не верзи дурниць, – *відповів* примирливо» [1, с. 142], «Такий чоловік і на смолавій сироті

помішався, – *шепотіли* по коридорах і по вулицях» [1, с. 51]. Лексему *озватися* автор використовує у двох значеннях: «відповідати на звертання, поклик і т. ін.; відзиватися, відгукуватися» [7, V, с. 498] та «звертатися до кого-небудь з розмовою, запитанням і т. ін.» [7, V, с. 498]: «Та що там, – по-дорослому *озвався* хлопчик. – У нас повен колодязь» [1, с. 24], «Пива хочеш? – *озвався* водій» [1, с. 157];

б) дієслова із семантичним конституентом реакції на певний комунікативний стимул: *заперечити* («Не погоджуватися з ким-, чим-небудь у чомусь, висловлювати протилежну думку або доказ проти чогось» [7, III, с. 250]), *згодитися/згоджуватися* («давати згоду» [7, III, с. 517]), *ствердити* («упевнено висловлювати щонебудь, запевняти в чомусь» [7, IX, с. 673]), *підтвердити* («визнавати, засвідчувати правильність, достовірність, істинність чого-небудь» [7, VI, с. 513]), *виправдовуватися* («доводити свою правоту, невинність» [7, I, с. 459]): «Добре, – *згодився* я» [1, с. 53], «Безсоромне, бо в ньому немає нічого сороміцького – чи то *ствердила*, чи то запитала вона» [1, с. 103], «Ходить, – *підтвердив* учитель. – Але ти не думай чогось такого» [1, с. 214], «Ну... Лев Толстой теж, приміром, не визнавав балет, – кволю *виправдовувався* я» [1, с. 92];

в) дієслова із семантичним конституентом додаткових комунікативних дій: *повторити* («говорити, писати і т. ін. знову, ще раз те ж саме» [7, VI, с. 697]), «проказувати слідом за ким-небудь» [7, VI, с. 697]), *перепитати* («просити кого-небудь повторити щось сказане» [7, VI, с. 249]), «відповідаючи кому-небудь, розмовляючи з кимсь, повторювати поставлене запитання, висловлену думку і т. ін.» [7, VI, с. 249]), *поцікавитися* («виявити цікавість, інтерес, увагу до кого-, чого-небудь» [7, VII, с. 460]), *додати* («говорити або писати на додаток до вже сказаного чи написаного; доповнювати» [7, II, с. 343]), *підказати* («додавати щонебудь до сказаного кимось, кінчати чийсь вислів» [7, VI, с. 432]): «Модільяні, – *повторив* я, поволі набуваючи форми, напинаючи м'язи холодного ловця-спокуителя. – Вам подобається?» [1, с. 102], «Вибирав... – протяжно *повторив* той. – Хтозна, чи я вибирав, чи мене вибирали...» [1, с. 163], «Ніколи? – сердито *перепитав* дідо. – Шукайте інше село» [1, с. 258], «Але про всяк випадок *перепитав*: «Ти справді готовий до цієї комедії? Це настільки важливо для тебе?» [1, с. 100], «А мадам? Вона ще залишається? – *поцікавився*

портє, відмічаючи щось у книзі» [1, с. 143], «Що ти збираєшся робити з грішми? – запитав батько і, не чекаючи відповіді *додав*. – Треба б нам прикупити сіна» [1, с. 189], «Їх звільняють з роботи жони начальників, – *підказав* він» [1, с. 132];

г) дієслова із семантичним конституентом встановлення контакту: *зателефонувати* («повідомити по телефону; телефонувати» [7, III, с. 344]), *звернутися на «ви»*: «*Зателефонувала* на світанку з провінційного санаторію: «Стою в тихій річці, а риби покусують мені ноги, живіт, груди. Плаваю гола» [1, с. 235], «Я не заходив, бо ви писали, – *звернувся на «ви»*. – Боявся завадити» [1, с. 79].

Інколи в одному контексті автор поєднує кілька дієслів мовленнєвого спілкування та обміну інформації, які дають змогу точно передати нюанси ситуації мовлення та психології героїв: «Безсоромне, бо в ньому немає нічого сороміцького, – чи то *ствердила*, чи то *запитала* вона» [1, с. 103], «Що ти збираєшся робити з грішми? – *запитав* батько і, не чекаючи відповіді *додав*. – Треба б нам прикупити сіна» [1, с. 189].

Дієслова мовленнєвого впливу. До цієї мікрогрупи ВДМ належать дієслова прагматичного типу, із семантикою різного ступеня спонукання до виконання дії, регулювання адресантом діяльності співрозмовника:

а) дієслова із семантичним конституентом прохання й пропозиції: стилістично нейтральне *просити/попросити* («звертатися з проханням до кого-небудь, домогатися чогось; спонукати кого-небудь зробити, виконати щось» [7, VIII, с. 283]) та його розмовний варіант *благати* («наполегливо, невідступно, ласкаво просити» [7, I, с. 191]), стилістично нейтральне *запропонувати* («висловити кому-небудь якусь пропозицію, якість побажання з наміром залучити до чогось, запросити взяти участь у чому-небудь [7, III, с. 280]) і його семантичні еквіваленти – діалектне *раяти* («давати кому-небудь пропозицію, вказівку, як діяти в яких-небудь обставинах, допомагати добрим словом у скруті» [7, VIII, с. 429]) та розмовне *припросити* («пропонувати кому-небудь зробити щось, взяти участь у чомусь» [7, III, с. 282]): «Ти, Мишку, поплач, поплач, синку, – *просила* сусідка баба Онція» [1, с. 115], «Злізай! – наказують йому спочатку суворо, а потім лагідніше. Нарешті *благають* – не впала б дитина зі страху» [1, с. 211], «Може, почнемо щось робити?» – нерішуче *запропонував* я»

[1, с. 41], «Густенько сипте, купно, – *раяла* Литвачка» [1, . 240], «Першого ж вечора він витяг із укопаної в землю сулії темного вина і *припросив*: «Цяпнемо на душу крапельину ради познайомства. Другого дитинства – мій син» [1, с. 250];

б) дієслова із семантичним конституентом веління: *наказувати* («вимагати що-небудь» [7, V, с. 99]), *зацитькувати* («припиняти, стримувати прояв чого-небудь» [7, III, с. 396]), *шептати* («чаклуючи, промовляти наговір, приворот» [7, XI, с. 441]), *повчати* («вчити кого-небудь чогось, даючи поради, напучення, пояснюючи, показуючи; напучувати, наставляти» [7, VI, с. 698]), *напучувати* («давати комусь поради, настанови і т. ін.; навчати чого-небудь; повчати, радити» [7, V, с. 167]) та суржикове *воспитувати* (семантичний відповідник *повчати*): «Злізай! – *наказують* йому спочатку суворо, а потім лагідніше. Нарешті благають – не впала б дитина зі страху» [1, с. 211], Хворі в коридорі *зацитькували* відвідувачів: «Тихо, тітка Морія заснула...» [1, с. 9], «Пересипала насіння крізь пальці, дмухала на нього, *шептала*: «Прийми і верни... Дай зарод на рот...» [1, с. 240], «Олекса підіймав чорний, як арматура, палець і *повчав*: «Якщо чоловік приходить до чоловіка, то має щось казати» [1, с. 68], «Бурякові і розмарину, де зустрінеш їх прорість, уклонися, – *напучував* мене. – Вони подовжать і заглядять твоє вікування» [1, с. 250], «Мене єден з дачі, що був партійним начальником, теж *воспитує*: «Мож би в неділю й на службу піти, а не з козами по драчу ходити» [1, с. 204];

в) дієслова із семантичним конституентом примусу: *втрутитися* («брати активну участь у чомусь для припинення чого-небудь, протидіяння чому-небудь і т. ін.» [7, I, с. 777]), *нагадувати* («примушувати згадати про кого-, що-небудь» [7, V, с. 45]), *вичавити (слово)* («примушувати себе або кого-небудь до зовнішнього прояву чогось» [7, I, с. 536]): «Перепрошую, Олексо, – *втрутився* Гафинець, – але Мирон узяв мою онуку Василину» [1, с. 179], «А вірш? – *нагадав* він» [1, с. 34], «Я огледівся довкола, шукаючи себе, нарешті знайшов і змусив *вичавити слово*: «Моя?» [1, с. 117];

г) дієслова із семантичним конституентом емоційного впливу: *розраджувати* («висловлюючи співчуття, заспокоювати, втішати кого-небудь» [7, VIII, с. 787]), *хвалитися* («виявляти, розкривати те, що до цього часу було таємницею, невідомим; відкривати» [7, XI, с. 33]), *посмішкуватися* («підсміюватися, насміхатися з кого-, чого-небудь» [7,

VII, с. 348]): «Дідо *розраджусь*: «Причекай мало, ще не змоглися ми тобі на топанки» [1, с. 256], «Може, ще й монастир побудуємо, – мрійно усміхаючись, *хвалиться* він» [1, с. 233], «Вік мій, – *посмішувався* старець, – ще молоденький, як на наш рід» [1, с. 250];

г) дієслова із семантичним конституентом спонукання до дії: *приохочувати* («викликати бажання зробити, здійснити що-небудь, зайнятися чимсь» [7, VII, с. 696]), *інтригувати* («збуджувати цікавість загадковістю, неясністю, таємничістю; зацікавлювати» [7, IV, с. 41]), *попереджувати* («наперед повідомляти кого-небудь про щось» [7, VII, с. 187]): «Сама причащалася нею і нас *приохочувала*: «Випий, серденько, водиці» [1, с. 254], «Нормальну ціну дам, – *інтригував* я, спостерігаючи, як важко дається йому цей ранок без похмілля» [1, с. 47], «Йшли в сутінках мовчки, лише баба раз у раз *попереджувала* його: «Буде ярочок, обережно», або «Здри, не наткнися на шипшину» [1, с. 157];

д) дієслова із семантичним конституентом аргументування: *пояснити* («розповідаючи про що-небудь, робити його ясним, зрозумілим» [7, VII, с. 496]): «Шурі, – *пояснив* я. – Вони гризуть наші шедеври, бо більше тут гризти нічого» [1, с. 102].

Як і в попередній мікрогрупі ВДМ, М. Дочинець застосовує в одному контексті поєднання кількох ВДМ, зокрема тих, які вказують на особливості здійснення мовленнєвого впливу – від категоричної вимоги до прохання: «Злізай! – *наказують* йому спочатку суворо, а потім лагідніше. Нарешті *благають* – не впала б дитина зі страху» [1, с. 211].

Висновки та перспективи досліджень. Започатковане дослідження на матеріалі збірки новел М. Дочинця «Хліб і шоколад» ДМ, які вводять у текст пряму мову, дало змогу виокремити три ЛСП з ДМ. До структурної організації ЛСП ВДМ увійшло три мікрогрупи, найчисельнішою з яких є дієслова повідомлення та передачі інформації. Найчастотнішою в цій мікрогрупі є лексема *казати/говорити/сказати*, яка має чималу кількість семантичних еквівалентів, зокрема й стилістично маркованих, які різняться відтінками значень. Окрім того, помітне прагнення автора вирізнити мовлення персонажів, акцентувати увагу читача на різноманітних аспектах їхньої індивідуальної вербалізації.

Друга за чисельністю мікрогрупа – дієслова мовленнєвого спілкування та обміну інформацією із частотним уживанням дієслів

питати/запитати/спитати, відповідати та лексем на позначення таких семантичних конститuentів, як реакція на певний комунікативний стимул, додаткові комунікативні дії, установлення контакту.

Третя мікрогрупа ВДМ – дієслова мовленнєвого впливу, які засвідчують різний ступінь вияву інтенсивності впливу суб'єкта комунікації: від тих, які виражають категоричну вимогу і примус, до тих, які виражають семантику поради, спонування, виконання дії в інтересах адресанта/адресата. Ядерними лексемами в цій мікрогрупі є *пояснити, просити/попросити*.

Наявність значної кількості одиничних лексем в усіх ЛСП ВДМ засвідчує, що в арсеналі індивідуального мовостилю М. Дочинця – чимало синонімічних одиниць, які відображають як нейтральний процес мовленнєвої діяльності, так і експресивно-оцінні значення, за допомогою яких письменник характеризує мовлення персонажів.

Перспективу подальших досліджень становить ЛСП узуально-текстових та okazіонально-текстових ДМ, а також сполучуваність ДМ з обставинними словами в межах авторської ремарки до прямої мови.

Джерела та література

1. *Дочинець М. Хліб і шоколад. Новели тонкого литва і холодної чеканки. Мукачево : Карпатська вежа. 2018. 263 с.*
2. *Надич Ю. М. Термінологічна парадигма поняття «слова автора» в сучасному мовознавстві. Наукові записки національного університету «Острозька академія». Серія : Філологічна. Острог, 2013. Вип. 36. С. 50–53.*
3. *Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія Полтава : Довкілля, 2006. 716 с.*
4. *Кубрякова Е. С. Коммуникативная лингвистика и проблемы семантики. Сб. науч. тр. МГПИИЯ им. М. Тореза. Москва, 1985. Вип. 252. С. 148.*
5. *Андреева Е. Г. Сопоставительный анализ семантических классов глаголов, вводящих прямую речь (английский и русский языки). Вестник РХГА. Санкт-Петербург, 2015. № 1. С. 362–373.*
6. *Борисович О. В. Семантичні характеристики дієслів мовлення в оглядах серіалів (на матеріалі англomовних онлайн-медіа). Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Соціальні комунікації. Київ, 2019. Т. 30 (69). № 2. Ч. 1. С. 64–67.*
7. *Словник української мови : в 11 т. – Київ : Наук. думка, 1970 – 1980. Т. I – XI.*

**Nataliia Sukhachova, PhD in Philology, Associate Professor,
Poltava University of Economics and Trade**

SCIENTIFIC CONCEPT IN DIMENSION OF CONCEPTUAL PICTURE OF THE WORLD

The article focuses on the analysis of linguistic and conceptual pictures of the world, as well as their varieties. Considerable attention is paid to scientific picture of the world and in particular, to scientific concept. The problem of differentiation between terms “scientific concept” and “scientific notion” is examined. It has been noted that scientific picture of the world is the aggregate of scientific knowledge about the world in a certain stage of human development. Scientific concept is mental and linguistic formation which is formed in the process of cognitive activity of a specialist in one or another sphere of scientific activities both on the basis of individual experience as well as the objectified in scientific works special knowledge which is used by the specialists of certain sphere of science.

Key words: conceptual picture of the world, language picture of the world, picture of the world, scientific concept, scientific picture of the world.

Introduction. In the XXth century the notion “picture of the world” has become a subject of great attention in semiotics, cognitive linguistics, neurolinguistics. The problem of “picture of the world” is of great interest for many famous national and foreign linguists [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8]. According to G. V. Kolshanskyi “picture of the world” is based on social and material environment of a person which finds its expression in spatial and time parameters [4, p. 21]. Picture of the world is integral, global image of the world, well-organized set of knowledge about objective reality created in human consciousness in the process of close interaction with an environment. Its formation in consciousness of a person is represented by conceptual picture of the world and linguistic picture of the world [4; 17]. Picture of the world is versatile; it includes the global image of the world that underlies in the human’s worldview. Thus, picture of the world is subdivided into artistic, scientific, religious, philosophical and other pictures of the world, which form conceptual picture of the world in an aggregate. Conceptual picture of the world is formed by mental images – concepts that produce conceptual sphere of the nation. Conceptual picture of the world can be represented as cognitive, because “it is the result of cognition of reality and acts as a scope of well-organized knowledge, in other words conceptosphere is a

set of concepts of the nation”. [7, p. 4]. Cognition of the world is impossible without language; as a result there is linguistic picture of the world, represented as a material embodiment of conceptual structures in the language, in other words the linguistic world image in its verbal embodiment. A concept of conceptual picture of the world is much wider than linguistic picture of the world, as not all concepts are verbalized in language.

The topicality of the study is caused by the problem of correlation between linguistic and conceptual pictures of the world which has given rise to stimulating discussions among linguists. O. S. Kubriakova considered that conceptual picture of the world is the basis for the formation of linguistic picture of the world: “picture of the world is the way how people draw the world in their imagination, the phenomenon that is more complex than a linguistic world image, i.e. the part of the conceptual world of man, which is attached to the language and has its refraction through language forms” [6, p. 142]. According to V. A. Maslova “linguistic picture of the world precedes the conceptual one and forms it because a man is able to understand the world and him/herself by means of language” [9, p. 46]. The difference between linguistic and conceptual pictures of the world is sure to exist: the conceptual picture of the world is a sphere of abstract, subjective, it is the world of ideas, concepts, knowledge and understanding of the universe, and linguistic picture of the world is verbal representation of these ideas, concepts and knowledge about the world.

The purpose of the research. The given paper is aimed at revealing peculiarities of “scientific concept” as a component of picture of the world. Therefore, the tasks of this investigation are: 1) to find out peculiarities of linguistic and conceptual pictures of the world, and also their varieties; 2) to study the problem of differentiation of terms “scientific concept” and “scientific concept”.

Main research material. Scientific picture of the world is “the aggregate of scientific knowledge about the world, produced by all sciences in a certain stage of human society development” [6, p. 9]. It is characterized by rapid development as knowledge is constantly increasing. Scientific picture of the world finds its reflection in the language of science, the core of which is the terminology, that is a set of terms correlating with a certain sphere of human activity.

It is traditionally considered that scientific language is universal, free of subjectivity and peculiarity of one or another language, from the

national culture, traditions or mentality of nation, in other words scientific picture of the world differs from linguistic picture of the world. However, some scientists consider that boundaries between scientific picture of the world and linguistic picture of the world are quite blurred [5, p. 14; 10, p. 10].

Scientific picture of the world has both common and distinctive features with other pictures of the world. Scientific picture differs from artistic picture of the world, as in the latter artistic images of the world are created by an artist on the basis of synthesis of the subjective and objective comprehension, whereas a scientist is concentrated exclusively on objective understanding. Scientific picture of the world differs from religious which more conservative. The basis of scientific picture of the world is an experiment which allows verifying the assertions, and the basis of religious is an absolute truth of assertions. Modern researches of scientific picture of the world promote the question of correlation of science and culture. Connection of science and culture is represented in the concept of scientific tradition, cultural accumulation, maintenance and transfer of scientific knowledge. Thus, scientific picture of the world is indissolubly connected with the national, cultural picture of the world.

There are different approaches and views of scientific picture of the world:

- 1) “general/single/common scientific picture of the world”, this term is interpreted as unity of evolution of the Universe and man as social and biological being;
- 2) “concrete scientific picture of the world” (“mathematical”, “informational”, “sociological” etc.);
- 3) differentiation of notions “general/common scientific picture of the world” (component of man’s worldview) and “concrete scientific picture of the world” (a set of concepts and principles of a particular field of knowledge);
- 4) “national scientific picture of the world” as a synonym of “scientific picture of the world” [5, p. 8];
- 5) “scientific (conceptual) picture of the world” [1, p. 38]
- 6) “scientific theory” – “cognition of the world, its analysis, explanation and concrete knowledge about subjects, phenomena, processes” [8, p. 3].

“Concept” is one of the main unit of cognitive linguistics. Concepts or “quanta of structured knowledge” [7, p. 21] exist in human consciousness but not in language. In cognitive linguistics concept is

defined as “an operative unit of memory, mental lexicon, conceptual system and brain language (*lingua mentalis*), of the entire picture of the world reflected in the human mind” [11, p. 91]. Concept is “a fragment of information in the mind represented by the unit of a language (beginning from a morpheme and ending up with a text) or a group of units” [12, p. 53]. This fragment is nothing but language meaning (generalized, significative), speech meaning (concrete – referential or denotative), discourse meaning (relating to participant of communication) [12, p. 53]. According to O. Kubriakova, meaning of the word is a concept “grabbed” with a language sign or quantum of knowledge which is represented by a language sign [6]. The proposition expressing an opinion that “meaning of a verbal unit is an equivalent to corresponding concept” [13, p. 2] is conventional for the most national and international schools of cognitive linguistics.

The problem of specificity in scientific picture of the world is closely related to the phenomenon of scientific concept which is yet little studied linguists for today. The study of scientific concept is conducted in order to research the essence of this term, the place of scientific concept in scientific discourse, etc. Meaning of the term is a notion which can't reflect and interpret the whole content of the concept [7, p. 18; 14, p. 40]. Linguo-conceptological approach to the studying of different terminological systems requires introduction to the cognitive terminology the term “scientific concept” which differs from the concepts of other spheres of human life. Famous philosopher and scientist S. A. Askoldov considers that concepts are divided into artistic (in the sphere of art) and scientific (in the sphere of science). He also stresses schematism, conceptual nature and logical stability of scientific concepts [15, p. 267]. Scientific concept is defined as “self-sufficient cognitive image which is created in the process of vocational training of a specialist in a certain sphere of scientific activity on the basis of individual experience as well as special objectified in science invariant knowledge which is use by the scientists of a certain field of science” [16, p. 166]. “Scientific concept is an organized in a certain way system-building or text-generating construct of interconnected scientific notions (scientific hierarchy is an obligatory fragment of a scientific concept)” [3, p. 126].

The problem of differentiation between the terms “scientific concept” and “scientific notion” requires integral and systemic analysis. Content of scientific notion is an objective reflection of the main features

of reality and its volume is a reflection of a scope of objects in human consciousness which features are fixed in the notion [17, p. 237]; content of scientific concept is objective and subjective reflection of significant as well as inessential features of cognition and its volume can increase at the expense of its content diffusing [3, p. 138]. Notions “are constructed” by professionals on basis of arrangement, objectivity, unambiguousness in order to have “common language”, and concepts “are reconstructed” to some degree of “(un)certainly” because they are outside the agreement and are the units of human consciousness realized in a particular mental act [2, p. 44].

However, scientific concept and scientific notion can have common referent, and can be represented by the same term that is a verbalizer on the linguistic level. Agreeing with V. L. Ivashchenko we believe that not every scientific concept may be universal truth, but every concept can become “the epicenter / dominant unit of semantic organization of scientific space of terminology” depending on context, situation or objective scientific studying [3, p. 125]. Consequently, scientific notion becomes scientific concept if it is basic concept of terminological system, scientific text, scientific research and so on. Scientific notion is expressed in concrete definition, and scientific concept – in comprehension and understanding of this definition. Scientific notion is “a contraction of a real subject of cognition and its features into scientific idea reflected in the definition by means of a list of its essential characteristics”, and scientific concept, by contrast, is unfolding of terminological notion into hierarchy / taxonomy of notions, that is scientific theory <...> according to integrated and differential features creating minipictures / macropictures (models) of the world [3, c.127].

Some scientists identify terms *scientific concept* and *scientific notion* [18]. Others consider *scientific notion* to be a component of *scientific concept*’s structure [19].

Structure of a concept consists of the core, the core-line zone, and the periphery, which reflects additional cognitive features and constitutes its content. But actually, the structure of scientific concept was not an object of study in Ukrainian cognitive linguistics.

Conclusions and perspectives. Thus, conceptualization in the scientific picture of the world is the process of correlation stereotyped and individual ideas, objective and subjective, rational and irrational ideas. Stereotyped, objective and rational ideas are reflected in the structure of scientific notion, but individual, subjective and irrational

ideas are represented in mental structure of scientific concept. Scientific picture of the world is a system of scientific knowledge about the world gained in the present stage of development of human society. Scientific concept is mental and language phenomenon created in the process of cognitive activity of a professional in a certain field of science on the basis of individual experience as well as the objectified in scientific works special invariant knowledge which is used by the specialists of a certain sphere of science.

The perspective research deals with the study of certain scientific pictures of the world and their main concepts.

References

1. Golubovskaya I. A. *Etnicheskiye osobennosti yazykovykh kartin mira*. Kiyev : Kiyevskiy natsionalnyy universitet im. T. G. Shevchenko, 2002. S. 38.
2. Demyankov V. Z. *Ponyatiye i kontsept v khudozhestvennoy literature i v nauchnom yazyke. Voprosy filologii*. 2001. № 1. S. 44-46.
3. Ivashchenko V. L. *Kontseptualnaya reprezentatsiya fragmentov znaniya v nauchno-khudozhestvennoy kartine mira (na materiale ukrainskoy iskusstvovedcheskoy terminologii). monografiya*. Kiyev : Izdatelskiy dom Dmitriya Burago, 2006. 328 s.
4. Kolshanskii G. V. *Obyektivnaya kartina mira v poznanii i yazyke*. Moskva : Nauka, 1990. 103 s.
5. Kornilov A. A. *Yazykovyye kartiny mira kak proizvodnyye natsionalnykh mentalitetov*. Moskva : KGU, 2011. 350 s.
6. Kubryakova E. S. *Rol slovoobrazovaniya v formirovanii yazykovoy kartiny mira. Rol chelovecheskogo faktora v yazyke. Yazyk i kartina mira*. Moskva. 1988. S. 141–172.
7. Popova Z. D. *Yazyk i natsionalnaya kartina mira*. Voronezh : Istoki, 2003. 59 s.
8. Sokolovskaya Zh. P. «Kartina mira» v znacheniyakh slov. Simferopol : Tavriya, 1993. 232 s.
9. Maslova V. A. *Kognitivnaya lingvistika: ucheb. posob*. Minsk : Tetra Sistems, 2005. 256 s.
10. Yakovleva E. S. *Fragmenty russkoy yazykovoy kartiny mira (modeli prostranstva, vremeni, vospriyatiya)*. Moskva : Gnozis, 1994. 344 s.
11. Akhmanova O. S. *Slovar lingvisticheskikh terminov*. Moskva : Sov. entsiklopediya, 1969. 608 s.
12. Zhabotinskaya S. A. *Imya kak tekst: kontseptualnaya set leksicheskim znacheniya (analiz shimeny emotsii)*. *Cognition, communication, discourse. International On-line journal – kognitsii, kommunikatsiya, diskurs. Mezhdunar. elektr. sb. nauch. trudov. Khar'kovskiy natsional'nyy universitet imeni V. Karazina*. 2013. № 6. S. 47–76.

13. Clausner T. C. *Domains and Image Schemas. Cognitive Linguistics. 1999. Vol. 10 № 1. P. 1–31.*
14. Boldyrev N. N. *Kognitivnaya semantika: kurs lektsiy po angl. filol. Tambov : Izd-vo TGU im. G. R. Derzhavina, 2001. 123 s.*
15. Askoldov S. A. *Kontsept i slovo. Russkaya slovesnost. Ot teorii slovesnosti k strukture teksta : antologiya /pod red. V. P. Neroznaka. Moskva : Academia, 1997. S. 267–279.*
16. Naumenko L. P. *Sovremennyy angloyazychnyy biznes-diskurs v kommunikativno-pragmaticheskom i kontseptualnom osveshchenii. monografiya. Kiyev : Logos, 2008. 360 s.*
17. Kondakov N. I. *Vvedeniye v logiku. Moskva : Nauka, 1967. 467 s.*
18. Stepanov A. I. *Chislo i kultura. Ratsionalnoye bessoznatelnoye v yazyke, literature, nauke, sovremennoy politike, filosofii, istorii. Moskva : Yazyki slavyanskoy kultury, 2004. 832 s.*
19. Bandurka A. N. *Kurs logiki: uchebnik. Kiyev : Litera LTD, 2002. S. 45–47.*

**Яніна Тагільцева, кандидат філологічних наук, доцент,
Полтавська державна аграрна академія**

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ТА ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕКСТІВ АНГЛОМОВНОЇ БАНЕРНОЇ РЕКЛАМИ

У статті досліджується специфіка текстів англомовної банерної реклами у контексті їх структурно-семантичної та граматичної репрезентації. Аналізуються синтаксичні конструкції, що характерні для рекламного тексту даного виду, його лексичне наповнення, значення компонентів. Визначається їх роль та рівень впливу на реципієнта.

Ключові слова: текст, банерна реклама, структура, семантика, синтаксис.

Yanina Tahiltseva. Structural, semantic and grammar peculiarities of English banner advertisement texts

The article deals with the study of English banner advertisement texts in the context of their structural, semantic and grammar representation. The kinds of syntactic constructions that are typical for the advertising text of this type, its lexical content and the meaning of the components are analyzed. Their role and degree of influence on the recipient are determined.

Key words: text, banner advertisement, structure, semantics, syntax.

Вступ. Сьогодні, під час стрімкого розвитку суспільства, товарних та ринкових відносин, надзвичайної актуальності набуває рекламна діяльність, що максимально наповнює інформаційний простір і не може не привертати увагу науковців, які мають на меті дослідити специфіку реклами з лінгвістичної точки зору. Так, Веренько М. вивчає диференційні риси рекламного тексту [1]. Дячук О. визначає методи дослідження англомовної соціальної реклами [2]. Зембицька М., Мазур Ю. досліджують стилістичні особливості англомовних рекламних слоганів [3]. Дана проблема – також у фокусі наукового інтересу зарубіжних учених (Lizhu Ni [4], Qusheng Ke, Weiwei Weng [5] та ін.).

Метою дослідження є системно проаналізувати лінгвістичні особливості текстів англомовної банерної реклами, що сприятиме більш цілісному вивченню рекламних текстів та вирішенню актуальних проблем герменевтики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Банерна реклама є одним з найпоширеніших видів реклами в мережі інтернет. На відміну від друкованої, вона характеризується надзвичайною категоричністю та нав'язливістю, оскільки її виробники залучають увесь спектр засобів впливу на користувача. Рекламний банер змінює кольори подібно до вуличної реклами, кадри подібно до реклами на телебаченні, а сучасні розробки у галузі комп'ютерних технологій дозволяють розміщувати в банері цілі рекламні звукові фільми, які з'являються незалежно від волі користувача.

Виробник реклами змушений обирати такі мовні одиниці, граматичні форми, які б допомогли переконати адресата виконати певні дії. Відомо, що високим ступенем категоричності поряд із запереченням відзначається наказовий спосіб. Імператив є основним інструментом вираження прямих наказових мовленнєвих актів у банерній рекламі. Виробники банерної реклами використовують речення, що є спонуканням, з метою подолати бар'єр, який створює користувач під час роботи в мережі інтернет, та спонукати його до певних дій.

Серед найуживаніших дієслів у імперативній формі є ті, що позначають: 1) встановлення контакту (*contact, visit, call, phone, go, join etc.*); 2) придбання (*buy, order, pay*); 3) споживання (*enjoy, try, use*); 4) пошуку та знахідки (*get, find, search*); 5) заощадження (*save, economize*), що спостерігаємо у наступному тексті: *Go to find out! Join us! Get your Search of the Ground! Find the Realtor Anywhere in the US! Save up to 80 % off!* [6].

Спонукальні речення типу наказ + обставина найчастіше вживаються у текстах банерної реклами: *Click here! Buy now! Order today! Shop now! Quote now! Apply now! Register today! Get these!* [6]. Спонукування характеризується прямим зверненням до адресата з метою викликати конкретну дію чи стан у відповідь, і для реалізації цієї мети вимагається відповідної сили вплив на співрозмовника. Ці накази виражаються за допомогою спонукальних речень.

Комунікативна мета визначає структурну економічність і одночасно об'ємну інформативну завантаженість кожного з членів спонукального речення. Спонукальні речення типу наказ + обставина + інфінітив (*Join now to find out why! Click here to team how!* [6]) містять мотиваційну частину, представлену інфінітивами *to find out, to learn*, що послаблює категоричність наказів, виражених дієсловами в імперативній формі *join, click*. Спонукальне речення *If you join now you will find out why!* [6] містить мотив, який є обставиною чи сукупністю обставин, що роблять доречним виконання дії. Висловлюючи мотив, мовець непрямо пояснює свої дії, а пояснення причин своїх дій – це один із проявів поваги до адресата та, відповідно, спосіб послаблення категоричності спонукального речення.

Слід також відзначити, що у текстах банерної реклами досить поширеними одиницями, що мають значний переконуючий вплив, є питальні речення. Використання у рекламному дискурсі риторичних запитань-висловлювань, що не вимагають відповіді й інколи називають псевдопитаннями, має на меті досягнення наказового ефекту за допомогою їхнього емоційного потенціалу та вираження наміру встановити контакт: *Not get the traffic you need? Looking for Aircraft Parts?* [7].

Питальна конструкція, представлена еліптичним загальним запитанням, має наказову силу спонукування, виконує інформативну функцію та є досить поширеною у банерній рекламі, оскільки наближає мову реклами до розмовного варіанту: *Sick of Spam? Need more hits? Want a website?* [7].

Популярним є поєднання питання та наказу. Оскільки синтаксис комп'ютерної реклами передбачає використання простих конструкцій, характерним для нього є поділ причинно-наслідкового речення із сполучником *if* на дві самостійні одиниці: питання, яке констатує проблему, та наказ, що пропонує єдиний правильний варіант її вирішення: *Selling your car? Advertise in The Grand Rapids*

Press & on Mlive [7]. Повне складнопідрядне речення має наступне оформлення: *If You are Selling Your Car, Advertise in the Grand Rapids Press & on Mlive*. Оскільки складнопідрядні речення вимагають в адресата більше зусиль для декодування, то виробники банерної реклами надають перевагу простому синтаксису, еліптичним реченням, які передбачають мінімальні перешкоди у процесі їхнього декодування, і тому використовуються для здійснення швидкого впливу на адресата. Переконаюча дія речень такого типу полягає у тому, що адресант пропонує спосіб вирішення проблеми, покращання способу життя тощо.

Слід зауважити, що альтернативні та розділові питання не використовуються при створенні рекламних текстів, оскільки вони підсвідомо передбачають вибір одного предмета з групи схожих. Рекламні тексти у формі питальних речень впливають на рішення адресата шляхом спонукання його до роздумів щодо філософії компанії та прийняття її.

Комунікативні та прагматичні особливості текстів банерної реклами передбачають використання одиниць усіх рівнів мови (синтаксичного, лексико-семантичного, морфологічного, фонологічного) для досягнення мети – впливати на погляди, думки, цінності адресата. У сфері створення іміджу рекламодавця чи пропагування товару або послуги мовний фактор є одним із найважливіших.

Мовні одиниці, що виражають оцінне значення, є засобом формування та підсилення спонукального ефекту будь-якого висловлювання. У банерній рекламі, як і в інших видах реклами, категорія оцінки передається, зокрема, через прикметниково-іменникові словосполучення: *unique jewelry, delightful gourmet, award-winning department, eternal dreams, affordable prices* [7].

Характеристика об'єкта реалізується, переважно, через використання прикметників позитивної оцінної семантики, найпоширенішим серед яких є прикметник *free*: *Free Slot, Try It! Free Tools! Free Reports, Marketing Secrets* [7].

Спостерігаємо також уживання прикметників у вищому та найвищому ступенях порівняння, серед яких найчастіше зустрічається прикметник *the best*, що, як правило, для додаткового ефекту графічно акцентується: *For the BEST Seats in the House! The BEST Online Bingo!* [6].

Як і інші види реклами, інтернет-реклама спрямована на досягнення ефекту швидкої дії, і використання розмовної лексики

надає їй якостей розмовного стилю та спрощує акт комунікації: *I'm cutie! This Ain't Your Mama's Visa! Dirt cheap prices!* [7]. Ці речення, на відміну від речень, що містять нейтральну лексику (*I'm cute!, This is not your mother's Visa!, Very cheap prices!*) є емоційно забарвленими та виконують функцію привернення уваги, оскільки будь – який прояв неординарної поведінки, у тому числі й мовного характеру, викликає інтерес.

Характеристика об'єкта реклами відбувається й через залучення іменників «виняткової» семантики: *Vacation in Earthly Paradise! Forbidden Pleasures! Wichita Luxury!* [8, с. 51]. Як правило, такі мовні одиниці використовуються при рекламуванні курортів, готелів та інших об'єктів, що асоціюються в адресата з розкішшю і багатством. Вербальний текст підсилюється невербально, додаються графічні зображення тропічної рослинності, заходу сонця над океаном тощо.

Оскільки банерна реклама існує завдяки комп'ютерним технологіям, а значний відсоток користувачів мережі інтернет цікавиться цією сферою, вважаємо за необхідне виділити й технічну банерну рекламу, у якій переконання здійснюється через залучення цифр: *1250 MB Space, 40 GB Transfer, 24/7 Tech Support, How does AMD's new 64 bit * 86 processor work?* [7]. Зазначені приклади свідчать про орієнтацію рекламодавця на адресата-фахівця, що володіє інформацією, необхідною для декодування повідомлення.

Цифрова інтенсифікація повідомлення є поширеним явищем не лише у технічній банерній рекламі, вона використовується також у банерах казино, банків та інших установ, що асоціюються у користувача з фінансовою діяльністю: *Personal Loan at 8,9 % APR. 1000 Homes for Sale. Over 1,000 000 Games since 1998!* [7].

Використання нумеральних знаків сприяє досягненню ефекту переконання, адже доведено, що «сила мови чисел» пояснюється тим, що вона здається максимально достовірною, вона не може брехати... Сила переконання чисел величезна» [9, с. 109–110, 112].

Використання у рекламі прийменників *since, for... years* створює ефект наближення до рекламованого об'єкта та, водночас, передбачає надійність і стабільність: *Manufacturer's representative for 20 companies for 25 years. Government & Law Enforcement-Specialists Since 1945* [7]. Поєднання цих прийменників з елементами, що мають нумеральну семантику часто допомагає створенню позитивного образу об'єкта, що рекламується.

Назви островів, країн, міст також є популярними у текстах банерної реклами. Рекламне гасло *Here comes China!* [7] зустрічається у банері компанії, що займається просуванням товарів на ринку Китаю. Банер військового підрозділу, що дислокується в Сьєрра-Леоне, містить стислий рекламний текст: *Sierra Bravo Squad* [7]. Компанія, яка займається нерухомістю та розташована у Новій Зеландії, обрала рекламне гасло *New Zealand Property Finance* [7]. На відміну від реклами неелектронних ЗМІ використання топонімів у банерній рекламі виконує функцію конкретизації. Як бачимо, прислівники місця і часу акцентують, виділяють об'єкт реклами і таким чином сприяють запам'ятовуванню.

Характерним для рекламного тексту, і тексту банерної реклами зокрема, є повторення на різних рівнях: лексичному, синтаксичному, морфемному, фонетичному. Лексичне повторення дозволяє утримувати увагу на предметі аргументації, виділяє, акцентує елементи рекламного тексту, що мають основне змістове навантаження, таким чином фіксуючи в пам'яті реципієнта певну ознаку об'єкта, що рекламується [10, с. 8].

\$ 1000 Coveralls Hourly!

\$ 5000 Coveralls Nightly!

\$ 10000 Coveralls Randomly! (текст реклами онлайн гри «Bingo») [6].

Також спостерігаємо повтор на морфологічному рівні (*hourly, nightly, randomly*) та повтор синтаксичний. Використання різнорівневих повторів сприяє досягненню ефекту переконання. Додатковий підсилюючий ефект надає цифрова інтенсифікація рекламного тексту. У тексті *Request it. Register it. Renew it.* [6], крім лексичного повтору особового займенника *it*, спостерігаємо повтор морфологічний та синтаксичний. Побудова рекламного тексту з використанням синтаксичного повтору полегшує процес декодування інформації. Оскільки адресату не потрібно докладати зусиль для обробки багатьох синтаксичних структур, а лише однієї, то зусилля витрачаються виключно на декодування лексичної інформації, вираженої лексемами позитивної оцінної семантики, як-то: *it's easy, it's effective, it's free* [6].

У банері, що рекламує кредитні картки Visa, використано повтор заперечної частки *no*, що знаходиться в ініціальній позиції, яку разом з фінальною вважають сильними позиціями речення, оскільки значимість початкової синтаксичної позиції в питанні аргументації

зростає за рахунок заперечення: *No Intro Rate. No tricks. No Variable Rate* [7]. Використовуючи повтор негативної частки у рекламному тексті, адресант описує переваги користування кредитною картою, переконує адресата обрати саме її.

Якщо лексичний, синтаксичний, морфологічний повтори апелюють прямо чи опосередковано до розуму адресата, то повтор на фонетичному рівні спрямований на створення певного настрою, тобто на емоції адресата. Такий фонетичний повтор спостерігаємо у тексті банера, що рекламує віртуальний аукціон: *Great Gifts Give Hope* [7], адресант обрав рекламне гасло, домінуючою фонемою якого є ініціальна фонема основного за функцією акцентування іменника *Gifts*.

Висновки та перспективи досліджень. Таким чином, для досягнення ефекту переконання виробники банерної реклами віддають перевагу спрощеним синтаксичним структурам, що є причиною ускладнення семантичних функцій одиниць, які складають цю структуру. На відміну від реклами неелектронних ЗМІ, у рекламних текстах якої намагаються уникати сильних за своєю категоричністю прямих наказів, у банерній рекламі найбільш поширеними реченнями прагматичного типу є саме накази. Використання імперативної форми дієслова для вираження спонукання має надзвичайно категоричний відтінок і викликає негативну реакцію та несприйняття банерної реклами адресатом. Вибір питальної конструкції передбачає зменшення категоричності, притаманної прямому наказу, що сприяє досягненню ефекту спонукання адресата до певної дії.

Серед мовних одиниць, що характеризують об'єкт рекламування, найпопулярнішими у банерній рекламі є прикметники та іменники позитивної оцінної семантики.

Тексти англomовної банерної реклами також відзначаються повторами, що спостерігаються на лексичному, синтаксичному, морфемному, фонетичному рівнях, симбіоз яких допомагає досягти максимального ефекту переконання адресата, надає тексту позитивного звучання і сприйняття.

На наш погляд, дослідження рекламних текстів є доволі перспективним напрямом сучасної лінгвістики, вивчення їх мовних особливостей дозволить заповнити лакуни в лексикології англійської мови, герменевтиці, психолінгвістиці.

Джерела та література

1. Веренько М. М. Рекламний текст в англомовній картині світу. К., 2012. 315 с.
2. Дячук О. В. Методи дослідження англомовної соціальної реклами // Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»: науковий журнал. Острог : Вид-во НаУОА, жовтень 2019. Вип. 7 (75). С. 52 – 55.
3. Zembytska M., Mazur Yu. Stylistic features of English advertising slogans // Львівський філологічний часопис. №4. 2018. С. 39 – 43. Режим доступу: <https://journal.ldubgd.edu.ua/> (дата звернення: 03.04.2020).
4. Lizhu Ni Research on the Linguistic Features of English Advertisements Режим доступу: <https://www.atlantis-press.com/proceedings> (дата звернення: 03.04.2020).
5. Qusheng Ke, Weiwei Weng The Adjective Frequency in Advertising English Slogans Режим доступу: www.academypublication.com (дата звернення: 03.04.2020).
6. Banner ads. URL: <https://blog.bannerflow.com/best-banner-ads/> (дата звернення: 03.04.2020).
7. Banner advertising. URL: https://www.alibaba.com/premium/Banner_Advertising/ (дата звернення: 03.04.2020).
8. Белова А. Д. Лингвистические аспекты аргументации. К., 1997. 96 с.
9. Кара-Мурза С. П. Манипуляция сознанием. К., 2003. 135 с.
10. Мальцева О. В. Разноуровневый повтор в англоязычных рекламных текстах (структура и функционирование) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04. К., 1991. 20с.

РОЗДІЛ 2. ДІАЛОГ НАЦІОНАЛЬНИХ КУЛЬТУР: ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ, ЛІНГВОКОГНІТИВНИЙ ТА ЕТНОЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТИ

Olena Balatska, PhD, Associate Professor,
National University «Yuri Kondratyuk Potava Polytechnic»

PECULIARITIES OF HEDGING IN CRITICAL REMARKS IN ENGLISH RESEARCH ARTICLES IN SOCIOLOGY

The article analyzes peculiarities of using hedges in criticism in English research article in Sociology, which is one of the types of the research article – the most important genre of the English-language scientific discourse. The article studies types of hedges which are generally used in critical remarks in English research articles in Sociology and presents quantitative analysis of using hedges belonging to each of the types. It has also been demonstrated that the vast majority of critical remarks in English research articles in Sociology are hedged.

Key words: English-language scientific discourse, genre, research article in Sociology, critical remark, hedges.

Introduction. Due to the fact that science plays a vital role in the life of present-day society, great attention has been paid by the scholars to the study of various aspects of the English-language scientific discourse, in particular its genres [1; 2]. Research article, which is believed to be the gargantuan genre of scientific discourse [2, p. 95] has such an important component as criticism [3 – 6], that is verbalized in English research article as a critical remark(s).

In addition to other aspects of criticism, hedges in critical remarks of English research articles has also been discussed to a certain degree [6; 7]. Nevertheless, peculiarities of using hedges in English research articles in various academic disciplines, videlicet in Sociology, haven't been studied enough.

The purpose of the research is to study peculiarities of using hedges in criticism in English research articles in Sociology.

Main body. In this paper, I view criticism as a negative evaluation judgement, a discursive phenomenon, that is a scientist's mental activity

and its verbal realization based on the corresponding fragment of knowledge and meant to reach the strategic aim, which is to expose and to eliminate the shortcomings of research activities [8, p. 1].

Although criticism can be considered to be an obligatory component of the modern English research article, the results of the previous studies clearly demonstrate that scholars tend to avoid strong criticism in their papers [9; 10], using moderate or weak criticism instead. Using strong criticism may make those authors the objects of harsh criticism in the future thus affecting in a bad way their scientific reputation or the scientific institutions for which they work [5, p. 76–77].

Therefore, when writing research articles, modern scholars usually mitigate their critical remarks. One of the ways of achieving the latter is to hedge a critical remark, that is to use a hedge(s) that help the author to reduce their responsibility for the critical remark(s), to demonstrate “socially expected doubt, hesitation, indirectness and politeness” [11, p. 148].

For the purpose of this study, I used classification of hedges developed by Salager-Meyer [6, p. 7], which I supplemented with several types of hedges described by Hyland [12] and Yarkho [13, p. 91].

Our research has shown that authors of English research articles in Sociology generally hedge their critical remarks with the following types of hedges:

– modal verbs expressing possibility (29,02 % of all the hedges), e.g.:

(1) *It is acknowledged here that limitations of this inquiry **may** include the small, exploratory sample, and as such its limited generalizability, and the limited data collected regarding the characteristics of the participants that **may** have limited the richness of the analysis.*

– approximators (adverbs of quantity; adverbs of frequency; adverbs of degree; adverbs of time; verbs expressing imprecision, vagueness, and variability) (23,74 % of all the hedges), e.g.:

(2) *Lingering educational inequalities and destructive ideologies, such as racism, are **often** "taboo" topics and are **usually** silenced.*

– passive voice (22,98 % of all the hedges), e.g.:

(3) *Research limitations need to **be acknowledged**. The data utilized for the current analysis was cross-sectional data and limits our ability to examine directionality of drug misuse. The sample **was drawn** from a single state, thus limiting its generalizability. In addition, no survey data*

is available for students who were absent the day the survey **was administered**.

– impersonal constructions (15,04 % of all the hedges), e.g.:

(4) *However, **it is** difficult to discern whether our participants' fathers would have been more likely to preserve their children's bedrooms if they had a greater proportion of custody.*

– possibility / probability adverbs and adjectives (12,75 % of all the hedges):

(5) *The number of field hours required within a practicum placement has not been explored on a national level, **perhaps** in part because CSWE sets a minimum standard of 900 hours.*

– semi-auxiliaries (6,74 % of all the hedges), e.g.:

(6) *Empathy research in an Australian cross-cultural context **appears** to be almost non-existent.*

– time deictics (2,04 % of all the hedges), e.g.:

(7) ***To date**, research examining partnership transition / instability has focused primarily on child outcomes or maternal parenting. <...> This study begins to fill in some of these knowledge gaps by focusing on rural, low-income mothers' experiences of and explanations for multiple partnership transitions.*

– expressions showing the authors' personal doubt and direct involvement (1,95 % of all the hedges), e.g.:

(8) *While I do not mean to minimize the trauma of the storm for residents of the city, **I believe** the concentration on the effects of the hurricane and the response to it overlooks the long-term demographic trends affecting the city and that this contributes to unrealistic goals and expectations.*

Furthermore, it was found that only 13.74 % of all the critical remarks are not hedged in English research articles in Sociology, e.g.:

(9) **PRESENT STUDY**

<...> Given its methodological limitations, such as the lack of comparison group and absence of random assignment of participants, the present study did not allow a thorough mediation analysis, such as the one suggested by MacKinnon, Fairchild, & Fritz (2007).

(10) *However even the statistical significance of this particular finding was not strong.*

On the other hand, the analysis have demonstrated that hedges are used in most critical remarks in English research articles in Sociology (86.25% of all the research articles in Sociology).

In addition, authors of the research articles in Sociology can hedge their critical remarks with different types of hedges at the same time (49.51 % of all the critical remarks):

(11) *Further, **it is possible** that research **to date** has inappropriately specified the relationship between OTC and other drug misuse.*

CR 11 is hedged with impersonal construction (*it is possible*) with a possibility / probability adjective (*possible*), and time deictics (*to date*).

(12) **Limitations**

*Despite being able to interview nine individuals who had been on outpatient commitment, a number of individuals were uninterested or unwilling to participate in this study. **It is possible** that these individuals **may** not have had positive experiences on outpatient commitment or feared that this study **would** impact their court order status in a negative way.*

The CR above is hedged with impersonal construction (*it is possible*) that contains a possibility / probability adjective (*possible*), and modal verbs expressing probability, possibility (*may, could*).

Conclusions and suggestions for further study. Summing up the results, it can be concluded that there are several types of hedges in critical remarks in English research articles in Sociology, among which the most numerous hedges are modal verbs expressing possibility, approximators, and passive voice. Impersonal constructions, possibility / probability adverbs and adjectives, as well as semi-auxiliaries are used in fewer number of critical remarks, while time deictics and expressions showing the authors' direct involvement and personal doubt and rarely used. The results have also shown that critical remarks in English research articles in Sociology are usually hedged, that is authors of English research articles tend to use one or more hedges in their critical remarks.

Future studies should study peculiarities of hedging criticism in English research articles in other academic disciplines.

References

1. Hyland K. *Academic Discourse: English In A Global Context*. Bloomsbury, 2009. 256 p.
2. Swales J. M. *Genre Analysis: English in Academic and Research Settings*. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1990. 260 p.

3. *Crossed Words: Criticism in Scholarly Writing* / Ed. Françoise Salager-Meyer, Beverly A Lewin. Peter Lang Publishing, Incorporated, 2011. 371 p.
4. Giannoni S. *Negative Evaluation in Academic Discourse. A Comparison of English and Italian Research Articles. Linguistica e Filologia.* 2005. No. 20. P. 71–99.
5. Salager-Meyer F. *From Self-Highlightedness to Self-Effacement: A Genre-Based Study of the Socio-Pragmatic Function of Criticism in Medical Discourse. LSP & Professional Communication.* 2001. Volume 1, Number 2. P. 63–84.
6. Salager-Meyer F. *Hedges and textual communicative function in medical English written discourse. English for Specific Purposes.* 1994. No. 13 (2). P.149–170.
7. Fagan A., Martin Martin P. *The use of critical speech acts in psychology and chemistry research papers. Iberica.* 2004. No. 8. P. 125–137.
8. Balatska O. L. *Dyskursywni vlastyvoli krytyky v anhlomovnij naukovej statii: avtoref. dys. ... kand. filol. nauk: spets. 10.02.04 – hermanski movy. Kharkivskij natsionalnij universytet imeni V. N. Karazina. Kharkiv, 2013. 20 s.*
9. Belcher D. *Writing critically across the curriculum. Academic writing in a second language. Essays on research and pedagogy* / Ed. by D. Belcher and G. Braine. Norwood. New Jersey: Ablex Publishing Corporation, 1995. P. 135–155.
10. Myers G. *The pragmatic of politeness in scientific articles. Applied Linguistics.* 1989. No. 10/1. P. 1–35.
11. Hinkel E. *Second Language Writers' Text: Linguistic and Rhetorical Features.* London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2002. 370 p.
12. Hyland K. *Hedging in Scientific Research Articles.* Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1998. 318 p.
13. Iarkho A. V. *Kommunikativnaia strategija neuverennosti v sovremennom angloiazychnom dialogicheskom diskurse: dis... kand. fylol. nauk: 10.02.04. Kh., 2004. 249 s.*

**Галина Бачинська, кандидат філологічних наук, доцент,
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка**

**Ірина Рябініна, кандидат філологічних наук, доцент,
Донбаський державний педагогічний університет**

НАЙМЕНУВАННЯ ТОРТІВ І ТІСТЕЧОК: ЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ

У статті проаналізовано найменування кондитерських виробів. Важливе значення при найменуванні солодоців мають фонетичні та лексико-семантичні особливості. У сучасному неймінгу значна увага приділяється милозвучності номінацій, яка досягається за допомогою алітерації, повторів, римованих компонентів та вдало підібраних лексичних одиниць.

Ключові слова: антропонімія, номінація, неймінг, алітерація, лексична одиниця.

***Halyna Bachynska, Iryna Ryabinina. Cakes and cookies names:
linguistic aspects***

The article analyzes the name of confectionery products. Phonetic and lexico-semantic features has an important role in the designation of sweets. In contemporary naming, considerable attention is paid to the delicacy of the nominations, which is achieved through alliteration, repetitions, rhyming components and well-chosen lexical units.

Key words: anthroponim, nomination, naming, alliteration, lexical unit.

Вступ. Стрімкий розвиток процесів номінації в комерційній сфері став помітним явищем сучасної дійсності. Постійне збільшення кількості найменувань товарів і необхідність в розробці нових номінацій сприяє тому, що поряд з традиційними класами онімної лексики (антропонімами та топонімами) виділяється клас комерційних імен. Саме вони сьогодні є найпоширенішими і потребують подальших досліджень.

Назва товару виступає одним з найбільш важливих комунікативних елементів у просуванні товару. Сьогодні маркетинг є невід'ємною частиною будь-якого виробництва. Здатність підприємства продавати вироблену продукцію є найбільш важливим індикатором для потенційного інвестора.

Нейминг – це процес і результат творення оригінальної назви об'єкта, тобто нейминг – це присвоєння товару комерційного імені. Основне завдання неймингу – донести до споживача ціннісні пропозиції товару за допомогою імені.

Питання творення власних назв завжди було однією з центральних тем теоретичної лінгвістики. Багато питань, пов'язані із сучасною проблематикою створення і функціонування комерційно релевантних імен, розглядалися в період розробки теорії номінації (Н. Д. Арутюнова, Л. А. Булаховський, А. В. Введенська, В. В. Виноградов, Д. Н. Ушаков, Ф. П. Філін, Н. М. Шанський, А. Д. Шмельов, Д. Н. Шмельов, Л. В. Щерба та ін.).

Лінгвістичне вивчення власне комерційних найменувань почалося порівняно недавно. У другій половині ХХ століття в радянському мовознавстві з'являється ряд досліджень комерційних номінацій як одиниці ономастичної лексики (А. В. Суперанська, Е. Ф. Тарасов, М. К. Шарашова, С. О. Шестакова та ін.).

Н. Слухай, аналізуючи лінгвістичні аспекти неймингу, зауважує, що між назвою і товаром повинен бути зв'язок. Крім того, комерційне ім'я має бути унікальним і оригінальним для того, щоб виділяти товар з ряду однорідних, підкреслювати його індивідуальність і неповторність, тим самим привертати увагу споживача [1, с. 397].

Основними функціями комерційних назв як мовних одиниць є називна, ідентифікаційна, функція індивідуалізації та атрактивна функція.

Функції ідентифікації та індивідуалізації полягають у тому, що комерційні назви позначають і відрізняють одні компанії, послуги та товари від ін. Атрактивна функція спрямована на привертання уваги до компанії чи її продукції, її роль – викликати певні позитивні емоції та асоціації. Отже, називна функція формується за допомогою інших функцій, тому назва продукту повинна бути такою, щоб викликати у покупця приємні асоціації, бути ефективною і привабливою.

Мета дослідження: охарактеризувати фонетичні та лексико-семантичні особливості найменувань торгів і тістечок. Саме ці особливості, на нашу думку, мають безпосередній вплив на споживача.

Завдяки широкому поширенню телевізійної та радіореклами, яка апелює, перш за все, до слухової аудиторії, аналіз фонетичних особливостей сучасних комерційних найменувань набуває

особливої актуальності: «Рекламисти стали звертатися до звуко-акустичного впливу на потенційного споживача» [2, с. 181]. Сучасні неймери активно використовують можливості фонетичної системи мови при утворенні комерційних назв з метою сформувати певний аудіальний образ рекламованого товару, створити конкретні уявлення про предмет і викликати «Певні почуття, які в потрібному напрямку впливають на поведінку читача і слухача» [3, с. 4].

Виклад основного матеріалу дослідження. Грамотно побудований звуковий ряд забезпечує милозвучність і сприятливу ритмічну модель найменування, а отже, легку вимову і хорошу запам'ятовуваність комерційної номінації. Так, наприклад, використання м'яких приголосних і голосних переднього ряду відзначається, перш за все, в найменуваннях тортів та тістечок, споживачами яких є діти та жінки: торти: «*Анна*», «*Банановий*», «*Біла Леді*», «*Мелодія*», «*Божевільний*», «*Деліція*», «*Королівський*»; «*Лілія*», тістечка: «*Феєрія*», «*Мрія*», «*Лимонне*», «*Євразія*». На свідомо чи несвідомо обирають сонорні звуки думку О. К. Матвєєва, «творці штучних імен літературних персонажів для імен позитивних героїв, в той час як проривні, шиплячі використовують для імен негативних» [4, с. 11].

При розробці комерційних найменувань-неологізмів, для досягнення позитивного фонетичного вигляду неймери досить активно залучають дані фоносемантичного аналізу, який дозволяє оцінити вплив звуків, складових назви, на психічний стан людини [5, с. 22]. Так, наприклад, назви тортів: «*Італійська насолода*», «*Мигдальний*», «*Мадлен*»; тістечок «*Місячне сяйво*», «*Євразія*», «*Домашнє*» повинні позитивно сприйматися споживачами, оскільки сонанти і голосні, на думку О. Ф. Журавльова, стимулюють появу позитивних асоціацій [6].

Аналіз фонетичних особливостей комерційних номінацій набуває особливої актуальності в наш час. Сучасні неймери активно використовують ресурси фонетичної системи мови для створення милозвучних і ритмічних найменувань. Акустичний вплив окремих звуків активно використовується при утворенні найменувань з чітко вираженою апеляцією до певного споживача.

Надзвичайно важливе значення при створенні комерційної номінації має вибір лексики, зумовлений необхідністю передати максимальну кількість базової маркетингової інформації мінімальною кількістю слів.

Дослідження лексичного складу комерційних найменувань кондитерських виробів продемонструвало, що на сучасному етапі наявність номінацій-омонімів в одній товарній категорії зведено до мінімуму, наприклад, торти/тістечка: *«Баунті»*, *«Феєрія»*, *«Трюфель»*, *«Божілка»*, *«Жокей»*, *«Рафаелло»*. Сьогодні виробники товарів, як правило, намагаються уникати омонімії назв навіть на рівні товарів різних категорій, оскільки це може спричинити дезорієнтацію свідомості споживача, при якій руйнується важливий зв'язок між товаром і його найменуванням. У цьому випадку до комерційного імені висувається вимога, щоб назва була одиничною» [7, с. 127].

Ю. С. Вегенер також вказує на «можливу плутанину, що виникає внаслідок омонімічних номінацій» [8]. Н. А. Стадкульська зазначає, «що часто недбайливі промисловці з метою отримати вигоду в умовах конкуренції і через дорожнечі рекламних кампаній маскують назви, вироблених ними неякісних товарів, під відомі бренди шляхом створення схожих по звуковій і / або графічній формі товарних знаків» [2, с. 269].

Більшість комерційних найменувань є образні, переносні номінації, які базуються на переосмисленні прямого значення. Аналіз сучасних комерційних найменувань дозволив виділити два основних типи переносних значень – метонімічне і метафоричне перенесення.

Метонімічне перенесення здійснюється в сучасному неймінгу на основі ряду моделей: «смак / аромат товару» (наприклад, торти: *«Апельсиновий рай»*, *«Кокосові хмаринки»*), *«Божевський торт»* ; «місце виробництва товару» (наприклад, тістечка: *«Італійська насолода»*, *«Вірменська пахлава»*); *«Краківське тістечко»*, *«Французька слойка»*, *«Буковинський горіх»*, *«Вітання з Гуцульщини»*); «склад товару» (наприклад, торти: *«Чорнослив з горіхом»*, *«З полуницею»*, *«Горіховий»*, *«З родзинками і абрикосами»*, *«Морквяно-кокосовий»*).

Метафоричне перенесення реалізується в сучасних комерційних найменуваннях за допомогою моделі «смак товару» (наприклад, тістечка: *«Смак дитинства»*, *«Горіхова насолода»*, *«Смак вишні»*).

Подібні найменування володіють високим прагматичним потенціалом, оскільки «метафора як непрямий спосіб номінації є знаряддям маніпулювання свідомістю адресатів, тому має особливу вагу в теорії реклами» [9, с. 329].

Щоб привернути увагу споживача чимось незвичайним, виразним, неймери вдаються до розробки оказіональних номінацій. Ці назви можуть характеризуватися різним ступенем прозорості внутрішньої форми. В одних випадках, вона може бути досить ясною і без проблем прочитуватися споживачем (наприклад, тістечка: *«Картопелька»*, *«Шишка»*, *«Кашитанчик»*, *«Горішок»*, *«Грибочок»*, *«Пеньочок»*). В окрему групу можна виділити номінації на позначення тортів, що вказують на позначення літературних / казкових персонажів, наприклад, торти: *«Баунті»*, *«Далматинець»*, *«Черепашка Туго»*, *«Ромео і Джульєта»*, *«Пікова дама»*. У такому вигляді номінації є досить ефективними, оскільки, крім денотативної співвіднесеності із названим товаром, вони привертають увагу адресата своєю оригінальністю.

У сучасних номінаціях фіксується також використання архаїчної лексики, за допомогою якої здійснюється стилізація комерційного найменування під старовину (наприклад, тістечка: *«Чорний граф»*, *«Золоті ворота»*, *«Наполеон»*, *«Пані Валецька»*, *«Графські руїни»*).

Аналіз лексичного складу сучасних комерційних найменувань демонструє частотне вживання запозиченої лексики, наприклад, тістечка *«Капкейк»*, *«Чізкейк»*, *«Профітролі»*, *«Баунті»*. Наявність великої кількості іноземних найменувань, написаних по-українськи, на думку М. Н. Крилової, «можна оцінити як бажання закордонних виробників більш органічно влитися в місцевий ринок, стати ближче до споживача» [10, с. 47].

У сучасних номінаціях, як правило, домінує стилістично нейтральна, загальноновживана, немаркована лексика (наприклад, тістечка: *«Бджілка»*, *«Ромашка»*, *«Барвінок»*, *«Сердечко»*). Це пояснюється основним завданням комерційного найменування – спонукати до покупки максимальну кількість потенційних споживачів. Н. А. Гусейнова називає метою таких найменувань «уніфікацію з міжнародними системами, економію мовних засобів і рекламні цілі» [11, с. 142].

Використання стилістично забарвлених слів у комерційних найменуваннях безпосередньо залежить від об'єкта іменування і адресата, для якого призначений товар. Зафіксовано невелику кількість номінацій, створених на основі лексики книжного стилю (наприклад, тістечка: *«Корал вівсьний»*, *«Південна ніч»*, *«Лимонна симфонія»*, *«Апельсиновий рай»*, *«Вишнева фантазія»*), що пов'язане з

навмисним зондуванням свідомості споживача, яке спричинене необхідністю охоплення максимально широкою аудиторії.

Як одна з ознак книжкового стилю у складі комерційних найменувань досить часто використовуються абстрактні іменники, які мають яскраві виражальні можливості. Як правило, за допомогою них створюється піднесений образ іменованого об'єкта (наприклад, торти: «Фантазія», «Три зустрічі», «Насолода», «Айсберг»).

Доцільність використання лексики з конкретним значенням (наприклад, тістечка: «Желейне», «Апельсинка», «Черешенька»; торт: «Банановий», «Вишневий») обумовлена більш швидкою емоційною реакцією споживача, оскільки вона відразу викликає в пам'яті візуальний образ предмета.

Висновки та перспективи досліджень. Лексико-семантичні утворення найменувань реалізується за допомогою підбору мовного матеріалу, який не тільки точно передає денотативну співвіднесеність з реальним товаром, а й володіє різноманітними конотативними відтінками. Використання в якості найменувань емоційно-експресивної лексики допомагає створити більш яскраві і образні номінації, що привертають увагу споживача. Комерційні найменування можуть експліцитно або асоціативно вказувати на важливі товарні властивості іменованих товарів, які можуть бути найбільш цінними з точки зору споживачів. Вибір лексики з позитивною конотацією при створенні комерційних номінацій сприяє реалізації їх емоційно-експресивної функції. Подібні лексеми, як правило, не передають інформації про іменований об'єкт, а інформують про переваги іменованого товару за допомогою апеляції до почуттів і емоцій споживачів.

Стрімкий розвиток процесів номінації в комерційній сфері став помітним поштовхом у появі комерційних імен. Сучасні комерційні найменування постійно збільшуються, що спричиняє потребу у подальшому дослідженні нових класів онімів. Перспективи дослідження вбачаються в аналізі графічних та словотвірних особливостей найменувань.

Джерела та література

1. Слухай Н. *Лингвистические аспекты нейминга. Філологічні науки: синхронічний та діахронічний аспекти*. Суми: СумДУ, 2009. С. 397–405
2. Стадильская Н. *Товарные знаки в языке и внеязыковой действительности Великобритании и США: дис. докт. филол. наук: 10.02.04 – германские языки*. Пятигорск. 2014. 367 с.

3. Домнин В. Брендинг: новые технологии в России. СПб.Питер, 2002. 352с.
4. Матвеев А. Топономастика и современность. Вопросы ономастики. Екатеринбург. Изд-во Урал. ун-та. №1. 2004. С. 7–13.
5. Бачинська Г. Фонетичні та лексико-семантичні особливості прагмонімів (на матеріалі кондитерських виробів). Наукові записки ТНПУ. Серія: Мовознавство. Тернопіль: ТНПУ ім. В.Гнатюка, 2017. Вип 1 (27) 2017. С. 22 – 27.
6. Журавлев А. Технические возможности русского языка в области предметной номинации. Способы номинации в современном русском языке. Коллект. моногр. Москва. Наука. 1982. С. 45–109.
7. Суперанская А., Подольская Н., Васильева Н. Общая терминология: Вопросы теории. Москва. ЛИБРОКОМ. 2012. 248 с.
8. Вегенер Ю. Нейминг в системе формирования и продвижения бренда. Омский научный вестник. 2012. № 1 С. 260–262.
9. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава. Довкілля-К. 2006. 726 с.
10. Крылова М. Особенности современной коммерческой номинации (на материале ТЦ «Мега», Ростов-на-Дону). Лабиринт. Журнал социально- гуманитарных исследований. № 3. 2013. С. 44–53.
11. Гусейнова Н. Роль заимствований в коммерческой номинации (на материале наименований предприятий общественного питания и сферы услуг). Филология – культурология: диалог наук : Материалы 2-й научной интернет-конференции с международным участием. Одинцово. АНОО ОГИ. 2012. С. 136–142.

**Людмила Дука, кандидат филологических наук, доцент,
Запорожский национальный университет**

ОФИЦИАЛЬНЫЕ И НЕОФИЦИАЛЬНЫЕ ВАРИАНТЫ ЛИЧНЫХ ИМЕН ДРЕВНЕЕВРЕЙСКОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ В РУССКОМ И ПОЛЬСКОМ ЯЗЫКАХ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ

В статье впервые рассматриваются русские и польские официальные и неофициальные личные имена древнееврейского происхождения, дается комплексное описание структурно-семантического и мотивационного своеобразия гипокористических, деминутивных, пейоративных и аугментативных неофициальных форм антропонимов и способы их образования в сопоставляемых культурах. Исследование показало, что

словообразовательные варианты личных имен древнееврейского происхождения в русском и польском языках пополняются новыми формами и требуют детального анализа.

Ключевые слова: антропоним, личное имя, варьирование, гипокористика, деминутив, пейоратив, аугментатив.

Liudmyla Duka. Frequent formal and informal variants of Old Hebrew personal names in Russian and Polish

The article for the first time addresses formal and informal personal names of Old Hebrew origin in Russian and Polish. It provides a comprehensive analysis of structural, semantic and motivational properties in hypocoristic, diminutive, pejorative, and augmentative informal variants of anthroponyms. The paper also examines ways of their formation in the two cultures being compared. The study has proved that word-formation processes in Polish and Russian result in growing variation of Old Hebrew personal names which require detailed analysis.

Key words: anthroponym, personal name, variation, hypocoristics, diminutive form, pejorative form, augmentative form.

Введение. Проблема соотношения русского и польского языков находится в центре внимания не только лексикологии, словообразования и грамматики, но и в области ономастики. Ономастические исследования помогают выявлять пути миграций и места былого расселения различных народов, их культурное наследие и т.п. «Имена собственные – своеобразные памятники, в которых отражается общественная история этноса, прослеживается специфика знаковой системы и динамика языковых закономерностей» [1, с. 65]. Исследование личных имен представляет огромный интерес благодаря специфическим закономерностям их передачи и сохранения. Этапами развития данного направления стали работы известных ономатологов (Суперанская А. В., Никонов В. А. и т.п.) и переводчиков (Комиссаров В. Н., Жаров Л. П. и др.). Исследованием межъязыковых параллелей занимались Дубичинский В. В., Залевская А. А., Левченко С. П., Сапожникова Л. В. и др.

Цель исследования. Целью нашей статьи является выявление изоморфных и алломорфных черт в структуре и семантике официальных и неофициальных личных имен древнееврейского происхождения в русском и польском языках, определение факторов, влияющих на их создание.

Структурно-семантическое описание неофициальных антропонимов, а также применение словообразовательно-мотивационного подхода в анализе современных сокращенных, уменьшительных, ласкательных форм личных имен, функционирующих в русском и польском сообществах, позволяют установить как общие, так и различительные черты их системного устройства, уточнить роль мотивированного антропонимического знака.

Проблема варьирования личных имен в аспекте языковой экспрессии детально и основательно разработана проф. Чабаненко В. А. [2], Телией В. Н. [3], Отиным Е. С. [4], Шаховским В. И. [5] и др. Теоретической базой исследования послужили также труды известных польских ономастологов Калета З. [6], Крейя Б. [7] и т.п.

Изложение основного материала исследования. Антропонимы древнееврейского происхождения в разных языках в основном совпадают, но имеют особенность варьироваться в разных культурах. В русском и польском языках особенность к варьированию личных имен зависит от сферы употребления, функционального назначения и т.п.

В настоящее время много древнееврейских личных имен заимствовано в славянские языки. Большинство из них потеряли свою актуальность и вышли из употребления, некоторые получили различные фонетические, орфографические и орфоэпические особенности.

Имена собственные способны функционировать в разных структурных и семантических видоизменениях при сохранении лексико-смыслового единства и относительного звукового ядра. Предпосылки вариантности заложены как в самой внутренней системе языка, так и в конкретных социально-исторических формах существования антропонимов. Мотивированность русских и польских личных имен древнееврейского происхождения дает возможность реализовать ряд идейно-образных потенциалов.

Видоизменение одной и той же формы, сохраняющее тождество морфолого-словообразовательной структуры, лексического и грамматического значения, различаются фонетически в русском и польском языках.

Проанализировав имена древнееврейского происхождения в словарях, необходимо выделить антропонимы, встречающиеся в

сопоставляемых лингвокультурах с одинаковым значением. Среди них мужские имена: *Адám*, нар. *Адáмий*, разг. *Едám* – из др.-евр. *Адам* человек, согласно легенде Бог слепил первого человека из красной глины [8, с. 107]; *Вениамйн*, разг. *Вельямйн*, *Веньямйн*, *Венеамйн*, *Винамйн*, *Виномйн*, *Минамйн*, сокр. *Вéня* – из др.-евр. *биямин* сын правой руки; в переносном смысле – любимой жены [8, с. 144]; *Давы́д*, церк. *Давид* из др.-евр. *давид* возлюбленный [8, с. 163]; *Данй́ла*, церк. *Данийл*, др.-церк. *Данй́л*, разг. *Данй́ло*, *Данй́лей*, западная форма (далее – зап.) *Даниэ́ль* – из др.-евр. *дани-эль* Бог мой судья [8, с. 164]; *Ива́н*, церк. *Иоáнн*, др.-церк. *Иоáн*, *Иб́н*, нар. *Ивантéй*, *Ива*, *Ева́н*, *Ява́н*, *Иванй́с*, разг. *Вантéй*, *Ия́н*, *Ян*, *Ива́ч*, *Ива́ш*, сокр. *Ва́ня* – из др.-евр., йоханан Бог милует [8, с. 192]; *Илья́*, церк. *Илия́*, ст. календ. *Илиá* – из др.-евр. *элияху* бог мой Яхве [8, с. 195] и др. Среди них и женские имена: *Е́ва* – из др.-евр. *хавва* жизнь, жизненная; согласно легенде, имя первой женщины на Земле [8, с. 373]; *Елиза́вета*, церк. *Елиса́вета*, *Елизвéфа*, др.-церк. *Елизавéфь*, ст. календ. *Елизавéф*, *Елисавет*, разг. *Илиса́вета*, *Лиса́вета*, *Алисáва*, *Елисáва*, *Олисáва*, *Елисáфия*, *Елисáфья*, *Лизавéта*, *Лисафéта*, *Лисáфья*, *Олисáвья*, *Лизу́нья*, сокр. *Ли́за*, *Ве́та* – из др.-евр. *эль-и-шеба* Бог мой – клятва [8, с. 376]; *Тамáра*, разг. *Томáра*, сокр. *То́ма* – из др.-евр. *тамар* финиковая пальма [8, с. 429]; *Ма́рия*, разг. *Ма́рья*, сокр. *Ма́ня*, *Ма́ша*, *Ма́ра*, *Мару́ся*, зап. *Марй́*, *Ме́ри*, *Мэ́ри* – из др.-евр. *мариам*, возможно из *мрийм* любимая, желанная; в других текстах имя писалось с помощью одних согласных; в VII в. озвучено в Библии как *Мирья́м*, в Евангелии – как *Мариам*, *Марья́м*, *Мария́*; отсюда рус. варианты имени *Мариáмна*, *Марья́ма*, *Марья́на* [8, с. 402] и др. Эти имена наиболее распространены в языках, например, имена *Адам* и *Ева* является одними из самых распространённых имен в польском обществе. В то время как в русской среде распространены имена *Иван*, *Илья* и *Тамара*.

Возможность экспрессивного эффекта заложена уже в самой природе варьирования антропонима как социального, материального, полового, личного, национального, культурного и т.п. видоизменения.

Существуют личные имена, являющиеся яркими опознавательными знаками национально-культурной специфики. Так, имя *Иван*, являясь древнееврейским по происхождению,

прошло длительный путь в системе русского языка, чтобы стать одним из самых распространенных в данной культуре, стать символом русского народа, популярным сказочным и пословичным именем. Самым распространенным именем древнееврейского происхождения в Польше является имя *Адам*.

Окраска антропонима в оценочной форме, выполняя экспрессивную функцию, может иметь самые разнообразные оттенки, от деминутива до пейоратива, может нейтрализоваться и служить средством различия субъектов. Разделение эмоций на положительные и отрицательные формирует у имен собственных стилистическую окраску.

Производные личных имен древнееврейского происхождения образуют своеобразные синонимические ряды, в системе которых нет дублетов. Каждый член синонимического ряда имен передаёт тончайший оттенок экспрессии, отличается от других эмоциональной окраской, возможностями употребления, использованием в речи разных поколений. Доминантой в синонимическом ряду в каждом конкретном случае является именование. А постольку в качестве именования в семье и коллективе нередко выступают имена разных словообразовательных типов (дома – *Анька / Anitka*, для всего коллектива – *Аня / Ania*), то в каждой микросистеме образуется свой синонимический ряд, а доминанта оказывается подвижной. Даже для одного конкретного лица, может быть две доминанты: одна – в семье, другая – в коллективе. В русской речи каждое из производных, закреплённых в качестве именования, рядом с полным именем, может стать доминантой синонимического ряда: *Анна* – *Аннушка, Анечка, Аня, Анка, Анище, Нюра* (как разновидность имени *Анна*), *Нюша, Нюрочка, Нюронька, Нюрка, Нюрище* и т.п.

Особенностью польского неофициального имени является то, что оно может полностью отличаться от официального, например, *Jerzy* – официальное имя, а *Jurek* – неофициальное.

Типичное употребление личного имени в речи несет информацию о говорящем, об его отношении к собеседнику, о намерениях, о характеристиках самой ситуации и т.п. Нетипичное употребление преследует цель прямого влияния на сознание и последующего поведения – побуждать к соответствующим действиям, изменить отношение к определенному субъекту,

сформировать мнение о носителях имени, разбудить определенные чувства и др.

Исследователи отмечают, что личные имена существуют в исходной (полной, документальной, или официально узаконенной форме) и в форме различных производных слов-имен. Образование неофициальных личных имен древнееврейского происхождения в польском и русском языках основано на одних и тех же принципах.

Употребление личных имен в неофициальной форме может интерпретироваться как проявление ласкательности (деминутив), проявление неофициальных отношений (гипокористика), проявление несимметричности отношений (взрослый / ребенок, лицо пожилого возраста / младший собеседник, мужчина / женщина); проявление пренебрежительности (пейоратив), проявление амбивалентного отношения: уважение / неуважение, возвышение / унижение (аугментатив), которые входят в разряд квалитатива.

Среди неофициальных антропонимов значительную группу составляют неофициальные оценочные деминутивные формы русских личных имен древнееврейского происхождения, образованные от основы сокращенного имени с помощью суффиксов **-ушк(а)**, **-еньк(а)**, **-ечк(а)**. Например: *Даниил – Данечка, Данюша; Иван – Ванечка, Ванюша; Анна – Анечка, Аннушка, Анюша* и т.п. Очень ласкательные, с оттенком нежности и восхищения, оценочные именн с суффиксом **-ушк(а)/-юшк(а)**, которые используются в речи о субъекте и/или при обращении к собеседнику. Такие антропонимы употребляется условно: в отношениях с родственниками и близкими, но с чужими употребление такого типа не принято. Близкие к такой же окраске имена с суффиксами **-еньк(а)**, **-оньк(а)**, но они содержат оттенок заботливости, покровительства, жалости. Эти имена употребляются только по отношению к малышам и больным: *Лизонька, Машенька* и т.п.

Деминутивные личные имена древнееврейского происхождения в польском языке образованы с помощью наращивания суффиксов и окончаний к полной или усечённой основе официального имени. Например, с помощью уменьшительно-ласкательных суффиксов: **-ек**: *Adam – Adamek, Jakub – Jakubek, Jan – Janek*, и др., **-чек/-чк(а)**: *Beniamin – Beneczek, Daniel – Daneczek, Ada – Adeczka, Anita – Aniteczka* и др. Данные суффиксы имеют ласкательный оттенок. Наиболее

продуктивным при образовании деминутивных форм является суффикс *-ek*. Деминутивные имена чаще всего используются родственниками, или могут употребляться друзьями, выражают значение теплоты, любви, заботы, дружелюбия и др. Но эти имена не могут употребляться в общении начальника/подчинённого, учителя/ученика и т.п.

Часто используются в русской речи о субъекте и при общении с ним неофициальные по употреблению, сокращенные по образованию, уважительные по окраске гипокористические формы личных имен. Такие варианты антропонимов в русском языке имеют сокращенную форму основы или полную основу вместо двухосновной формы, например, *Тамара – Тома, Семен – Сеня, Михаил – Миша* и т.п. Такой тип не имеет ни возрастных ограничений для называющих, ни относительно именуемых, кроме одного, такими именами нельзя называть лиц старше себя. При этом именовании добавляют слова *тетя, дядя, бабушка, дедушка* и др. Эта форма употребляется как в коллективе, так и в семье.

В польской лингвокультуре нет четко выделенных форм неофициальных личных имен, их образование происходит до сих пор.

Польские неофициальные имена древнееврейского происхождения образованы с помощью усечения – начальной, средней или конечной части имени, а также при наращивании суффиксов и/или окончаний к полной или усечённой форме имени.

Так, с помощью усечения образуются гипокористические неофициальные имена *Jakow – Kowa* (усечения начального *ja-*), *Beniamin – Ben* (усечение конечной части имени *-iamin*), *Anita – Ania* (усечения средней части *-t*) и др. Промежуточное место занимают гипокористические, близкие к деминутивным формам, польские личные имена древнееврейского происхождения с суффиксом *-i(o)/(a)*, которые употребляются при общении с родственниками или друзьями, часто использоваться в качестве псевдонимов писателями и поэтами. Например, *Beniamin – Beni(o), Józef – Józi(o), Daniel – Dani(o), Dawid – Dawci(o)* и др.; *Ewa – Ewci(a), Sara – Sarci(a), Tamara – Tamarci(a)* и др. Гипокористические имена чаще всего поляки используют дома или в речи с родственниками и близкими друзьями.

Среди неофициальных антропонимов следует обратить внимание и на русские пейоративные личные имена с пренебрежительно-

уменьшительным оттенком значения: *Данил – Данька, Михаил – Мишка, Миха; Мария – Машка, Лиза – Лизка* и т.п. Эти неофициальные оценочные имена образованы от основ сокращенных имен при помощи суффикса **-к(а)** и чаще всего становятся именованием. В русской речи старшего поколения они имеют нейтральную окраску при именовании младших собеседников, а в других речевых ситуациях становятся пренебрежительными, отрицательными, употребляются в отсутствии субъекта.

Все заимствованные личные имена уподобляются собственно польским именам традиционными антропонимическими формами, при этом сохраняя свою семантику. Использование неофициального личного имени выражает субъективную оценку и отношение говорящего к называемому.

Пейоративные личные имена поляки в бытовой речи употребляют редко. Пейоративные формы мужских имен в польской культуре не используются, женские имена образуются с помощью суффикса **-к(а)**: *Ada – Adk(a), Anita – Anitk(a), Ewa – Ewk(a)* и др. В польском обществе мужчина воспринимается как хранитель традиций; женщина – хранительница семейного очага, которая никогда не ущемлялась в своих начинаниях.

Крайне редко в русской бытовой речи используются аугментативные личные имена древнееврейского происхождения с увеличительно устрашающим оттенком значения. В русском языке эти неофициальные оценочные имена образуются как от полного имени, так и от усеченной основы при помощи добавления суффикса **-ищ(а)/(е)**: *Илья – Ильище, Иван – Иванище, Лиза – Лизища* и т.д.

Аугментативные формы личных имен в польской речи не употребляются.

Неофициальные имена не являются обязательными, такие имена нигде не закреплены, они возникают в разговорной речи и зависят от ситуации общения.

Гипокористические имена отражают неофициальные отношения между коммуникантами и имеют сокращенную форму, деминутивные – обладают уменьшительно-ласкательным оттенком значения, пейоративные – отражают неуважение и пренебрежение и приобретают фамильярно-дружеское значение; аугментативные – употребляются среди друзей, в основном, в качестве прозвищ и несут устрашающий оттенок значения.

Выводы и перспективы исследований. Таким образом, официальные формы русских и польских личных имен древнееврейского происхождения образуют большое количество вариантов. В повседневной речи в польской лингвокультуре чаще используют официальные формы, реже – при общении с близкими для выражения чувств используются деминутивные или гипокористические варианты личных имен. Пейоративные и аугментативные формы личных имен в польской речи почти не используются, что зависит от того, что не всегда у польских личных имен древнееврейского происхождения есть неполная форма.

В русской традиции часто используются в речи о субъекте и при общении с ним неофициальные по употреблению, сокращенные по образованию, уважительные по окраске гипокористические личные имена, имеющие сокращенную форму основы. Пейоративная форма личного имени чаще используется в речи старшего поколения, где она имеет нейтральную окраску при именовании младших собеседников, а в других речевых ситуациях становится пренебрежительным, отрицательным. Ласкательное, с оттенком нежности и восхищения, оценочное деминутивное имя используется по отношению к детям или для выражения одобрительных и более откровенных отношений. Аугментативные личные имена древнееврейского происхождения в русской среде употребляются крайне редко и только для выражения неуважительного или иронического отношения к собеседнику.

Анализ личных имен древнееврейского происхождения в русской и польской среде позволяет рассмотреть различные элементы воздействующего эфкета на собеседников, различные стороны семантической информации, а также элементы экспрессивной структуры. Словообразовательные варианты неофициальных имен в настоящее время остаются открытыми как в русском, так и в польском языках и могут пополняться новыми образовательными вариантами, поэтому требуют дальнейшего исследования в сопоставляемых лингвокультурах.

Источники и литература

1. Данилина Е. Ф. К вопросу о лексическом значении личных имен. *Лексика и словообразование русского языка. Пенза, 1972. С. 58–67.*
2. Чабаненко В.А. *Основи мовної експресії. Київ : Вища школа, 1984. 167с.*

3. Отин Е.С. Избранные работы. Донецк: Дон ГУ, 1997. 468 с.
4. Телия В.Н. и др. Человеческий фактор в языке. Языковые механизмы экспрессивности. Москва : Наука, 1991. 214 с.
5. Шаховский В.И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. Воронеж: Воронежск. гос. ун – т, 1987. 193 с.
6. Kaleta Z. Nazwisko w kulturze polskiej: *Prace slawistyczne*. Warszawa: PAN, Instytut Slawistik, 1998. 228 s.
7. Kreja B. Słowotwórstwo polskich nazwisk. *Struktury sufiksalne*. Kraków: DWN, 2001. 280 s.
8. Суперанская А.В. Словарь русских личных имен. Москва: ООО «Фирма «Издательство АСТ», 1998. 528 с.
9. Rymut K. Nazwiska Polaków. *Słownik historyczno-etymologiczny: 2 tomach*. Kraków: Wydawnictwo Instytutu Języka Polskiego, 1999. T. 1. 504 s.
10. Rymut K. Nazwiska Polaków. *Słownik historyczno-etymologiczny: w 2 tomach*. Kraków: DWN, 2001. T. 2. 772 s.

Tetyana Kozlova,
Doctor of Philological Sciences, Associate Professor,
Zaporizhzhia National University

CULTURAL VARIATION OF ORIENTATIONAL METAPHORS IN PLURICENTRIC ENGLISH

The study examines realizations of orientational metaphor in the varieties of English. The focus is on the universal character of spatial image schemas that stimulate mappings between the source domain and target domains. The findings have proved that shared concepts and similarity in their verbalizing may result in varied actualizations determined by the specificity of speakers' experience and knowledge of the environment.

Key words: conceptual metaphor, orientational metaphor, image-schema, varieties of English, pluricentric language.

Introduction. In discussion of meaning development and mechanisms of polysemy, contemporary linguistics has shifted from traditional theory of metaphor towards its cognitive interpretation. Since antiquity metaphor has been understood as a figure of speech producing rhetorical effects, or as an implied comparison based on the associated similarities between compared entities. With the publications of G. Lakoff and M. Johnson [1 – 3] scientific research has moved to

experiential approach [4] suggesting that metaphors are tools of thought arising on image-schemas [2, p. 378-460], that is, embodied preconceptual patterns grounded in human perception and experience of objects, movements, space, etc.

The aforementioned and other studies intensively discussed numerous primary conceptual metaphors which are learnt at the early age on the basis of coactivity of source and target domains in our experience [4 – 5]. Some of such confluences result in orientational (spatial) metaphors [4 – 8] and lie in the interrelations between our bodily and sociocultural experience [5; 9]. Orientational metaphors (MORE is UP, NONEXISTENCE is AWAY, LACK OF CONTROL is DOWN, etc. [2, p.276-541]) deal with spatial oppositions, such as up — down, front — back, center — periphery, in — out, deep — shallow, etc. [10, p. 14-21]. As the world radiates from the perceiving center (our body), the experience and knowledge we obtain are appraised in terms of location, direction, distance, center/periphery and organized according to image-schemas.

Although the theory of conceptual metaphor, the nature and role of image schemas, their predictability as well as recurrence in different domain matrices stimulate questions and debates, the foundational status of metaphors, and significance of mappings between our bodily experience and conceptualization is an undisputable fact.

The key findings of the research into conceptual metaphors are systematized in [11, p. 1-9; 12, p. 1-3] and used as the starting methodological points for the present study of orientational metaphors variation in pluricentric English: metaphors are abundant and non-deliberately used; they are part of native speakers' lexicon, therefore polysemy and idiomaticity are to be taken as evidence of metaphoric pervasiveness; metaphors are universal and also culturally variable; they are based on image-schemas — preconceptual gestalt and very simple structures, integrating information obtained from various modalities; the flexibility of image-schemas allows their transformations that manifest in various experiential settings.

The purpose of the research is to examine spatial metaphors verbalized by means of different varieties of English and trace cultural modifications triggered by the specificity of physical and social setting in the regions where the English language was transported.

It is *hypothesized* that shared concepts and similarity in their verbalizing may result in varied actualizations determined by the specificity of speakers' experience and knowledge of the environment.

The material was selected from authoritative English dictionaries such as [13 – 22] (12 in total). The preference given to the dictionaries on historical principles with focus on regional content [17 – 16; 19; 20] can be explained by several reasons. Firstly, they register words, expressions and particular senses in a way distinctively or predominantly, though not exclusively, regional and culture-specific in Australia, New Zealand, South Africa, Canada, the USA and the Caribbean. Secondly, they include items of systemic (not occasional) usages, of a regional origin or specific significance for local history, culture and society. Thirdly, entries are accompanied by quotations validating the definitions and illustrating the history of lexical items use. Fourthly, registered material has been carefully selected and addressed primarily to users of English varieties. The material, which comprised 285 lexical items with spatial meanings registered as separate words, word-forming (semi-affixes) and set phrase forming elements, was analyzed with the help of structural, componential and contextual methods followed by conceptual interpretation.

Main research material. The geographical dissemination of English beyond the territory of its origin, the British Isles, stimulated its transformation into a pluricentric language, i.e. a system with many centers where English has evolved in its standard and sub-standard forms. English today is a highly variable language exhibiting significant differences in regional lexicons. Such variation was caused by the urgent need to verbalize changes in speakers' environment, life-style differences, contacts with autochthonous cultures, and later formation of new cultural and linguistic identities.

Adaptation to the introduced setting required modifications in the worldview as the transported system of concepts appeared inappropriate for the new colonial experience. First immigrants varied in their social and linguistic background. In some areas, they were often far from respectable layers (Australia) or had a rural outlook (New Zealand). As migrants had to adapt to living rough, outdoor experiences, coping with novelty and hardships, tyranny of distance and isolation, they tried to invoke previously acquired (home) patterns of conceptualization, modify and reemploy them. Giving more salience to such features are wilderness, isolation and extreme remoteness, hostility and competition, endurance and modesty alongside contrast to metropolitan (British) life necessitated alternative (overseas) representations that have survived and influenced contemporary regional vocabularies: Cf.:

UP=GOOD, DOWN=BAD (BE *to be on the up and up* «to be increasingly successful», *to go downhill* «to get worse, deteriorate») vs UP=BAD, HARDSHIP (AusE *uphill* «(presenting difficulties) hard-pressed», *upter, up to* adj. «bad, hopeless, no good» — «1947 J. Clearly *You can't see round corners* 167 'How you going?' 'Upta. I've lost on every race so far.'» [19, p. 606]; AE *up a tree* «entrapped, in a fixed position»; AusE *up a gum tree* «in another place, another state of mind; 'treed', cornered, in a state of confusion; in a predicament»);

DOWN=DECREASE, DISAPPEAR (BE *to come down* «to leave a university at the end of a period of study») vs DOWN=INCREASE, APPEAR (SAfE *to come down* «to swell, to rise», coming down «flooding», *to be down* «to be in flood, to be high, to be in spate»; CarE *to come down* «(of a river) to flood or overflow its banks with rushing waters»; AusE *down* «of a watercourse: in flood»);

UP=CENTER, DOWN=PERIPHERY (BE *to go up* «to move from one place to another, to town or city from a smaller place») vs DOWN=CENTER, UP=PERIPHERY (AusE *to go (come, etc.) down* «to travel from the country to a capital city», *down the country* «towards the capital city», *down the south* «in a more southerly part of the country, frequently with reference to the urban populace of esp. Melbourne and Sydney»; AE *downtown* «the main business section of a town or city», *upcountry* «away from seaboard, the backwoods»; NZE *up the country* «away from the coast or a center of settlement», *up-country* «a district remote from town»; CnE «Only the most daring hunters would sign contracts for the 'Up Country'» (c1902 Laut *Trapper* 84) [14, p. 823]).

Many of the popular perceptions were reshaped and redresses which resulted in productive application of spatial experience, use of orientational metaphors. Consider, for example, the combination of horizontal and vertical perspectives with the domain of human behavior and actions — BACK+UP = GOOD EFFECT, SUPPORT (RETURN THE SAME IN POSITION, VALUE OR AMOUNT) — as they vary across the continuum of the English-speaking cultures: BE BACK+UP = ENCOURAGEMENT (*to back up* «to support smb by giving them money; to support an idea by providing proof or facts»), AE BACK+UP = RESERVE, SUBSTITUTE (*a backup goalie* «smb who will play in a sports team if one of the other players is injured or ill»); AusE BACK+UP = SHARING (*back up* «a second helping of food»); CarE BACK+UP = COMBINATION, MATCH (*to back up* «[Entertainment] to improvise and coordinate (a band's) instrumental, and sometimes

background vocal, accompaniment for a singer of calypso, reggae or similar folk ballad»); NZE BACK+UP = HARM, PUNISHMENT (*to back up on (smb) «to gang up on (for retaliation)»*).

It appears at first sight that these examples are random, but they illustrate the specificity and cultural significance of spatial encoding in different English-speaking cultures. It is hard, if possible at all, to ground all these alternating variations. They are obviously caused by a complex set of extralinguistic and intralinguistic factors.

One of them is the specificity of the introduced environment, speakers' adaptability and observations as in the case of CarE *to come down* «(of a river) to flood» primarily applied to a Caribbean ghaut, a valley or cleft in mountain- or hill-side, especially down which water rushes to the sea after rain, and later extended to refer to any flooding streams and rivers.

The second possible reason involves intercultural communication, contact-induced language change and speakers' strive to rely upon external sources in search of cognitively easier, hence advantageous, strategies of naming. It can be done by means of internal (from other English varieties) or external (from other contacting languages) borrowing and calquing the ready-made naming models as in AusE *up a gum tree* < AE *up a tree*, SAmE *to come down* < Afr. < Du. *die rivier kom af*).

The third explanation of metaphoric variation probably deals with the cognitive adaptability of speakers and the change of perspective from which entities are approached and cognized. The proof is found in enantiosemic shift of the UP—DOWN image schema realization in overseas varieties of English. The semantic reverse UP=CENTER > PERIPHERY, DOWN=PERIPHERY > CENTER obviously took place due to the migration and change of the reference point from 'outside' to 'inside'. That well explains why the expression *down under* is used of Australia and New Zealand by those whose point of judgement is geographically up north (in Britain), suggesting the image of the end of the world. When the judgement point moves to Australia and New Zealand, the perspective switches to 'from inside, down here', suggesting the centrality of a speaker's location. This cognitive factor is enforced by a craving for creativity and expressivity, desire to establish one's own identity and encode cultural opposition to another social group (AE *down* «center»).

Conclusions and perspectives. The findings allow to make some generalizations concerning cultural variation of spatial metaphor in

English. Orientational metaphors are integrated into language and culture tradition, they are diachronically stable and resistant to changes in social or cultural environment of speakers. Due to the flexibility of spatial image-schemas, orientational metaphors are not devoid of variance which occurs when it is needed to make source and target domains of our experience coactive. Variations lead to semantic extensions and reversals in language units with locative or directional meanings.

Further research into orientational metaphors realized by means of pluricentric languages may broaden the perspective on the scale of image-schemas flexibility and factors influencing worldview modifications.

References

1. Johnson M. *The Body in the Mind. The Bodily Basis of Meaning, Imagination, and Reason.* Chicago : Chicago University Press, 1987. 268 p.
2. Lakoff G. *Women, Fire and Dangerous Things. What Categories reveal about the Mind.* Chicago, London : The University of Chicago Press, 1987. 614 p.
3. Lakoff G., Johnson M. *Philosophy in the Flesh. The Embodied Mind and its Challenge to Western Thought.* New York : Basic Books, 1999. 640 p.
4. Johnson M., Lakoff G. *Why Cognitive Linguistics Requires Embodied Realism.* *Cognitive Linguistics.* Vol.13 (3). 2002. P. 245-263. DOI: 10.1515/cogl.2002.016
5. Zlatev J. *Situated Embodiment. Studies in the Emergence of Spatial Meaning.* Stockholm : Stockholm University, 1997. 349 p.
6. Talmy L. *How Language structures Space. Spatial Orientation: Theory, Research and Application* / ed. by H. Pick, L. Acredolo. New York : Plenum Press, 1983. P. 225-282.
7. Geeraerts D. *The semantic structure of Dutch over.* *Leuvense Bijdragen.* # 81. 1992. P. 205-230.
8. Tyler A., Evans V. *Reconsidering prepositional polysemy networks: The case of over.* *Language.* #77. 2001. P. 724-765.
9. Sinha Ch., Jensen de Lopez K. *Language, Culture and the Embodiment of Spatial Cognition.* *Cognitive Linguistics.* # 11. 2000. P. 17-41.
10. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By.* Chicago : The University of Chicago, 1980. 256 p.
11. Kövecses Z. *Extended Conceptual Metaphor Theory.* Cambridge : Cambridge University Press, 2020. 206 p.
12. Hamp B. *Image schemas in Cognitive Linguistics: Introduction. From Perception to Meaning: Image Schemas in Cognitive Linguistics* / ed. by B. Hamp. Berlin : Walter de Gruyter, 2005. P. 1-14.

13. *A Dictionary of American English on Historical Principles* / ed. by W. A. Craigie, J. R. Hulbert. London : Oxford University Press, 1960. 2552 p.
14. *A Dictionary of Canadianisms on Historical Principles* / ed. by W. S. Avis. Victoria : Gage Publishing, 1967. 927 p.
15. *A Dictionary of South African English on Historical Principles* / ed. by P. Silva et al. Oxford, etc.: Oxford University Press, 1996. 825 p.
16. *Dictionary of Caribbean English* / ed. by R. Allsopp. Oxford : Oxford University Press, 1996. 697 p.
17. *Longman Dictionary of Contemporary English*. Edinburgh : Pearson Ltd, 2007. 1949 p.
18. *Longman Dictionary of English Idioms*. Harlow, London : Longman Group Ltd, 1987. 387 p.
19. *The Concise Australian National Dictionary* / ed. by J. Hughes. Oxford, Melbourne: Oxford University Press, 1992. 662 p.
20. *The Dictionary of New Zealand English. A Dictionary of New Zealandisms on Historical Principles* / ed. by H. W. Orsman. Auckland: Oxford University Press, 1997. 965 p.
21. *The New Oxford American Dictionary* / ed. by E. J. Jewell, F. Abate. Oxford : Oxford University Press, 2001. 2023 p.
22. *The Oxford English Dictionary*. 2nd ed. on CD-ROM, version 3.1. Oxford : Oxford University Press, 2004.

**Тетяна Луньова, кандидат філологічних наук,
Полтавський національний педагогічний університет
імені В. Г. Короленка**

АКТУАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ *AUSTRALIA* / *АВСТРАЛІЯ* В ЕСЕ ПІТЕРА ФУЛЛЕРА ПРО ЖИВОПИСНУ ТВОРЧІСТЬ СІДНІ НОЛАНА: ЛІНГВОКОГНІТИВНИЙ АНАЛІЗ

У розвідці застосовано лінгвокогнітивний підхід до аналізу концептуального виміру екфразису. Об'єктом дослідження є концепт AUSTRALIA / АВСТРАЛІЯ як конституент екфразису в есе Пітера Фуллера про живописну творчість Сідні Нолана. У результаті дослідження з'ясовано, що концепт AUSTRALIA / АВСТРАЛІЯ входить до складу дескриптивного і тлумачного екфразисів завдяки актуалізації своїх складників «географічний простір» і «культурний простір».

Ключові слова: екфразис, концепт, есе про образотворче мистецтво.

Tetyana Lunyova. Actualisation of the concept AUSTRALIA in Peter Fuller's essay about Sydney Nolan's paintings: linguo-cognitive analysis

The study applies linguo-cognitive approach to analyse the conceptual dimension of ekphrasis. The object of investigation is the concept AUSTRALIA as a constituent of ekphrasis in Peter Fuller's essay about Sydney Nolan's paintings. The study results in determining that the concept AUSTRALIA in the essay functions as a constituent of both descriptive and interpretative ekphrases through the actualisation of its conceptual components «geographic space» and «cultural space».

Key words: ekphrasis, concept, essay about painting.

Вступ. Притаманні сучасній науці інтегративні процеси відповідають експансіоністському характеру антропоцентричної лінгвістики [1, с. 8], одним із виявів якого є вихід лінгвістичних досліджень у різні області гуманітарного знання [2, с. 210]. Саме таким розширенням сфери лінгвістичних студій є вивчення екфразису, котрий традиційно розглядався в межах літературознавства і мистецтвознавства. Новітній підхід до аналізу екфразису із застосуванням методики когнітивної лінгвістики [3; 4, с. 285–290] дозволяє залучити його до кола лінгвістичних об'єктів, розглядуваних у зв'язку із питанням про взаємодію лінгвального і когнітивного.

Регулярно цитована дефініція екфразису як «вербальної репрезентації візуальної репрезентації» [5] одночасно окреслює екфразис як унікальне явище взаємодії вербального та візуального, виділяючи його серед інших способів взаємодії людини зі світом та пізнання людиною світу, і відкриває простір для різних тлумачень поняття екфразису, оскільки і термін «*вербальна репрезентація*», і термін «*візуальна репрезентація*» можуть позначати цілий ряд конкретних утілень, як-от: «вербальна репрезентація» – поезія чи прозовий текст; художній твір чи публіцистичний нарис тощо; «візуальна репрезентація» – картина художника, карта, рекламний постер тощо. У нашому дослідженні ми спираємося на дефініцію екфразису як «літературного опису творів візуальних мистецтв, супроводжуваного іноді естетичною оцінкою, іноді описом окремих технічних прийомів автора твору, його манери чи стилю» [6, с. 54], тобто розглядаємо «вербальну репрезентацію» як певний цілісний літературний твір, а «візуальну репрезентацію» – як витвори образотворчого мистецтва. Беручи до уваги можливість використовувати термін *екфразис* для робіт у царині критики та історії мистецтва [7, с. 13], мистецтвознавчої критики творів живопису [8, с. 304], ми зосереджуємося на розгляді екфразису в

есе, присвячених витворам образотворчого мистецтва. Таким чином об'єкт нашого дослідження становлять екфразиси в сучасних англomовних есе про твори живопису, графіки, скульптури.

Мета дослідження. Метою цього дослідження є визначити характерні риси концепту AUSTRALIA / АВСТРАЛІЯ як конституента екфразису в есе шанованого британського мистецтвознавця Пітера Фуллера про живописну творчість відомого австралійського художника Сідні Нолана [9].

Матеріал дослідження складають контексти вербалізації концепту AUSTRALIA / АВСТРАЛІЯ, відібрані з есе методом суцільної вибірки. Зазначений концепт був ідентифікований завдяки наявності в контексті лексем *Australia* та *Australian*, а також топонімів (наприклад, *Sydney*) та антропонімів (наприклад, *Ned Kelly*), які позначають географічні об'єкти чи осіб, пов'язаних з Австралією. Для дослідження фактичного матеріалу були застосовані методи концептуально-семантичного і контекстуально-інтерпретаційного аналізу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Концепт AUSTRALIA / АВСТРАЛІЯ вербалізовано в розглядуваному есе переважно в контекстах зведеного екфразису (за О.В. Яценко [10]), тобто у таких контекстах, які надають «опис зображувальних мотивів кількох творів одного автора, школи, напрямку, які створюють у результаті ціле, певну збірну модель» [ibid.], на противагу простому екфразису, який є «описом якогось одного (як правило, атрибутованого за автором чи назвою) візуального твору або зображення» [ibid.]. При цьому концепт AUSTRALIA / АВСТРАЛІЯ входить до складу як дескриптивного, так і тлумачного екфразисів (за О.В. Яценко [op.cit.]). Наприклад, у наступному фрагменті концепт AUSTRALIA / АВСТРАЛІЯ є конституентом дескриптивного екфразису, позначаючи об'єкти, зображені на картинах: «*We had all the paintings around: the central Australian paintings, the birds, and so on.*» [9, с. 13]. У наведеному фрагменті лексема *Australian* у складі словосполучення *the central Australian paintings*, яке перебуває у семантичних та синтаксичних зв'язках зі словами *the birds*, сприяє актуалізації концепту AUSTRALIA / АВСТРАЛІЯ як особливого географічного місця (простору), зображеного на картинах. Як конституент тлумачного екфразису концепт AUSTRALIA / АВСТРАЛІЯ об'єктивовано, наприклад, у такому контексті есе: «*Recently, I had to do a painting*

for the Hall of fame in Queensland, which is a big stockmen's (rancher) thing, almost like the Sydney Opera House; so I had to do something which would really be in line with stockmen, or Australia's idea of themselves ...» [9, с. 9]. У наведеному фрагменті концепт AUSTRALIA / АВСТРАЛІЯ актуалізовано за допомогою іменника у присвійному відмінку *Australia's*. Підтримує актуалізацію цього концепту власна назва будівлі *the Hall of fame in Queensland*, до складу якої входить австралійський топонім *Queensland*. Формуванню екфрастиного контексту сприяє використання лексеми *painting*. Власне тлумачний екфразис створюється за допомогою словосполучення *Australia's idea of themselves*, у якому лексема *themselves* означає *stockmen (rancher)*, що репрезентує певні характерні уявлення, втілені в замовленій художникові картині. Таким чином, входячи до складу зведеного дескриптивного і тлумачного екфразисів, концепт AUSTRALIA / АВСТРАЛІЯ відіграє важливу роль у формуванні смислів аналізованого есе.

У контексті простого екфразису концепт AUSTRALIA / АВСТРАЛІЯ актуалізовано в розглядуваному есе один раз, а саме: «*I didn't go to a reception at the Sydney Art Gallery for him. But he saw a painting of mine there of an abandoned mine-shaft. It was just a landscape and it had sort of ochres and whites and the remains of a kind of a wind-break structure.*» [9, с. 12–13]. У наведеному фрагменті екфрастичний контекст створено за допомогою словосполучення *a painting of mine* та лексеми *landscape*; концепт AUSTRALIA / АВСТРАЛІЯ актуалізовано за допомогою власної назви *Sydney Art Gallery*, а словосполучення *an abandoned mine-shaft* уможливорює здійснення простого екфразису, називаючи один фізичний об'єкт, зображений на одній картині.

Як конститuent екфразису концепт AUSTRALIA / АВСТРАЛІЯ має актуалізованими в проаналізованому есе такі складники: «географічний простір» і «культурний простір».

Коли складник «географічний простір» актуалізується в контексті дескриптивного екфразису, він репрезентує знання й уявлення про австралійський ландшафт як зображене на картині, наприклад: «*I'd done some of the drought pictures, all the Central Australian landscapes, the ones that are in the Tate now.*» [9, с. 11]. У наведеному фрагменті лексема *pictures* актуалізує екфрастичний контекст, а словосполучення *all the Central Australian landscapes* у контексті згадки про мистецьку галерею (*the Tate*) репрезентує

візуально сприйманий аспект картини. При цьому складник «географічний простір» об'єктивується в есе у вигляді уявлень «простір, куди приїжджають з інших країн», наприклад: *«I wanted to ask you about your first meeting with Kenneth Clark when he came to Australia in 1949.»* [9, с. 12].

Коли складник «географічний простір» актуалізується в контексті тлумачного екфразису, він слугує для експлікації витоків особливого світосприйняття, відображеного в картинах Сідні Нолана, наприклад: *«But then he started to narrow down and he said, «You realize that if you leave Australia, you might never come back.» He told me that if I decided to leave, he would do everything he could in London to facilitate my way. But he said, again, «You must think very seriously about the fact that you might to come back. And you're in the middle of exploring all the birds, flowers, and wonderful things to do with this continent.»»* [9, с. 13]. У наведеному вище фрагменті есе Сідні Нолан розповідає про свою зустріч з відомим істориком мистецтва Кеннетом Кларком. Синтаксична структура *if you leave Australia, you might never come back* та словосполучення *this continent* актуалізують складник «географічний простір» концепту AUSTRALIA / АВСТРАЛІЯ, а синтаксична структура *you're in the middle of exploring all the birds, flowers, and wonderful things to do with this continent* об'єктивує уявлення про об'єкти (птахів (*the birds*), квіти (*flowers*)) та різні види діяльності (*wonderful things to do with this continent*)), питомі Австралії як континенту, які у своїй сукупності сформували світогляд художника. Синтаксична структура *You must think very seriously about the fact that you might to come back* підтримує інтерпретацію актуалізованих уявлень про австралійський простір як джерело особливого світогляду, який має унікальну цінність.

Складник «культурний простір» концепту AUSTRALIA / АВСТРАЛІЯ актуалізується в есе в контекстах тлумачного екфразису, наприклад: *«The Ned Kelly paintings are ironic in their use of national mythology: Pharlap, Don Bradman, Ned Kelly, and all the rest of the things Australians have thrown-up. I was trying to make an ironic comment on these clichés; the paintings, in themselves, in a formal sense, are ironic.»* [9, с. 11]. У наведеному фрагменті складник «культурний простір» репрезентовано словосполученням *national mythology*, яке позначає абстрактний концепт, і власними назвами, які становлять австралійські міфологізовані уявлення (*Pharlap, Don Bradman, Ned Kelly*).

Синтаксична структура *I was trying to make an ironic comment on these clichés; the paintings, in themselves, in a formal sense, are ironic* слугує для вербалізації інтерпретації власних картин Сідні Ноланом і в такий спосіб виконує функцію тлумачного екфразису.

Характерною рисою актуалізації концепту AUSTRALIA / АВСТРАЛІЯ як конституента екфразису в проаналізованому есе є його проставлення концепту EUROPE / ЄВРОПА, наприклад: «*«But when you get to Europe, you'll find that there are other kinds of birds. And there's Florence ... and there's this and there's that.» Of course, I didn't understand then that in Europe there was opera and everything else that would draw me to it. But think of what it meant meeting a man like that, fifteen miles out of Sydney, when I was twenty-eight and had been painting hard for ten years.»* [9, с. 13]. У наведеному фрагменті концепт EUROPE / ЄВРОПА, репрезентований власною назвою *Europe*, і концепт AUSTRALIA / АВСТРАЛІЯ, актуалізований за допомогою топоніма *Sydney*, протиставляються як два різні культурні простори (*there was opera and everything else that would draw me to it*). Концептуальне протиставлення АВСТРАЛІЯ :: ЄВРОПА, реалізоване в проаналізованому есе спирається на опозиції «свій :: чужий» і «близький :: далекий», котрі входять до складу базових бінарних опозицій, що структурують концептуальні системи людей [11, с. 5–6]. Наприклад, у наступному текстовому фрагменті «*I had been bread at the end of the world, but my mind was on the central experiences of Europe, you know, nature, Rimbaud, Schopenhauer, and all the rest of it.*» [9, с. 14] протиставлення АВСТРАЛІЯ :: ЄВРОПА реалізується через об'єктивацію опозиції «близький :: далекий» (*at the end of the world*).

Висновки та перспективи досліджень. Проведене дослідження дозволяє зробити висновок, що характерними рисами концепту AUSTRALIA / АВСТРАЛІЯ як конституента екфразису в есе Пітера Фуллера про Сідні Нолана є актуалізація як просторових уявлень про Австралію, сформованих на основі чуттєвого сприйняття, так і культурних уявлень, які виформувалися в результаті оперування абстрактними концептуальними одиницями. Той факт, що концепт AUSTRALIA / АВСТРАЛІЯ має різні складники, уможливив його функціонування у якості конституента як декскриптивного, так і тлумачного екфразисів.

Перспективи дослідження вбачаються в продовженні детального розгляду концептів, які слугують конституентами

екфразису в есе про образотворче мистецтво, що уможливити подальший поступ у вивченні концептуального виміру екфразису.

Джерела та література

1. Как нарисовать портрет птицы: методология когнитивно-коммуникативного анализа языка: кол. монография / Е.В. Бондаренко, А.П. Матрынюк, И.Е. Фролова, И.С. Шевченко; под. ред. И.С. Шевченко. Харьков : ХНУ имени В.Н. Каразина, 2017. 246 с.
2. Кубрякова Е.С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа). Язык и наука конца 20 века: сб. статей / под ред. акад. Ю.С. Степанова. Москва: Изд-во РГГУ. 1995. С. 144–238.
3. Vorobyova O.P. Multimodality of the Real and Virtual in Virginia Woolf's "A Simple Melody". *Cognitive and Affective Implications. Мова – Література – Мистецтво: Когнітивно-семіотичний інтерфейс: матеріали Міжнар. науков. конф. КНЛУ (25–27 вересня 2014 р.)* / відп. ред. О.П. Воробйова. Київ: Вид. центр КНЛУ, 2014. С. 17.
4. Изотова Н.П. *Ігрова стилістика сучасного англомовного художнього наративу в лінгвістичному висвітленні (на матеріалі романів Дж. М. Кутзее)*: дис. ... д-ра філол. наук: 10.02.04. Київ, 2018. 458 с.
5. Mitchell W.J.T. *Ekphrasis and the Other. Picture Theory*. Chicago: The University of Chicago Press. 1994. URL: <http://www.rc.umd.edu/editions/shelley/medusa/mitchell.html> (Accessed on 1.03.2018)
6. Генералюк Л. Екфразис і гіпотипозис: проблеми диференціації. *Слово і Час*. 2013. № 11. С. 50–61.
7. Wagner P. Introduction: Ekphrasis, Iconotexts, and Intermediality – the State(s) of Art(s). *Icons – Texts – Iconotexts: Essays on Ekphrasis and Intermediality*. / P. Wagner, ed. Berlin and New York: de Gruyter, 1996. P. 1–42.
8. Heffernan J.A.W. *Ekphrasis and Representation*. *New Literary History*. 1991. Vol. 22. No2. P. 297–316.
9. Fuller P. Sydney Nolan. *Writers on Artists*. London, New York, Delhi, Sydney, Munich, Paris, Johannesburg: DK Publishing, 2001. P. 8–15.
10. Яценко Е. В. «Любите живопись, поэты...». Экфрасис как художественно-мировоззренческая модель. *Вопросы философии*. 2011. URL: http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=427 (дата звернення: 15.09.2018)
11. Цивьян Т.В. *Лингвистические основы балканской модели мира* / Отв. ред. В.Н. Топоров. Москва: Наука, 1990. 207 с.

**Оксана Рудич, кандидат педагогічних наук, доцент,
Ніна Степаненко, кандидат філологічних наук, доцент,
Світлана Олійник, кандидат педагогічних наук, доцент,
Ольга Палеха, кандидат педагогічних наук, старший
викладач,
Юлія Стиркіна, кандидат педагогічних наук, доцент,
Полтавський національний педагогічний
університет імені В. Г. Короленка**

ІСТОРИЧНО-КУЛЬТУРНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СВЯТА «ХЕЛЛОУІН» ЯК ЧИННИК СТИМУЛЯЦІЇ ІНТЕРЕСУ ДО ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

У статті відображено методологічний потенціал використання традиційних свят у процесі вивчення англійської мови. Основна увага приділяється Хеллоуїну як одному з найпопулярніших свят, його походженню та особливостям його святкування. Автори констатують, що компетентний педагог повинен мати широкий кругозір та усвідомлювати інтереси аудиторії, аби аналізувати та систематизувати різну інформацію з історії, філософії, культури та психології, аби використовувати її під час навчання англійської мови.

Ключові слова: вивчення англійської мови, Хеллоуїн, соціокультурна компетенція, внутрішня мотивація.

***Oksana Rudych, Nina Stepanenko, Svitlana Oliynik, Olha Palekha,
Yuliia Styrkina. Historical and cultural potential of Halloween as a factor of
stimulating of interest in learning English***

The article discusses the methodological potential of using traditional holidays in the process of learning English. The main focus is on Halloween as one of the most popular holidays, its origin and peculiarities of its celebrating. The authors state, that the competent teacher should have a broad outlook and be aware of the interests of the children's audience in order to analyze, systematize different information on history, philosophy, culture and psychology to use it while English teaching.

Key words: Learning English, Halloween, social and cultural competence, internal motivation.

Вступ. Знання англійської є запорукою конкурентоспроможності спеціаліста, адже не лише значно розширює поле професійної реалізації, але і уможлиблює

використання великої кількості англомовних інформаційних джерел у ході подальшої самоосвіти і творчого розвитку.

Вивчення англійської мови в Україні розпочинається вже з першого класу, проте цей процес залишається складним і багатовимірним, вимагає великої кількості часу, наполегливої та кропіткої праці, наявності відповідної мотивації.

Коли йдеться про навчання англійської мови (особливо, на початковому етапі) орієнтації на зовнішні чинники (можливості отримання фінансової винагороди, стажування за кордоном, гранту тощо) недостатньо для максималізації ефективності навчання. Тому актуальною проблемою методики викладання іноземної мови залишається питання стимуляції внутрішніх мотиваційних чинників (інтересу до культури народу-носія мови, бажання досліджувати мову як інструмент творчості, читання та перегляд автентичного матеріалу). Багато сучасних науковців долучились до його розробки: Е. Берн, Н. Грудова, О. Дем'янчук, П. Елбоу, Ю. Килимниченко, І. Кондратюк, М. Лещенко, В. Маркова, Г. Марг'янова, Л. Панова, А. Реймз, М. Сітцева, Т. Такагакі, А. Щербо, Г. Яблонська та ін. Їхні наукові розвідки доводять, що компетентний викладач повинен мати широкий кругозір та бути обізнаним із інтересами аудиторії, аби аналізувати, систематизувати та структурувати інформацію з історії, філософії, культури та психології з метою ефективної презентації її у ході заняття. На думку вітчизняного педагога Н. Грудової: «Вивчення історії, географії, звичаїв, традицій, і, нарешті, культури даного народу, носія іноземної мови, є джерелом підвищення інтересу до вивчення предмету та потужним стимулюючим фактором процесу виховання одночасно» [1, с. 171].

Ознайомлення зі святами англомовного соціуму, окрім стимуляції уяви та інтересу до вивчення історії, має сприяти вихованню толерантності та поваги до інших культур. Серед свят англомовного соціуму (Різдво, День подарунків, Страсна п'ятниця, Другий день Пасхи, Весняний вихідний день, Офіційне свято останнього дня літа, Новий рік, Ніч Гая Фокса, День Незалежності (США), День Австралії (Австралія), День подяки (США), Хеллоуїн, День Святого Валентина, День батька, День матері, Дівалі (Австралія), День святого Георга (Британія), Фестиваль бардів (Уельс), Единбурзький фестиваль) чи не найбільш популярними та контраверсійним є Хеллоуїн.

Мета дослідження. Ми ставимо за мету дослідити історично-культурний потенціал свята Хеллоуїн та сподіваємося, що результати нашої роботи сприятимуть формуванню соціокультурної компетенції та фасилітації інтересу до вивчення англійської мови.

Виклад основного матеріалу дослідження. Витоки Хеллоуїна можна простежити від давнього кельтського фестивалю Самайн (Samhain, бог Сонця), перші згадки про який сягають 4000 р. до н. е., коли кельти жили по землях, які ми сьогодні знаємо як Британію, Ірландію та північну Францію. Кельти були землеробами, рік визначали вегетаційними сезонами, а Самайн (31 жовтня) знаменував кінець теплої пори року і межу між матеріальним та духовним світами, коли душі померлих повертаються до матеріального світу. Кельтські священики, розпалюючи вогонь за допомогою іскри, використовували колесо як уособлення руху сонця; далі від головного багаття запалювали вогнище у кожному помешканні, аби захистити людей від усього лихого. У ранніх джерелах знаходять згадку про святкування, що мало тривати три дні та три ночі: традиційно ділили зібраний урожай, вирішували, яка частина худоби переживе зиму, а яку – варто зарізати. Це свято співпадає зі святом, яке відзначали слов'яни – Велесовою ніччю. Вважали, що в цю ніч зникають кордони між світами і духи предків повертаються до своїх нащадків, аби благословити весь рід. Перед настанням темряви розводили вогонь, ходили босоніж по вугіллю. Головна традиція як Самайна, так і Велесової ночі – спілкування з покійними родичами: для них залишали частування, просили вибачення, біля столу ставили зайвий стілець, на стіл клали прибори для їжі, на підвіконня ставили свічку (вона слугувала дороговказом душам пращурів), на вівтар клали яблука та осінні квіти.

У Мексиці святкують Дні мертвих (Días de los Muertos) у День усіх святих (1 листопада) та День усіх душ (2 листопада) замість Хеллоуїна. Городяни одягаються у страшні костюми та парадують вулицями [2]. Подібний фестиваль святкують і в Китаї – Teng Chieh (ліхтарі у формі драконів та інших тварин розвішують навколо будинків і вулиць, щоб вшанувати своїх померлих близьких, а родичі залишають їжу та воду біля портретів предків) [2]. У Гонконзі святкують Юен Лан або «Фестиваль голодних привидів», під час якого розпалюють вогнища, а духам і привидам також готують частування [2].

Пізніше римляни завоювали значну частину кельтських земель (43 р. н.е.) і протягом наступних чотирьохсот років асимілювали кельтські традиції зі своїми віруваннями та святами. В цей час символом свята стає богиня врожаю та яблук Помона (сьогодні яблука відіграють важливу роль, як святкове частування традиційно готують глазуровані яблука).

Після панування римлян на теренах Британії у різний час мешкали сакські (західне узбережжя), скандинавські (південне та східне узбережжя) племена; кельти були витіснені до північної та західної окраїн Британії (до Уельсу, Шотландії, Корнуола, Камбрії та острова Мен). У наступні десятиліття в Британію приходить нова релігія – християнство (з приходом святого Августина з Риму в 597 р.н.е.). Започатковуються вже християнські фестивалі, й серед них – «День усіх святих» як день вшанування померлих, що спочатку відзначався 13 травня, але папа Григорій переніс дату на 1 листопада у VIII столітті. Таким чином він намагався асимілювати та легалізувати кельтське свято з метою зменшення суспільного опору християнізації. В цей день церква вимагала від віруючих повного утримання і смирення, аби молитви і благочестя могли захистити їх від зла.

Християнізація Європи поступово призвела до того, що усталені віками язичницькі традиції та канонічні свята було поєднано. Як писав відомий український релігієзнавець, професор А. Колодний: «Позаяк християнство, – по суті, не дало нашим предкам свого розуміння поточного життя, навколишнього природного середовища, господарської діяльності, то народ сприймав його через культ традиційних божеств, котрих поступово замінили з тими самими функціями, але вже з новими іменами християнські покровителі. У свідомості українців християнство поєднувалося з усілякими повір'ями, корені яких сягали дохристиянських, язичницьких уявлень» [3, с. 579].

Так, одне з найбільших свят Коляда (вшанування народження сонця) –перетворилось на Різдво (традиції варити багато страв, вносити в хату сніп (дідуха), кидати в стелю пшеницю і ворожити – залишилися). [4, с. 24], [5, с. 55]. Також 6 січня святкували день народження бога Осиріса (що також асоціювався з Сонцем), а 25 грудня відзначали день народження іранського бога Мітри [6, с. 995]. Традиції святкування Вербної неділі, коли віряни традиційно б'ють один одного вербовими гілочками: «Не я б'ю –

верба б'є, за тиждень Великдень, недалечко червоне яєчко!», перегукуються із культовим вшануванням дерев. В. Войтович підкреслював, що: «...у Давньому Римі... під час великих урочистостей, на які запрошували іноземців, спеціальні жерці-феціали святили вербу й, торкаючись нею шановних гостей, промовляли ритуальні слова...» [7, с. 55]. Пасха в дохристиянські часи святкувалася євреями як пам'ять про милість Божу, що повелів своєму народові позначити одвірки своїх помешкань кров'ю ягняти, аби врятувати від загибелі. Дослідник духовної культури А. Афанасьєв відзначав: «У Персії до пізнішого часу дотримувалися звичаю – в березні місяці битися червоними яйцями, ставити їх на стіл і посилати в дар своїм друзям.» [8, с. 535]. Easter (Пасха) у кельтів вшановувала родючість та присвячувалася богині Естрі (Венері / Фріді). Яйце споконвіку символізувало запліднення, а високий хліб – чоловічий початок. Стосовно дохристиянської атрибутики митрополит Іларіон (І. Огієнко) писав: «Великдень, цебто Воскресіння Христове, врочисто святкується, але до цього святкування здавна увійшли й поганські звичаї. Ще Карфагенський Собор 318-го року виступив проти непотрібного в цьому святкуванні» [9, с.2 88].

Ритуали в День всіх святих також часто асоціюються з Гаєм Фоксом (якого захопили і стратили 5 листопада за спробу підірвати Парламент у 1605 році) [10].

Зараз Хеллоуїн традиційно відзначають дитячими розвагами, такими як: надкушування яблук, що плавають у ємностях з водою, оповідання історій про привидів та вирізання обличч із гарбуза та ріпи. Зазвичай ці обличчя підсвічуються зсередини свічкою або ліхтарями. Використання гарбузів є відносно «новою» американською традицією, так само, як і ходіння по сусідах зі словами «Trick or treat» (коли господар мусить частувати гостей солодощами, аби уникнути недобрих жартів). У давнину в Ірландії бідні люди ходили від помешкання до помешкання, пропонуючи помолитись за померлих, за що отримували невелику винагороду. Існує також легенда про хитрого грішника Джека, якого не прийняли ні до пекла, ні до раю, тому він поневірявся Землею з пекельним вогнем у руках. Для того, щоб полум'я не згасло, Джек використовував гарбуз, який став згодом символом свята. Традиційним є також ворожіння: в Ірландії вірили, що опівночі у дзеркалі можна побачити обличчя свого чоловіка, шотландські

дівчата вішали мокрі простирадла перед багаттям, аби побачити образ судженого, вірили, що можна побачити відьму опівночі, якщо вдягти одяг навиворіт. Також символами цього свята є кішки, відьми та сови [11].

Сьогодні проводять змагання на самий великий гарбуз та на швидкість вирізання «ліхтаря». На Хеллоуїн зазвичай ходять в гості, хоча цей день не є державним святом навіть в англomовних країнах. Салем, Массачусетс, Анокає є самопроголошеними столицями Хеллоуїна, Бостон утримує рекорд за кількістю гарбузних ліхтарів, Хеллоуїн-парад у Нью-Йорку приваблює мільйони глядачів.

У багатьох країнах (наприклад, Франція та Австралія) це свято сприймається як небажане та надмірно комерційне.

Існують фобії, асоційовані із Хеллоуїном: фасмофобія (страх перед привидами), вікафобія (страх перед чаклунством), ніктофобія (страх темряви) та самайнофобія (страх перед цим святом).

Віднедавна молодь в Україні чекає 31 жовтня, аби побешкетувати і розважитися у процесі креативного перевтілення. Образи привидів, духів та відьом традиційно характеризуються контаверсійністю, непередбачуваністю, загадковістю, наявністю надлюдських можливостей, небезпечністю, є антигероями і викликають інтерес та бажання їх дослідити. Наразі це свято втратило своє культове значення, а перевдягання та елементи гри сприяють десакралізації згадуваних міфологічних істот.

У мережі інтернет можна знайти цілу низку цікавих методичних розробок, присвячених тематиці Хеллоуїна: плани уроків (за авторством:

Х. Дорон, Н. Нікітіної, Н. Орішич, М. Фурдиги та інших), тематичний блог на сайті «grade.ua» (контент-менеджер – Ю. Чорна.), сценарії свят (наприклад, у професійному он-лайн журналі «naurok.com.ua» за авторством О. Куширець), практичні вправи (підготовані видавництвом «ММPublications»), можна також добрати фільми: художні («Hocus Pocus», «Halloween», «Trick or treat») або документальні («History of Halloween», «The origin of Halloween», «The real story of Halloween», «Halloween: the inside story») та багато іншого.

Висновки та перспективи досліджень. Розширення уявлень студентів та учнів про витоки, специфіку святкування та можливості творчого дослідження традиційних образів позитивно

впливає на внутрішню мотивацію до вивчення англійської мови. Проведення тематичних уроків, вечірок, читань, квестів та інших позакласних заходів може бути джерелом збагачення соціокультурного компонента освіти, стимуляції креативності та уможливило інтеграцію різних дисциплін (наприклад: мови та образотворчого мистецтва, музики, фізичної культури, історії).

Сучасні технології використання як методичного та педагогічного, так і психологічного потенціалу традицій святкування Хеллоуїну в процесі вивчення англійської мають стати предметом для подальшого наукового та методичного пошуку мовознавців та педагогів.

Джерела та література

1. Грудова Н. Творчий потенціал соціокультурного компоненту процесу вивчення іноземної мови. Актуальні проблеми формування творчої особистості вчителя початкових класів: збірник матеріалів другої Всеукраїнської науково-практичної конференції (17–18 жовтня 2001 р.). Вінниця, 2001. С.124-126.
2. Ancient Samhain. URL: <https://www.history.com/topics/holidays/samhain> (дата звернення: 03.05.2020).
3. Історія релігії в Україні: навчальний посібник/А.М. Колодний, П.Л. Яроцький, Б.О. Лобовик та ін. К. :Т-во «Знання», КОО, 1999. С.579.
4. Рінецький. М. Початки християнства в Україні. Вид-во «О.О. Василян», Мондер, Алберт, Канада, 1952. С. 24.
5. Тупик О. Синтез язичницьких і християнських традицій у релігійній культурі українців на сучасному етапі // Етнічна історія народів Європи. 2000, Вип. 7. С. 54–58. URL: http://www.arattaukraine.com/sacred_ua.php?id=126 (дата звернення: 03.05.2020).
6. Теологический энциклопедический словарь под редакцией Уолтера Элвела. М. : Ассоциация «Духовное возрождение», 2003. С. 995.
7. Войтович В. М. Українська міфологія. К. : Либідь, 2002. С. 55.
8. Афанасьев А. Н. Поэтические воззрения славян на природу . М. :«Индрик», 1994. Т. I, С. 535.
9. Митрополит Іларіон. Дохристиянські вірування українського народу: Історично-релігійна монографія. Київ: «Обереги», 1992 р. С. 288.
10. History and Traditions of Halloween in Britain / Historic UK. URL: <https://www.historic-uk.com/CultureUK/Halloween/> (дата звернення: 03.05.2020).
11. 56 Spooky and Fun Halloween Facts / FactRetriever.com URL:<https://www.factretriever.com/halloween-facts> (дата звернення: 03.05.2020).

12. *Воропай. О. Звичаї нашого народу: етнографічний нарис. Мюнхен, 1958. Т.І. 310 с.*
13. *Воропай. О. Звичаї нашого народу: етнографічний нарис. Мюнхен, 1958. Т.ІІ. 289с.*
14. *Косідовський З. Оповіді євангелістів: пер.з пол./ Післямова і приміт. І.С. Свеніцької. 2-е укр. Вид. К. : Політвидав України, 1985. 262 с.*
15. *Лозко. Г. Українське язичництво. К. : Укр. центр духов, культури, 1994. 96 с.*
16. *Наулко В.І. Культура і побут населення України К. : Либідь, 1993. 288 с.*
17. *Повість врем'яних літ. Харків: Фоліо, 2008. 317 с.*
18. *Свенцицкая И.С. Раннее христианство: страницы истории. М. : Политиздат, 1987. 338 с.*

РОЗДІЛ 3. СОЦІОКУЛЬТУРНА ТА ПСИХОЛОГІЧНА ПАРАДИГМИ МІЖКУЛЬТУРНОГО СПІЛКУВАННЯ

Ганна Подлесна,
кандидат психологічних наук, доцент,
Полтавська державна аграрна академія

ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ

У статті розглядається міжкультурна комунікація, яка характеризується не лише обміном інформацією, а й невербальними засобами комунікації, виникає за наявності в особистості міжкультурної компетентності. Міжкультурна компетентність є однією з складників професійної компетентності сучасного фахівця, а її формування – інструментом полікультурного розвитку здобувача вищої освіти.

Ключові слова: міжкультурна комунікація, міжкультурна компетентність, вербальні та невербальні засоби комунікації, професійна компетентність.

Ganna Podliesna. Psychological aspects of the development of intercultural communication of future professionals

The article considers intercultural communication, which is characterized not only by the exchange of information, but also by non-verbal means of communication. But it arises in the presence of intercultural competence in the individual. Intercultural competence is one of the components of professional competence of a modern specialist, and its formation is a tool for multicultural development of higher education.

Key words: intercultural communication, intercultural competence, verbal and nonverbal means of communication, professional competence.

Вступ. Процеси глобалізації суспільства призводять до нового осмислення розвитку людської цивілізації, розвитку культур та формування нових, сучасних підходів до розуміння міжкультурної комунікації.

Комунікація є однією із найактивніших форм життєдіяльності особистості, яка характеризується не лише обміном інформацією, а й невербальними засобами, які інколи навіть замінюють звичайну мову спілкування.

Міжкультурна комунікація – це наука, яка вивчає особливості вербального та невербального спілкування людей, що належать до різних національних та лінгвокультурних спільнот.

Міжкультурна комунікація – це наукова етика, яка намагається розробити наукові методи для покращення взаєморозуміння й міжкультурного обміну. Однією з причин виявлення інтересу до міжкультурної комунікації є розвиток людської цивілізації, інтернаціоналізація і глобалізація [1].

Міжкультурна комунікація – це комунікація між представниками різних культур і народів і спрямована на розширення культурних контактів в умовах культурної глобалізації. Як соціальний феномен, вона характеризується багатоякісністю й динамічністю, а тому культура розглядається як родове поняття, а культурні контакти набувають різні форми, що знаходять своє вираження у взаємовпливові, синтезі, доповнюваності та діалозі. Міжкультурна комунікація є індикатором розвитку культури у суспільстві: з одного боку, вона розкриває її здатність до сприйняття інокультурних елементів і породження на основі цього нових для цього соціокультурного організму форм; з іншої, – здатність транслювати свої цінності в інші культури [2].

Міжкультурна комунікація є особливою формою спілкування двох або більше представників різних культур, у ході якої відбувається обмін інформацією та культурними цінностями взаємодіючих культур. Термін «міжкультурна комунікація» певною мірою співвідноситься з поняттям «діалог культур».

Мета дослідження. Розкрити сутність понять «міжкультурна комунікація» та «міжкультурна компетентність» та дослідити шляхи формування в сучасних фахівців міжкультурної комунікації у процесі іншомовної підготовки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасні дослідження міжкультурної комунікації свідчать про певні традиції у трактування цього явища. Вони здебільшого зосереджені на таких інтересах: соціологічні (соціальні, етнічні та інші фактори міжкультурної комунікації) у працях Ю. Арутюняна, Ю. Бромлея, Л. Дробіжевої, І. Кона; лінгвістичні (мовленнєві стилі, мовленнєва особистість, ефективність міжкультурного спілкування); психологічні (психологічні та емоційні складники міжкультурної комунікації, ціннісні орієнтації та мотивація).

Поняття «міжкультурна комунікація» увійшло у науковий обіг у 1954р. з виходом у світ доробку Е. Холла і Д. Трагера «Культура як комунікація: модель та аналіз», у якій міжкультурна комунікація розглядалася як особлива частина людських відносин. Пізніше у роботі «Німа мова» Е. Холл розвиває ідеї про взаємозв'язок культури і комунікації і вперше виводить проблему міжкультурної комунікації не тільки на рівень наукових досліджень, але й самостійної наукової дисципліни. Подальшу розробку міжкультурної комунікації здійснили Дж. Кондон і Й. Фаті у роботі «Вступ до міжкультурної комунікації». Першочергово дослідження у руслі міжкультурної комунікації орієнтувалися на проблеми міжкультурних відмінностей, аналіз взаємовідносин між ними і характерною поведінкою носіїв культур. (Р.Бенедікт, Д.Горер, М.Мід). [2]

Міжкультурна комунікація здійснюється тільки тоді, коли між людьми різних культур розвивається «міжкультурна компетентність».

Міжкультурна компетентність виявляється у здатності особистості виходити за межі власної культури й набувати якостей медіатора культур, не втрачаючи власної ідентичності, в уміннях досягати взаєморозуміння з представниками різних культур навіть за посереднього володіння іноземними мовами на основі знань, розуміння та дотримання універсальних правил і норм етикету іншомовного спілкування [3].

У зарубіжній літературі поняття «міжкультурна компетентність» з'явилося на початку 1970-х років у процесі становлення міжкультурної комунікації як самостійного наукового напрямку. У контексті досліджень тих років особливої актуальності набули питання етно- та культуроцентризму, вияву шляхів подолання зазначених явищ у процесі міжкультурної взаємодії. Міжкультурна компетенція розглядалась як комплекс аналітичних та стратегічних здібностей, які розширюють інтерпретаційний спектр індивіда під час міжособистісної взаємодії з представниками іншої культури [2].

Цікавим є визначення міжкультурної компетенції в інтерпретації Р. Свірідона: це «здатність особи здійснювати спілкування іноземною мовою, враховуючи різницю культур та стереотипів мислення. Зазначена компетенція передбачає досягнення такого рівня володіння мовою, який дозволить, по-

перше, гнучко реагувати на можливі непередбачувані ситуації під час бесіди; по-друге, визначати відповідну тактику мовленнєвої поведінки; по-третє, правильно добирати конкретні засоби комунікації і, нарешті, по-четверте, вживати ці засоби відповідно до запропонованої ситуації» [4].

Міжкультурна компетентність є складним багатокомпонентним утворенням, яке впливає на результативність взаємодії в міжкультурному середовищі та виявляється в умінні добирати необхідні мовні та мовленнєві засоби з урахуванням соціокультурного контексту, використовувати на практиці знання культурних правил і категорій, що обумовлюють успішність міжкультурного спілкування.

К. Мальцева, досліджуючи міжкультурні непорозуміння у процесі перекладу, запропонувала такі визначення міжкультурної компетентності:

- комунікативні стратегії різних культур, які формуються у співвідношенні до поведінкових норм цієї культури і у відповідності до припустимої і бажаної комунікативної поведінки всередині культури;

- комунікативні канали культури відображають її пріоритети у ціннісній ієрархії, що можуть суттєво відрізнятися в різних культурах і спричиняти проблеми у порозумінні між представниками різних культур;

- несумірності між комунікативними сценаріями різних культур не вичерпуються лінгвістичною та поведінковою сферами і стосуються розбіжностей у культурному досвіді різних культурних спільнот, що впливає на структуру та конфігурацію систем комунікативних установок, властивих даним спільнотам;

- комунікативні провалля між культурами можуть бути усунені шляхом введення штучних процедур (підвищення міжкультурної компетентності комунікантів); стимулювання їх крос-культурної сензитивності шляхом орієнтування та інструктажу (інформованості про типові для іншої культури реакції та ситуації, а також відповідні практичні рекомендації) [5].

Мова є засобом матеріалізації різних картин світу, які формують свідомість особистості. На думку В. Гумбольдта, різні мови – це різні бачення однієї і тієї ж самої речі, а оскільки мова пронизує всю історію світу та людства, вона стає моделлю «оригінального мислення та сприйняття» нації. У цьому і полягає відмінність різних

культур, націй та картин світу, які створені людьми, що розмовляють різними мовами, і саме тому відмінності мов впливають на зміст мислення особистості [3].

Успішна міжкультурна комунікація передбачає постійну готовність особистості до сприйняття, розуміння та прийняття чужорідних етнічних стереотипів поведінки, націй, звичаїв, інтересів, культурних цінностей.

Комунікація забезпечується вербальними (мовними) та невербальними засобами. Оволодіння мовними конструктами назавжди забезпечує успішну комунікацію та комунікативну взаємодію. Вагомим фактором міжкультурної комунікації є вивчення невербальних засобів комунікації різних націй та етнічних груп.

До таких засобів здебільшого відносять: фізіогноміку (вираз обличчя, зоровий контакт тощо); кінестетику (жести, рухи тіла, поза); такесіку (дотики, потиски руки, поцілунки); проксеміку (міжособистісна дистанція, простір); паралінгвіністичні засоби (інтонація, висота і сила голосу, паузи тощо).

Ці засоби передають певну інформацію про співрозмовника та створюють атмосферу комунікації. Особливе місце у формуванні комунікативного процесу відіграють паузи, мовчання. Досить часто у міжкультурній комунікації паузи та мовчання (або їх відсутність) є проявом національних комунікативних стилів. Наприклад, мовці східних країн схильні більше слухати співрозмовника, вони не висловлюють заперечення відкрито, для них є неприйнятним дискутувати з гостем. Паузи і мовчання, своєю чергою, є обов'язковими складниками їхнього спілкування. Таким чином, щоб досягти порозуміння у міжкультурній комунікації, недостатньо лише знати іноземні мови. Мовці мають знати, усвідомлювати та застосовувати інші важливі складники успішного комунікативного процесу. Дуже важливо не лише знати мову, а й те, що вкладає людина у слова під час спілкування.

Міжкультурна компетентність є однією з важливих складників професійної компетентності сучасного фахівця. Вона охоплює сукупність знань (знання рідної й іноземної культур, знання іноземної мови), умінь (використовувати адекватні стилі спілкування й ідентифікувати їх у ситуаціях міжкультурної взаємодії, інтерпретувати феномени комунікативної діяльності та поведінки з погляду культурних детермінант, розуміти та

дотримуватись основних принципів міжкультурної та міжособистісної комунікації, долати бар'єри, зумовлені культурними відмінностями, володіти стратегіями уникнення непорозумінь у спілкуванні) та психологічних особливостей (толерантне ставлення до представників інших культур, відмінностей у стилях поведінки та мисленні, звичаях і традиціях тощо, прагнення до взаєморозуміння через досягнення компромісу, усвідомлення залежності людського мислення від культурно обумовлених когнітивних схем, розуміння фактів іншої культури та здатність порівнювати їх з власним світоглядом і культурним досвідом). Формування міжкультурної компетентності передбачає якісні зміни у ставленні здобувача вищої освіти до світоглядних доміант життя і процесу навчання у закладі вищої освіти на підставі становлення адекватної ціннісної картини світу, усвідомлення важливої ролі міжкультурного спілкування в освітньому, а надалі й професійному просторах [4].

Висновки та перспективи досліджень. Потреба у підготовці фахівців, готових до конструктивної взаємодії у сфері міжкультурної комунікації, спрямовує психолого-педагогічну науку на пошук ефективних шляхів, форм та методів формування цієї якості особистості.

Важливим інструментом полікультурного розвитку у процесі фахової підготовки є оволодіння іноземною мовою та входження особистості у світ іншомовної культури як засобу інтеграції фахівці до нової суспільної ситуації. Засвоюючи кожен нову мову, людина розширює не тільки свій світогляд, але й межі свого світосприйняття: будь-яка подія, як і будь-яке явище іншої культури, оцінюється людиною через призму прийнятих у рідному лінгвосоціумі культурних норм і цінностей. Входження у світ іншомовної культури передбачає оволодіння вербальними (мовними) та невербальними засобами комунікативної системи та ставлень до соціально-значимих артефактів – освіти, професії, мови, комунікації, традицій, норм та правил поведінки. Значущими факторами у вивченні іноземної мови є усвідомлення проблем, що виникають під час міжкультурної комунікації, розуміння цінностей та загальноприйнятих норм поведінки представників інших культур. Перспективними напрямками дослідження є розробка психологічних положень щодо шляхів удосконалення умінь міжкультурної взаємодії.

Джерела та література:

1. Бацевич Ф. С. *Основи комунікативної лінгвістики: підручник*. Київ: Академія, 2004. 342 с.
2. Аксьонова В. І. Міжкультурна комунікація як атрибут соціокультурної життєдіяльності суспільства. *Гуманитарний висник ЗДІА*. 2011. С.128-140.
3. Слющинський Б. В. Міжкультурна комунікація як феномен сучасної культури. *Нова парадигма*. 2004. Вип.37. С 223–232.
4. Рембач О. О. Формування міжкультурної компетентності майбутніх правознавців у процесі ініомовної підготовки. *Університетські наукові записки*. 2017. № 63. С. 387–400.
5. Мальцева К. С. *Міжкультурні непорозуміння і проблема міжкультурного перекладу: автореф. дис... канд. філософ. наук: 09.00.04./ Ін-т філос. ім. Г.С.Сковороди НАН України*. Київ. 2002. 20 с.

**Тетяна Хейлік, кандидат філологічних наук, доцент,
Запорізький національний університет**

СЛОВЕСНІ АСОЦІАЦІЇ ЯК ЗАСІБ ВИЯВУ ЕТНІЧНИХ СТЕРЕОТИПІВ

Стаття присвячена дослідженню словесних асоціацій, які дають змогу виявити етнічні стереотипи та образи у свідомості запорізьких школярів та студентів. Результати базуються на даних вільного асоціативного експерименту, що успішно використовується у психолінгвістиці. Методика швидкісних реакцій дозволяє отримати стереотипні відповіді. Визначено найбільш частотні вербальні асоціати. Закцентовано увагу на невербальних реакціях, що супроводжують репрезентацію деяких слів-стимулів, та на уявлення про національного героя в системі етнічних авто- та гетеростереотипів.

Ключові слова: міжкультурна комунікація, вільний асоціативний експеримент, слова-стимули, етнічний стереотип.

Tatiana Khejlik. Verbal Associations as a Means of Ethnic Stereotypes Identifying

The research reveals verbal associations that represent ethnic stereotypes and images in Zaporizhzhia pupils and students' perception. The results are based on free associative experiment data, this method is frequently used in modern psycholinguistics. Instant reactions methodology gives the chance to obtain stereotypical responds. The author defines the most frequent verbal

associations. Also the article describes non-verbal reactions that accompany some words-stimuli, and the idea of national hero in system of ethnical auto- and hetero-stereotypes as well.

Key words: intercultural communication, free associative experiment, word-stimuli, verbal association, ethnic stereotype.

Вступ. Зіставлення та протиставлення «свого» та «чужого» притаманне міжкультурній комунікації. Воно може мати характер некритично позитивного сприйняття, захоплення «чужим», але частіше призводить до конфлікту. Цей конфлікт може, на думку В. Манакіна, бути навіть ірраціональним: розумом людина цілковито усвідомлює «безглуздість конфлікту «своїх» і «чужих» цінностей, проте в підсвідомості все одно залишається уявлення про своє як таке, що ліпше за чуже» [1, с. 34]. Погодимось з професором В. Манакіним і у тому, що «мова як віртуальний «третій світ» між людиною і дійсністю здатна впливати на перцептивні процеси особистості не менше ніж реальні факти життя. Вона створює такі стійкі стереотипи уявлень про світ, що людина починає вірити у справжність мовного (фантомного) двійника дійсності» [1, с. 35].

«Історичні ментальні травми», застарілий «фантомний» біль та негативні стереотипи іноді живлять ксенофобію, яка на мовленнєвому рівні реалізується в етнофобізмах, мові ворожнечі, про що пишуть К. Туркова [2] та К. Скоркін [3]. Мова ненависті як основа публічного дискурсу не сприяє міжкультурному діалогу. Етнічні (національні) стереотипи вважаються найнебезпечнішими, вони приводять до непорозумінь, напружених відносин, комунікативних невдач, прихованих образ та відкритих сутичок. Молоді українці, які між іншими європейськими цінностями особливо відзначають толерантність, не можуть іноді позбутися негативних етнічних стереотипів та проявити саме міжнаціональну толерантність.

Мета дослідження – розкрити роль словесних асоціацій у виявленні (описі) етнічних стереотипів у мовній свідомості запорізької молоді.

Виклад основного матеріалу дослідження. Етнічний (національний) стереотип є однією з основних категорій теорії міжкультурної комунікації. Це історично сформований, узагальнений та емоційно насичений образ нації або етносу.

Він проявляється у прислів'ях, приказках, «паремієтворчості», у жартівливих висловах, іноді у не досить приємних прецедентних

текстах, у тому, що німецькі лінгвісти називають антиприслів'ям: *Тиха украинская ночь, но сало нужно перепрятать* [4, с. 506]; *Русские матом не ругаются – русские на нём говорят; Пьяному море по колено, а пьяному русскому – океан; Англичанин мыслит сидя, француз стоя, американец прохаживаясь. Русский думает потом* [4, с. 518]; *Не перепились ещё богатыри на Руси* [4, с. 419]; *В знак признания вклада евреев в мировую экономику Европейский Союз назвал свою валюту евро* [4, с. 151].

«Ментальні шаблони», етнічні стереотипи стають основою багатьох анекдотів, жартів.

Один із таких типових анекдотів про представників різних націй у пошуку виходу зі смертельної ситуації знаходимо, наприклад, у коментарях до відео із «напівполіткоректною» назвою «Неконтактные племена, или убийцы туристов», у якому йдеться про агресивну поведінку в спілкуванні з так званими цивілізованими народами племен, що знаходяться на первісному ступеню розвитку, зокрема сентинельців. Наводимо його мовою оригіналу зі збереженням стилістичних особливостей.

Попали на остров к сентинельцам немец, американец и русский. Вожак племени подходит к ним и говорит:

– Кто назовет слово, которое мы не знаем, того отпустим, дадим лодку и еду.

Немец называет слово «самолет», аборигены встали в кучку, шу-шу-шу, выходит вожак и говорит:

– Самолёт – это железная птица!

Ну и убили немца.

Американец:

– Интернет.

Ну сентинельцы обратно в кучку, шу-шу-шу. Через 10 минут выходит вожак:

– Интернет — это всемирная паутина!

Убили американца. Пришла очередь русского, ну он думал-думал и говорит:

– Прокуратура.

Сентинельцы сбились в кучку, шу-шу-шу, час, два, три. Выходит вожак и говорит:

– Ладно, не знаем мы такого слова.

Дали лодку, еды ну и отправили. Вдогонку русскому кричат, что же такое прокуратура.

Русский:

– Да такие же, как вы ... (далі йде інвектива), шу–шу–шу – и нет человека [5].

На нашу думку, одним із ефективних засобів виявлення та опису етнічних стереотипів є словесні асоціації, які надають респонденти в процесі асоціативного експерименту. Як відомо, асоціативний експеримент (associative experiment, далі АЕ) – один із активних методів, розповсюджених у психолінгвістиці [6]. Він неодноразово використовувався для опису соціальних феноменів, зокрема Р. Фрумкіною [7]. С. Тер-Минасова застосовувала його для виявлення уявлень російської молоді про американську молодь, а американської про російську [8]. Ми вже продовж багатьох років застосовуємо його для вивчення суб'єктивного образу Росії, України, Польщі у мовній свідомості запорізької молоді [9; 10], динаміки цих образів, для виявлення етнічного стереотипу єврея [11]. У 2018-2019 році експеримент проводився у російськомовних школах Запоріжжя у межах підготовки учнівської роботи МАН з проблеми мовної об'єктивації образів України, Європи, Євросоюзу.

На наш погляд, із трьох типів АЕ (вільного, спрямованого, ланцюжкового) для виявлення стереотипних поглядів найбільш підходить вільний. Реципієнти дають швидкісні (впродовж 7 секунд, рефлексія відсутня) відповіді-асоціації на вербальний стимул. Серед асоціатів завжди є індивідуальні, креативні, але більшість – «мейнстримні», усереднені, які і дають стереотипну картину бачення того чи іншого етносу.

Асоціативний експеримент дозволяє виявляти етнічні стереотипи у режимі, як-то кажуть, «онлайн», бачити їх динаміку, вплив на них сьогодення, превалювання поверхових стереотипів.

Впродовж декількох років ми вивчали асоціати на вербальні стимули **росіянин, українець, білорус**, тобто стереотипи східнослов'янських етносів, а також на стимули **поляк, німець, єврей, американець, китаєць, циган** і деякі інші. Останній асоціативний експеримент було проведено зі студентами філологічного факультету Запорізького національного університету 10 лютого 2020 року. Ці студенти професійно опановують російську, польську та болгарську мови. Вербальні стимули пред'являлися російською мовою. Відповіді-асоціати надавалися російською, українською, англійською (особливо на стимули **американець, національний герой Америки** для позначення типових американських реалій, культурем), польською

(делікатне, емоційно незабарвлене *zudek* на стимул **євреї**) мовами. Впродовж 7 секунд більшість студентів встигали дати 2–4 вербальних асоціата, на стимул **українець** (автостереотип – 4–6. Типовий асоціативний ряд (мову та орфографію реакцій збережено): *сало, чуб, козак, патріот, мова, родина*. Семантично пустих відповідей майже не було.

Аналіз асоціацій дозволяє зробити висновок, що запорізькі студенти вважають, що **українці** *открытые, свободолюбивые, казаки; родные; вечные революционеры за свободу, «хохлы» – всё себе;*

білоруси (гетеростереотип) – *веселые, жизнелюбивые, нейтральные; родственники, добрые, открытые;*

росіяни – *юмор, водка, никогда не сдаются; наглые, настойчивые, властные; ленивые, хитрые, грубые; смелые, родные;*

євреї – *чужие, странные, хитрые, продуманные; жадные;*

німці – *пунктуальные, скупые, суровые, сдержанные; белокурые, голубые глаза; манерные, строгие, чопорные;*

китайці – *маленькие, одинаковые, чужие; жёлтые; узкоглазые, желтокожие; много детей.*

Окрім вербальних асоціацій, ми звертали увагу на невербальні реакції, які виникали у реципієнтів підчас експерименту. Так, досить показові зміни відбулися у невербальних реакціях на стимул **євреї**; впродовж майже 15 років пред'явлення цього стимулу супроводжував сміх – груповий, поодинокий, іноді ніяковий, він був «соціально-психологічною» складовою цього образу. Зараз цей стимул сміх не викликає, що, на наш погляд, є наслідком діяльності ЗМІ, багатьох громадських організацій, пов'язаних з розповсюдженням знань про Голокост, зокрема Українського інституту вивчення Голокосту «Ткума», який веде потужну просвітницьку роботу не тільки у Дніпрі, Запоріжжі, а й по всій Україні (висвітлення Голокосту у шкільних підручниках історії, апеляції до цієї історичної травми художньої літератури, передусім у творах, які зараз входять до шкільних програм). Цікавий факт: за ці часи загальний іменник *голокост* став власною назвою на позначення Шоа – трагедії саме європейського єврейства у Другій світовій війні; написання слова *голокост* з маленької літери залишилося для позначення переслідування та знищення інших народів та соціальних груп, про що ми писали у статті «От холокоста к Холокосту» [12].

До складу етнічних стереотипів можуть входити стійкі переконання про фізичні, психічні особливості народу, його естетичні уподобання тощо. Важливим у ціннісній картині етносу є уявлення про національного героя. Вперше до вербальних стимулів були включені стимули **національний герой України** (автостереотип), **національний герой Америки**, **національний герой Франції**, **національний герой Росії**. На перші два стимули асоціації давали школярі та студенти, на останні – тільки студенти. Нам здавалося, що стимул **національний герой України** дасть змогу побачити більш панорамну картину як реакцію на трагічні події останніх років, але виявилось, що образ національного героя у свідомості старшокласників пов'язаний не з сьогоденням, а з минулим: найбільш частотна реакція *Шевченко* (вона найбільш частотна і у студентів), на другому місці – *козак/казак*. У асоціатах студентів також знакові власні імена: *Франко*, *Леся Українка* і ближчі до сучасності – совість нації – *Скрябін*, *Ступка*. Але є асоціації, які передають інше розуміння «геройства»: *все, Україна, люди на минималке*.

Американська культурна експансія у кінотеатрах та інтернеті, голлівудизація життєвих уподобань та мрій, міфізація вирішення глобальних проблем зумовили те, що третина асоціацій школярів та студентів на вербальний стимул **національний герой Америки** пов'язана з вигаданими героями: *Капітан Америка*, *Флеш/Флэш*, *Рэмбо*, *Железный человек*, *Черная вдова*, *Капитан Марвел*, що, в свою чергу, свідчить про міфологізацію мовної свідомості респондентів.

Найбільш частотна реакція на стимул **національний герой Франції** – *Жанна д'Арк*. У пантеон героїв також входять *Наполеон*, *Гюго*, *Марія-Антуанетта*.

На стимул **національний герой Росії** студенти дали велику кількість асоціацій-персоналій: *Пушкин*, *Лермонтов*, *Петр І*, *Суворов*, *Гагарин*, *Брежнев*, *Сталин*. Іронічно-пародійно виглядає у цьому ряду *Киркоров*. Є у списку асоціацій і фольклорні герої – билинні богатирі *Ілья Муромец*, *Алёша Попович*.

Висновки та перспективи досліджень. Робота з вивчення етнічних стереотипів із застосуванням асоціативного експерименту та інтерпретації словесних реакцій дає можливість скласти уявлення про динаміку стереотипів, завчасно передбачити конфлікт між «нашим» і «не нашим», що особливо важливо у поліетнічних

шкільних та студентських аудиторіях. Перспективним виглядає проведення **спрямованого** асоціативного експерименту, який може репрезентувати більш «об'ємний» образ «соціально та комунікативно важливих» етносів у мовній свідомості сучасної молоді.

Джерела та література

1. Манакін В. М. *Мова і міжкультурна комунікація : навчальний посібник*. Київ : ВЦ «Академія», 2012. 288 с.
2. Туркова К. *Россияне и украинцы освоили язык ненависти*. Новое время. URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/udar-rechi-rossiyane-i-ukraincy-osvoili-yazyk-nenavisti-21851.html> (дата звернення: 07.12.2018).
3. Скоркин К. *Общий язык ненависти*. URL: <http://www.strana-oz.ru/2014/6/obshchiy-yazyk-nenavisti> (дата звернення: 16.05.2020).
4. Вальтер Х., Мокиенко В. Н. *Антипословицы русского народа*. Санкт-Петербург : Издательский дом «Нева», 2005. 576 с.
5. «Неконтактные племена, или убийцы туристов URL: <https://www.youtube.com/watch?v=NzHdfnt6pBY> (дата звернення 12.05.20).
6. Белянин В. П. *Психолінгвістика: Учебник*. Москва : Флинта: Московский психолого-социальный институт, 2008. 232 с.
7. Фрумкина Р. М. *Психолінгвістика*. Москва : Издательский центр «Академия», 2001. 320 с.
8. Тер-Минасова С. Г. *Язык и межкультурная коммуникация*. Москва: Слово/Slovo, 2000. 262 с.
9. Богомолова О. В., Хейлик Т. А. *Субъективный образ России в сознании студентов-украинистов (по итогам свободного ассоциативного эксперимента)*. Вісник Запорізького державного університету: Збірник наукових статей. Філологічні науки, 2000. № 1. С. 20–24.
10. Хейлік Т. О. *Образ Польщі у мовній свідомості запорізької молоді (за даними вільного асоціативного експерименту)*. «Суспільство, релігія, культура, наука, техніка, освіта, економіка в умовах новітніх глобальних викликів для України і Польщі»: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Запоріжжя, 21–23 вересня 2017р.).: Запоріжжя: Запорізька державна інженерна академія; ФО-П Систерова Н.О., 2017. С. 70– 72.
11. Хейлик Т. А. *Словесные ассоциации как способ описания стереотипа еврея*. Избранные труды Запорожских еврейских чтений 1997–2006. Вып. 2. С. 37–40.
12. Хейлік Т. О. *От холокоста к Холокосту*. Запорожские еврейские чтения: Сборник статей и материалов. Днепро: Украинский институт изучения Холокоста «Ткума», 2019. С.152–155.

РОЗДІЛ 4. ПЕРЕКЛАД У КОНТЕКСТ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА

Ілля Бей,
Запорізький національний університет

СКЛАДНОЩІ УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКОГО І ПОЛЬСЬКО- УКРАЇНСЬКОГО ПЕРЕКЛАДУ: ДІЄСЛІВНЕ КЕРУВАННЯ

Предметом цієї статті є особливості дієслівного керування в українській та польській мовах. Йдеться про такі поняття як валентність, перехідність та керування дієслова. Пропонується формульне вираження керування. Зокрема розглядається поняття фальшивої валентності, надається визначення поняття «фразові дієслова» щодо слов'янських мов. Розглядається спосіб укладання двомовного словника дієслівного керування.

Ключові слова: дієслівне керування, фразове дієслово, мовна інтерференція, модель двостороннього словника

Ilyia Bey. Difficulties of Ukrainian-Polish and Polish-Ukrainian translation: verb rection

The subject of this article is the features of verb rection in the Ukrainian and Polish languages. These are concepts such as valence, transitivity and verb control. A formulaic expression of control is proposed. In particular, the concept of false valence is considered, the definition of the concept of "phrasal verbs" in relation to Slavic languages is given. The method of compiling a two-way dictionary of verb rection is considered.

Key words: verb rection, phrasal verb, language interference, two-way dictionary model

Вступ. Контрастивний аналіз граматичних систем польської та української мов, котрі, крім типологічної схожості, пов'язані тісними ареальними та соціально-історичними контактами, почався давно, активно ведеться в різних напрямках, але деякі напрямки пропрацьовано недостатньо глибоко.

Взаємодія польської й української мов, з одного боку сприяє їх взаємному збагаченню, а з другого – породжує явище небажаної інтерференції. Помилки, припущені в наслідку інтерференції,

свідчать про недостатнє володіння іноземною мовою, а тому звернути увагу на це мовне явище слід з самого початку освоєння іноземної мови. А «місцем², в якому інтерференція відчувається найсильніше, – керування, зокрема дієслівне, тобто зміни, що відбуваються у мовленні білінгвів у результаті засвоєння різних мовних систем. Схожість обох мов нерідко вводить в оману єдність форми дієслівної лексеми при численних відмінностях у семантиці, синтаксисі чи прагматиці. Студентам слід належним чином диференціювати мовні явища власної та іноземної мови.

Актуальність дослідження компаративного дієслівного керування в українсько-польському контрактивному аспекті пояснюється високою кількістю етимологічно споріднених дієслів з різним керуванням в обох мовах, через що студенти часто припускаються помилок, а також відсутністю словників і ґрунтовних дослідження, до котрих студенти могли б звернутися.

Мета дослідження – аналіз основних подібностей та розбіжностей у дієслівному керуванні в українській та польській мовах та труднощі, з якими стикаються іншомовні студенти при їх вивченні, а також створення моделі словника керування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дієслівна валентність в рамках цієї статті суто з практичною метою розуміється у вузькому сенсі як здатність дієслова приймати додатки/обставини, тобто здатність сполучатися "праворуч" з певною кількістю валентних позицій так, щоб виникло граматично правильне речення. При такому визначенні валентність може варіюватися від нуля (наприклад, безособові дієслова: «вечоріє») до п'яти («зіштовхнути ліктем (1) зі столу (2) на підлогу (3) яблуко (4) для їжачка (5)»). Крім того, слід відрізнити невласну чи фальшиву валентність, тобто випадки, коли те, що можна було б згідно із наведеним визначенням розуміти як черговий додаток/обставину, насправді є неузгодженим означенням підмета, котрий є в реченні або мається на увазі, наприклад, «прийшов у гості *в костюмі*».

Під керуванням мається на увазі конкретна форма/форми підрядного приєднання чи безприєднання зв'язку, в котрій підрядне слово чи словосполучення стоїть у непрямому відмінку, а флексійні зміни дієслова не мають впливу на підрядні слова (наприклад, «я тримаю в руках книгу», «він тримав в руках книгу»). Таким чином, валентність/керування відносяться одне до одного як потенційність/форма.

В сучасній лінгвоукраїністиці дієслівне керування досліджували В. Фурса [1], [2], Л. Колібаба [3] та інші. Серед польських мовознавців, котрі досліджували дієслівне керування у слов'янських мовах варто згадати М. Ястшемського [4], З. Греня [5]. Змінами в керуванні в сучасній польській мові займаються М. Пастухова та М. Сюцяк [6].

Перший словник, в котрому дієслівному управлінню приділяється належна увага, вийшов лише у 2016 р. [7]. Словник, що би показував різницю дієслівному керуванні між українською та польською мовою, не існує досі.

З практичною метою, особливо для полегшення засвоєння мови іноземцями, для української та польської мов варто ввести поняття «фразове дієслово», як це зробили автори підручника словацької мови [8, с. 43], хоча і не розшифрували цей термін.

У відношенні до слов'янських мов, по-перше, йдеться про дієслова, що у переважній кількості випадків приєднують додатки за допомогою певного прийменника, наприклад, «стежити (чим) *за* ким/чим».

В англійській мові, щодо котрої поняття «фразове дієслово» було вжито вперше, під ним розуміється така комбінація дієслова з прийменником або/чи з прислівником, що виступає як один член речення, утворюючи, таким чином, цільну семантичну одиницю. Суттєвою, але необов'язковою ознакою фразового дієслова може бути відмінність у значенні в порівнянні з простим дієсловом. З огляду на синтаксичні відмінності англійської та слов'янських мов для останніх неможливо прийняти наведене визначення, але і в них зустрічаються такі комбінації дієслова з прийменником, в яких це сполучення набуває нове значення. Наприклад, польське дієслово «*mieć*» переважно перекладається українською як «*мати*», але сполучення «*mieć coś po kimś*» значить «*успадкувати щось від когось*».

Для визначення значень та семантичних еквівалентів наведених у статті дієслів використовувалися [9], [10], [11], [12], а також двомовні словники. Поза увагою залишилися фразеологізми, що містять зазначені дієслова.

Таким чином, поняття «фразове дієслово» щодо слов'янських мов можна застосовувати в сенсі «усталена комбінація дієслова з прислівником, у котрій вживання цього дієслова в одному чи в єдиному з його значень *передбачає* вживання певного прийменника/прийменників».

З практичної точки зору йдеться про мнемонічний прийом, який дозволяє легше запам'ятати керування. Так, в словниках до окремих тем в підручниках дієслова деякі автори наводять відразу з відповідним прийменником, тобто як фразові.

Проте керування може бути і варіаційним. Наприклад, дієслово «перетворювати» наявність прямого додатку та непрямого додатка, що вживається з прийменником «в» або «на»: «Продавець перетворив товар у гроші»*, «Ці короткі побачення з чоловіком на людях просто героїчно перетворювала [Люба] на ілюзію сімейного щастя²*. Проте інколи прямий додаток може замінюватися непрямым: «Майдан перетворив з декларації в реальність те, що народ є носієм влади».

Валентність та керування можна представити у вигляді формули *дієслово ((прийменник) + відмінок/(прийменник) + відмінок)* де кількість повторів частини *((прийменник) + відмінок/(прийменник) + відмінок)* відповідає валентності, «прийменник» відповідає будь-якому прийменнику, «відмінок» – додатку/обставині у будь-якому відмінку (відмінки далі позначаються латинськими скороченнями, наведеними курсивом: *N., G., D., A., I., L.*), в дужках знаходиться необов'язкова частина, тобто формула показує, що жодна частина (тобто жоден з додатків) не є обов'язковою, при чому в рамках кожної частини так само не є обов'язковою наявність прийменника, а знак «/» показує різні варіанти в рамках однієї частини. У випадку дієслів, що мають зворотну пару, «відмінок» значить наявність частки «ся». Скорочений (де не приймаються до уваги *всі* можливі обставини) формульний запис на прикладі конкретного дієслова виглядає так:

перетворювати (-ся / A. / з + G.) (в/на + A.),

У випадку дієслів з нульовою валентністю:

вечоріти (),

з порожніми дужками – оскільки жодних додатків тут не передбачається.

Такий формульний запис дозволяє значно скоротити об'єм словникових статей. Так, наприклад, статтю «адресувати» [1, с. 213-215] можна представити наступним чином:

АДРЕСУВАТИ, недок. і док.

1. Надсилати на певну адресу

адресувати (A.) (D. / для + G. / до + G.) (з + G.) (на/в + A. / до + G.)

2. Звертати, скеровувати до кого-небудь

адресувати (А.) (D. / до + G. / для + G.)

Цей запис відображає головні складники статті для укладання майбутнього українсько-іншомовного словника дієслівного керування: реєстрове слово у вихідній формі (із зазначенням виду), тлумачення лексичного значення реєстрового слова (важливе для можливого розщеплення перекладу реєстрового слова різними лексемами іншої мови) та частковий аналіз валентно зумовлених компонентів. Відсутні ж такі суттєві з точки зору укладача одномовного тлумачного словника, але ірелевантні або прозорі з формули складники як семантична кваліфікація компонента, питальне слово та ілюстративний матеріал. Також у формулі проминута заміна у прямому доповненні знахідного відмінка родовим у заперечних реченнях, що для польської мови є загальним правилом, а для української – варіантом норми.

При укладанні двомовного словника дієслівного керування варто кожне значення реєстрового слова перетворити на окрему статтю, але лише в тому випадку, коли реєстрове слово сильно розходиться з іншомовним відповідником, при чому «фразові варіанти» вказувати разом із відповідним прийменником.

При порівнянні дієслівного керування в українській та польській мовах можна виділити кілька ситуацій. Уведемо умовні позначення: великі латинські літери A, B, C... – дієслова однієї чи іншої мови, верхні індекси – значення. Тоді різні ситуації подібності можна представити за допомогою наступних формул:

а) двостороння подібність (коли весь об'єм і керування реєстрового слова збігається з об'ємом і керуванням еквівалента):

$$A^{1, \dots, n} \approx B^{1, \dots, n}$$

б) звужена ліворуч чи праворуч подібність (коли повному збігу керування одному чи декільком значенням реєстрового слова відповідає один еквівалент, іншому/іншим значенням – інший еквівалент),

$$A^{1, \dots, m} \approx B^{1, \dots, m}$$

$$A^{m+1, \dots, n} \approx C^{1, \dots, n-m}$$

в) поліваріантна подібність (коли повному збігу керування збігаються деякі зі значень і керування реєстрового слова з деякими значеннями і керуванням одного еквівалента, а інші значення еквівалента збігаються з іншим реєстровим словом)

$$A^{1, \dots, k} \approx B^{1, \dots, k}$$

$$A^{k+1, \dots, m} \approx C^{1, \dots, m-k}$$

$$D^{1, \dots, n-m-k} \approx C^{m-k+1, \dots, n}$$

Ці формули стануть ще складнішими, якщо додати в них такий параметр, як можливість розбіжності в значенні і керуванні (в формулі можливості керування позначатимуться малими латинськими буквами *a*, *b*, *c*...) для одного із значень реєстрового слова, котра, в свою чергу, може призвести до збільшення варіантів зі сторони еквівалента і так далі:

$$A^{1, \dots, k}(a) \approx B^{1, \dots, k}(a)$$

– двостороння подібність при однаковому керуванні для значень від 1 до *k*;

$$A^{1, \dots, k}(b) \approx B^{1, \dots, k}(a)$$

– збіг у значеннях від 1 до *k* при різному керуванні...

Перейдімо до розгляду конкретних випадків

Для пари дієслів

відвідувати (+*A.*) – *odwiedzać* (+*A.*)

формула виглядатиме наступним чином:

$$A^1(+A.) \approx B^1(+A.),$$

оскільки йдеться про єдине значення обох дієслів.

Для пари дієслів *відповідати* – *odpowiadać*, беручи до уваги всі значення і керування, складемо наступний перелік значень, згідно із запропонованою в [Колібаба] схемою:

ВІДПОВІДАТИ недок.

1. *неперех.* Давати комусь відповідь на питання, звертання тощо
відповідати () (*D.*) (*на* + *A.*) (*на* + *L.*)

2. *перех. і без додатка.* Розповідати вчителю (екзаменаторові) засвоєний матеріал.

відповідати (*D.*) (*A.*) (*з* + *G.*) (*на* + *A.*) (*на* + *L.*)

3. *неперех.* Робити що-небудь у відповідь на дії іншого.

відповідати (*I.*) (*на* + *A.*)

4. *тільки недок., неперех.* Нести відповідальність за когось, щось.

відповідати (*за* + *A.*) (*перед* + *I.*)

5. *тільки недок., неперех.* Бути відповідним чому-небудь, бути у відповідності з чимсь.

відповідати (*D.*)

Кожне з п'яти наведених значень має відповідник у польській мові, при чому необов'язково один:

1. *odpowiadać* () (*D.*) (*на* + *A.*) (*на* + *L.*), *odpisać* (*D.*) (*на* + *A.*)

2. *odpowiadać* (*D.*) (*A.*) (*з* + *G.*) (*на* + *A.*) (*на* + *L.*)

3. *odpowiadać* (I.) (*na* + A.)
4. *odpowiadać* (*za* + A.) (*przed* + I.)
5. *odpowiadać* (D.)

Але польському *odpowiadać* () (*na* + A.) в шостому значенні відповідає дієслово *widzukuватися* () (*na* + A.) в першому значенні.

Представимо викладене у формі рівнянь:

$$A^1 () (D.) (na + A.) (na + L.) \approx B^1 () (D.) (na + A.) (na + L.), C^1 (D.) (na + A.)$$

$$A^2 (D.) (A.) (z + G.) (na + A.) (na + L.) \approx B^2 (D.) (A.) (z + G.) (na + A.) (na + L.),$$

$$A^3 (I.) (na + A.) \approx B^3 (I.) (na + A.),$$

$$A^4 (za + A.) (przed + I.) \approx B^4 (za + A.) (przed + I.),$$

$$A^5 (D.) \approx B^5 (D.),$$

$$D^1 () (na + A.) \approx B^6 () (na + A.).$$

Ми бачимо, що можемо додати до цього ланцюжка і решту значень дієслова *widzukuватися* з їхніми відповідниками з української сторони, і синоніми до певних значень дієслова *odpowiadać* з польської сторони. В певних ланках (на синонімічних рядах) на ланцюжку виникають відгалуження, тобто нові, побічні ланцюжки, що самі можуть мати подальші відгалуження, і так далі.

Отже, при укладанні двомовного словника можна скористатися звичайною моделлю, тобто написати іншомовні відповідники для всіх значень реєстрового слова першої мови, після чого перейти до наступного за абеткою реєстрового слова. Таким чином ми отримаємо українсько-польський або польсько-український словник.

Як показує перекладацька практика, для переважної частини реєстрових слів іншомовні відповідники розбиваються на дві-три групи (якщо не приймати до уваги можливі синоніми), в кожній з яких можна виділити певне реєстрове слово «з іншої сторони», як це було показано вище. Але якщо дописувати відповідники першої мови до нових «правих» реєстрових слів для того, щоб цього разу відповідники з лівого боку утворили кілька груп з новими «лівими» реєстровими словами, буде порушено алфавітний принцип укладання словника. Крім того, інколи ланцюжок реєстрових слів може в певний момент перериватися або сильно розгалужуватися через включення синонімічних рядів. В останньому випадку такі розгалуження краще виокремити та утворити з них нові ланцюжки з відповідними реєстровими словами.

Втім, зазначені проблеми легко вирішити, якщо до основної частини, де «праві» і «ліві» реєстрові слова інтегруються за принципом еквівалентності в одному чи кількох значеннях реєстрових слів, додати індекси обома мовами, де при кожному слові буде номер/номери рядка/рядків основної частини.

Введене вище поняття «фразове дієслово» в контексті укладання великого за об'ємом та граматично насиченого словника здається зайвим. Його доречно застосовувати як мнемонічний прийом, за допомогою якого легше можна запам'ятовувати пари з різним керуванням, напр., *звинувачувати в – oskarżać o*.

Висновки та перспективи досліджень. Контрастивний аналіз дієслівного керування в українській та польській мовах дозволяє виявити відмінності в структурі дієслівних конструкцій з тотожними значеннями, глибше дослідити особливості цих споріднених мов. При укладанні двостороннього словника дієслівного керування можна використати запропоновану вище модель.

Вжиті скорочення:

- A. – знахідний відмінок
- D. – давальний відмінок
- G. – родовий відмінок
- I. – орудний відмінок
- L. – місцевий відмінок
- N. – називний відмінок
- * – приклад взятий з [9]

Джерела та література

1. Фурса В. Лексико-семантична типологія дієслівного керування в українській літературній мові. *Українська мова*. 2017. № 3. С. 120-131.
2. Фурса В. Дієслівне керування на тлі граматичних норм української літературної мови початку ХХІ сторіччя. «Граматичні читання – Х» Матеріали Міжнародної науково-теоретичної конференції, [S.l.]. Червень 2019 р. С. 59-65, Доступно за адресою: <<http://jgch.donpu.edu.ua/article/view/6630>>. Дата доступу: 1 травня 2020 р.
3. Колібаба Л. Матеріали до «Словника граматичного керування дієслів». *Лексикографічний бюлетень : Зб. наук. пр. К. : Ін-т укр. мови НАН України*, 2011. Вип. 20. С. 208-221.
4. Jastrzębski M. Uwagi o rekcji czasownika w języku ukraińskim (w porównaniu z czasownikiem polskim). *Teka Komisji Polsko-Ukraińskich Związków Kulturowych*. XI/2016. S. 61-66.

5. Greń Z. Z problematyki konfrontatywnych badań czasownika w językach blisko spokrewnionych / *Z polskich studiów slawistycznych, seria VIII*, Warszawa 1992, s. 63-68.
6. Pastuchowa M., Siuciak M. Współczesne zmiany rekcji czasowników jako przejaw stałej tendencji w dziejach polszczyzny (na przykładzie dopełniacza i biernika). *Forum Lingwistyczne*. 1/2014. S. 77-87.
7. Колибаба Л., Фурса В. Словник дієслівного керування. Київ : Либідь/ 2016, 656 с.
8. Kamenárová R. a kol. Krížom Krážom. Slovenčina B1. Bratislava : Studia Academica Slovaca, 2011. S. 252.
9. Словник української мови: в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І.К. Білодіда. К. : Наукова думка, 1970-1980.
10. Новий тлумачний словник української мови : У 4-х т. 42000 слів / Укл.: Яременко Василь, Сліпушко Оксана. Київ : Аконтит. 1999-2000.
11. Słownik języka polskiego / red. nac. Witold Doroszewski. Polska Akademia Nauk. T. 1-11. Warszawa : Wydaw. Nauk. PWN. 1996-1997.
12. Słownik języka polskiego / red. M. Szymczak. t. 1-3. Warszawa : Państwowe Wydawnictwo Naukowe. 1978-1981.

**Юлія Колос, кандидат педагогічних наук, доцент,
Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»**

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ІМПЕРАТИВІВ В АНГЛОМОВНИХ ІНСТРУКЦІЯХ УКРАЇНСЬКОЮ

Стаття присвячена перекладу директив, зокрема імперативів, у текстах англомовних інструкцій українською мовою. Проаналізовано види спонукальних речень, способи їхнього перекладу українською мовою. Розглянуто стандарти формулювання тексту інструкції, зокрема при викладенні обов'язкових вимог у тексті. Також досліджено неімперативні конструкції, а саме конструкції з модальними та перформативними дієсловами.

Ключові слова: інструкція, імперативні конструкції, неімперативні конструкції, модальні дієслова, перформативи.

Yuliia Kolos. Peculiarities of translation of imperatives in English language instructions into Ukrainian

The article deals with the translation of the directives, including imperatives, in the texts of English-language instructions into Ukrainian. Imperative sentences types were analyzed as well as the ways of their translation

into Ukrainian. Standard wording of the text of the instructions, offering the necessary requirements was considered. In addition, non-imperative constructions, namely constructions with modal and performative verbs were investigated.

Key words: instruction, imperative constructions, non-imperative constructions, modal verbs, performative verbs.

Вступ. Постійний розвиток науки та техніки зумовлює появу нової продукції в усіх галузях людської діяльності. Із перекладом інструкцій пов'язано чимало суміжних проблемних питань, що зумовлені їхніми лексико-стилістичними та граматичними особливостями. Оскільки інструкція належить до директивного дискурсу, у ній формуються накази, поради та рекомендації з різним ступенем імперативності. Інструктивний текст відображає комунікативну ситуацію інструктування, у якій присутні адресат, адресант, їхні установки та сфера діяльності. Інструкція репрезентується через суміжні жанри (прохання, пораду, навчальний текст тощо) із загальною спонукальною семантикою. Вона функціонує в певній соціально значущій ситуації, модель якої містить учасників, один з яких регулює діяльність іншого, тип та спосіб передавання інформації.

Мета дослідження. Метою статті є розглянути способи утворення імперативних конструкцій в англійській мові на матеріалі англійських інструкцій та шляхи їх передачі українською. Також розглянемо інші, неімперативні конструкції, що можуть використовуватися з тією ж метою, а саме – формулювання директив в англійських інструкціях.

Виклад основного матеріалу дослідження. Типовою організацією директивного дискурсу є модель каузації поведінки адресата (реципієнта) шляхом насадження йому певних алгоритмів поведінки і базових смислових елементів (концептів) цільового застосування, способу дії, тощо [1].

Стандартними для інструкцій є розповідні та спонукальні конструкції. У тексті переважає наказовий спосіб дієслів, вживається велика кількість модальних дієслів.

Спонукальні конструкції в англійській та українській мовах досконало вивчили Г. Г. Дрінко [2] та І. О. Міхалкова [3]. На думку першої дослідниці спонукування представляє собою директивний акт, мета якого змінити навколишній світ за допомогою мовленнєвих

актів [22]. За допомогою директивних висловлень мовець здійснює певну дію: він наказує, просить, радить, застерігає і т.п.

І. О. Міхалкова [3] вважає, що імперативне речення допускає структурну варіативність для вираження граматичних значень у межах трьох граматичних категорій: а) категорія «типу спонукання», яка представлена трьома опозиціями – «пряме спонукання», спонукання до спільної дії, спонукання до 3-ої особи, «зворотнє спонукання»; б) категорія ствердження/заперечності речення; в) категорія емпатичності речення [3, с. 7].

Г. Г. Дрінко виділяє наступні комунікативно-прагматичні типи спонукальних мовленнєвих актів: прескриптиви (команда, наказ (розпорядження), вимога, дозвіл, заборона), реквестиви (прохання (благання)), сугестиви (порада, пропозиція) та менасиви (застереження, погроза) [2].

Спонукальні конструкції, які входять до структури стверджувального речення в англійській мові, включають синтетичні форми дієслів: 2-ої особи однини та множини. Заперечні конструкції імперативних речень 2-ої особи включають форми дієслів аналітичного типу *don't + inf* [2, с. 38].

В українській мові форми наказового способу утворюються від основи теперішнього – майбутнього часу за допомогою закінчень другої особової парадигми. Заперечний імператив утворюється за допомогою заперечної частки *не* та синтетичної форми дієслова [22].

Як правило, використовують дієслово у другій особі множини доконаного виду, оскільки воно більш орієнтоване на результат дії. Заперечні конструкції можуть також перекладатися за допомогою слів *забороняється, не слід, не можна* тощо. Наприклад:

Avoid excessive heat and humidity. – **Бережіть** виріб від надмірного тепла та вологості.

Do not use if the product sterilization barrier or its packaging is compromised – **Забороняється** використовувати виріб, якщо порушено стерилізаційний бар'єр або упаковку

Для спонукальних конструкцій характерним є опущення займенника *you* в англійській мові або займенника *ти, ви* в українській мові, тобто використовується конструкція «дієсловом у формі наказового способу+...».

Типи спонукальних конструкцій, спрямованих на спонукання 3-ї особи однини та множини: імперативні (СК з аналітичним

імперативом, СК з синтетичним імперативом); неімперативні (СК з модальними дієсловами, СК з перформативними дієсловами)

У групу неімперативних конструкцій, входять конструкції з модальними та перформативними дієсловами. Домінантними є конструкції з модальними дієсловами *Vmod+inf*. Конструкції імперативного спонування у досліджуваних мовах виражають значення необхідності, неминучості дії, яку повинен здійснити адресат. Спонукального значення набувають речення, до складу яких входять модальні дієслова *must, can, need, shall, ought to* та ін. В українській мові не виділяється окрема група модальних дієслів, значення спонування передають предикативні прислівники: *могти мусити, сміти, вміти, слід/треба, можна* та ін.

Відповідно до стандартів формулювання тексту інструкції, при викладенні обов'язкових вимог у тексті мають використовуватися слова «повинен», «слід», «необхідно», «необхідно, щоб», «дозволяється тільки», «не допускається», «забороняється», «не слід». При викладенні інших положень слід використовувати слова – «як правило», «за необхідності», «може бути», «у випадку» тощо [4].

Значення необхідності здійснення дії в англійській мові передають конструкції *must + inf., should + inf., ought + inf., shall + inf., have + inf., be + inf.* Виражаючи необхідність здійснення дії, ці дієслова різняться відтінками відтворюваного значення і вживанням.

Найвищий ступінь категоричності притаманний модальним дієсловам *must, shall*. В українській мові таке значення передається за допомогою слів *повинен, мусити* або сполученням прислівників *обов'язково, неодмінно* з особовою формою дієслова. СК *must + inf., shall + inf.* використовуються для вираження вимоги, заборони. Значення повинності, характерне для дієслів *must, shall*, надає відтінку наполегливості іншим мовленнєвим актам (поради, пропозиції). Наприклад:

*To prevent injury to the user or other people and property damage, the following instructions **must** be followed.* – Для запобігання травмам і ушкодженню майна **необхідно** дотримуватися наступних інструкцій.

*Open, unused membrane **must** be discarded.* – Відкриту невикористану мембрану **слід** викинути.

СК із дієсловом *should* у порівнянні з *shall* передає менш наполегливу вимогу. У цьому дієслові сильніше почувається

імперативність і воля мовця. Дієслово *should* використовується для вираження поради, рекомендації:

*The membrane **should** be removed from the inner pouch with sterile gloves or instruments.* – Із внутрішньої упаковки мембрану **слід** витягати в стерильних рукавицях або стерильними інструментами.

*When the power cord is to be replaced, replacement work **shall** be performed by authorized personnel only using only genuine replacement parts.* – Заміна силового кабелю **повинна** здійснюватися кваліфікованим фахівцем з використанням запасних частин виробника.

СК із дієсловами *have to*, *have got to* виражають об'єктивну необхідність, а заперечна форма цих дієслів – відсутність такої необхідності:

*Word saves your files automatically, so you **don't have to** do it.* – Word зберігає Ваші файли автоматично, тому Вам **не потрібно** це робити.

Конструкції з заперечною часткою *не* мають значення заборони. Ці конструкції зближаються з заперечними імперативними конструкціями, але мають не такий категоричний відтінок. За допомогою заперечних конструкцій можна виразити різні модально-експресивні та емоційні відтінки заборони, наприклад: небажаності, недоцільності, осуду та ін.

*Aim the remote controller towards the unit to operate it. There **should not** be any blockage in between.* – Для керування пристроєм наведіть на нього пульт дистанційного керування. Між пультом дистанційного керування й пристроєм **не повинно** бути сторонніх предметів.

СК із дієсловом *to be* у значенні необхідності здійснення дії мають такі відтінки значення: необхідність здійснення дії відповідно до попередньої домовленості, а так само необхідність здійснення дії в майбутньому, викликана об'єктивними причинами. В українській мові цим значенням відповідають сполучення *мусити*, *треба*, *повинен* з інфінітивом:

*When the power cord **is to be replaced**, replacement work shall be performed by authorized personnel **only** using only genuine replacement parts.* – Заміна силового кабелю **повинна** здійснюватися кваліфікованим фахівцем з використанням запасних частин виробника.

СК *need + inf.* у значенні необхідності здійснення дії привносить відтінок потреби, потреби дії, тому що без здійснення цієї дії не можна обійтися.

В українській мові аналізованій конструкції відповідають сполучення предикативних слів *треба, необхідно* з інфінітивом:

*When the air conditioner is first turned on, you **need** to allow time for the room to cool down.* – При першому увімкненні кондиціонера охолодження повітря в приміщенні **можже** зайняти деякий час.

Нерідко такі речення містять обмежувальний прислівник *only*, прислівники *hardly, scarcely* та ін. Частіше конструкція з дієсловом *need* зустрічається в заперечних реченнях. У цьому випадку конструкція передає значення непотрібності здійснення дії:

*Since devices with Bluetooth wireless technology communicate using radio waves, they **do not need** to be in direct line-of-sight.* – Оскільки пристрої, які підтримують бездротову технологію Bluetooth, з'єднуються між собою за допомогою радіохвиль, їм **не обов'язково** бути в зоні прямої видимості.

Можливість здійснення дії передають конструкції з модальними дієсловами *can, could, may, might*. СК *can(could)+inf.* і *may(might) + inf.*

*Fixation of the membrane **may be** indicated to avoid displacement due to loading or mobilization.* – **Можлива** фіксація мембрани для запобігання її зміщенню через навантаження чи рухливість.

Спонукальні бездієслівні конструкції входять до структури особливого типу речень, до бездієслівних спонукальних речень. Речення, які не містять дієслова в імперативі, здійснюють безпосереднє волевиявлення, експліцитно називають ознаку імплікованої дії. Прикладом такої форми вираження спонукання є використання спеціальних сигнальних слів: *warning* – *обережно*, *caution* – *увага*, *precautions* – *застереження*, *note* – *примітка*, *contraindications* – *протипоказання*, *intended use* – *призначення*.

Перформативність – насамперед властивість дієслів мовлення. Більшість мовленнєвих дієслів мають цю властивість. Перформативними дієсловами є дієслова: *ask* – *просити*, *order* – *наказувати*, *allow* – *дозволяти*, *permit* – *дозволяти*, *advise* – *радити*, *recommend* – *рекомендувати*, *forbid* – *забороняти*.

*We **strongly discourage** the use of an adapter due to potential safety hazards.* – Ми **настійно рекомендуємо не використовувати** адаптери у зв'язку з потенційною небезпекою нанесення травм користувачеві.

У текстах інструкції допускається використовувати розповідну форму викладу тексту документа, наприклад:

The bone defect is exposed by a mucoperiosteal flap and basic surgical procedures are performed (e.g. curettage). – Дефект кістки **відкривають**, формуючи слизово-надкістковий клапоть, після чого **виконують** основні хірургічні операції (наприклад, кюретаж).

Висновки та перспективи досліджень. Отже, спонукальні конструкції, які входять до структури стверджувального речення в англійській мові, включали синтетичні форми дієслів: 2-ої особи. Заперечні конструкції імперативних речень 2-ої особи включають форми дієслів аналітичного типу *don't + inf.* В українській мові використовують дієслово наказового способу у другій особі множини доконаного виду, оскільки воно більш орієнтоване на результат дії. Заперечні конструкції можуть перекладатися за допомогою слів *забороняється, не слід, не можна* тощо. До групи неімперативних конструкцій, входять конструкції з модальними та перформативними дієсловами. Домінантними є конструкції з модальними дієсловами *Vmod+inf.* Відповідно до стандартів формулювання тексту інструкції, при викладенні обов'язкових вимог у тексті мають використовуватися слова «повинен», «слід», «необхідно», «необхідно, щоб», «дозволяється тільки», «не допускається», «забороняється», «не слід». Спонукальні бездієслівні конструкції входять до структури особливого типу речень, до бездієслівних спонукальних речень. Прикладом такої форми вираження спонукування є використання спеціальних сигнальних слів. У текстах інструкції допускається використовувати розповідну форму викладу тексту документа, що теж може мати директивне значення.

Джерела та література:

1. Пастернак Т. А. Методика дослідження спонукального дискурсу на прикладі навчальних інструкцій. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Філологічні науки. – К.: Міленіум, 2017. – Вип. 263. – С. 28–35. URL: <http://journals.nubip.edu.ua/index.php/Filol/article/viewFile/10736/9408> (дата звернення: 15.02.2020).
2. Дрінко Г.Г. Спонукальні конструкції в англійській та українській мовах : дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.17. Донецьк, 2005. 182 с.
3. Михалкова И.А. Императивные предложения в современном английском языке: дис... канд. филол. наук : 10.02.04. М., 1986. 288 с.

4. ГОСТ 2.105-95. Единая система конструкторской документации. Общие требования к текстовым документам. [Чинний від 1996-07-01], 1996. 28 с.
5. КОНДИЦІОНЕР ПОВІТРЯ LG A09LHH. ІНСТРУКЦІЯ З ЕКСПЛУАТАЦІЇ. URL: <http://gscs-b2c.lge.com/downloadFile?fileId=KROWM000522714.pdf>.
6. Посібник користувача Телефон Lumia з оновленням Windows 10 Mobile / Microsoft. URL: http://download-support.webapps.microsoft.com/ncss/PUBLIC/uk_UA/smartwebpdf/GUID-8D2842BA-8EA5-49A6-A66E-36C87437D092/Lumia_with_Windows_10_UG_uk_UA.pdf
7. AIR CONDITIONER LG A09LHH. OWNER'S MANUAL. URL: <http://gscs-b2c.lge.com/downloadFile?fileId=KROWM000522712.pdf>.
8. Lumia with Windows 10 Mobile. User Guide / Microsoft. 137 с. URL: http://download-support.webapps.microsoft.com/ncss/PUBLIC/en_US/smartwebpdf/GUID-8D2842BA-8EA5-49A6-A66E-36C87437D092/Lumia_with_Windows_10_UG_en_US.pdf.
9. Resorbable Collagen Membrane For Dental Surgery. Instructions For Use. URL: <https://www.bauschhealth.com>.

Иван Мацегора,
кандидат филологических наук, доцент,
Запорожский национальный университет

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ СЕМАНТИКИ ПРЕДЛОГОВ В УКРАИНСКО-РУССКОМ ПЕРЕВОДЕ ТЕКСТОВ УГОЛОВНОГО ПРАВА

В данной статье семантика предлогов в украинском и русском языках рассмотрена с точки зрения особенностей ее реализации в переводе текстов одной из подсистем правовой сферы украинского законодательства. На материале перевода различных жанров исследованы случаи несовпадения, эквивалентности, безэквивалентности значений предлогов, обусловленных различными факторами, имеющими важное значение для достижения максимальной адекватности содержания переводимого документа.

Ключевые слова: значение, семантика, предлог, эквивалентность, адекватность.

Ivan Matsehora. Features of the implementation of the semantics of prepositions in the Ukrainian-Russian translation of the texts of corner law

In this article, the semantics of prepositions in the Ukrainian and Russian languages are considered from the point of view of the features of its implementation in the translation of texts of one of the subsystems of the legal sphere of Ukrainian legislation. On the material of the translation of various genres, cases of inconsistency, equivalence, and nonequivalence of the values of prepositions caused by various factors that are important for achieving maximum adequacy of the content of the translated document are investigated.

Key words: meaning, semantics, preposition, equivalence, adequacy.

Введение. Язык – важный инструмент законотворчества. Именно он позволяет законодателям создавать тексты, содержащие в себе результаты их мыслительной деятельности в виде нормативных правовых актов (кодексы, положения, приказы и т. д.). Право существует исключительно в языке и развивается с помощью языка. Помимо этого, язык является средством проявления национальной принадлежности человека. Право, несомненно, начало формироваться в языке задолго до появления письменности и процесс формирования системы юридических терминов в языке начался раньше, чем появилась возможность их книжной фиксации и систематизации. В родственных языках (таких, как, например, русский и украинский) многие юридические термины образованы от общей славянской основы.

Являясь служебной частью речи, предлог выполняет строевую функцию любого текста, в том числе и юридического. Считаем актуальным проследить, как в современных литературных формах русского и украинского языков функционируют предлоги в текстах уголовно-процессуального права: как родственные, так и различные по своему происхождению и структуре.

На сегодняшний день морфологический уровень языка законодательства, а именно особенности реализации предложной семантики в официально-деловом стиле не становились предметом специального научного изучения. Актуальность освещения данного аспекта заключается в том, что исследуемые тексты характеризуются широким функционированием предлогов, в частности производных предложных единиц, что является одной из специфических характеристик анализируемых текстов. Данная проблема частично была описана в работах В.В. Раскина [1], Б.Ю.

Городецкого [1], В.Н. Комиссарова [2], Л. А. Капанадзе [3], М.Б. Костровой [4], Р.З. Мурысова [5].

Цель исследования – проследить и сопоставить эквивалентность семантики предлогов при переводе текстов уголовного права с украинского на русский язык.

Изложение основного материала исследования. В общей теории права сформировался устойчивый подход к естественному языку как средству письменной объективации права. Несколько поколений отечественных юристов традиционно считают, что «именно язык служит средством передачи информации о содержании правовых предписаний», язык закона – единственно возможный способ существования права, право не может жить без языка, «без языка не может быть права [6, с. 15]. Специалисты по уголовному праву, как и представители других отраслевых наук, безоговорочно поддерживают традиционный языковой подход, согласно которому языковая детерминированность уголовного закона является неоспоримым фактом, так как «законодатель не имеет другой формы воплощения своего волеизъявления, нежели через естественный язык. При этом «усовершенствование языка уголовного закона» рассматривается как средство оптимизации уголовного законодательства [4, с. 64].

В уголовно-правовой литературе характеристика языка уголовного закона неизбежно «сочетается» с характеристикой свойств законодательного текста. К числу общих и специальных признаков нормативно-правового текста Д. И. Милославская относит точность, безличность, простоту и доступность [7, с. 102]. А. И. Ситникова пишет, что «реализация принципа законности требует в первую очередь максимально чёткого, не допускающего различных толкований описания непосредственно в законе объективных и субъективных криминообразующих признаков деяний, признаваемых преступлениями. Пусть даже текст закона будет громоздким, не столь стилистически изящным, как хотелось бы, но зато абсолютно понятным и потенциальному правонарушителю, и должностному лицу, применяющему уголовный закон» [8, с.22].

На различных языковых уровнях юридические тексты имеют ряд особенностей. Например, на морфологическом уровне юридический стиль характеризуется использованием сложных союзов, малым количеством личных местоимений. На лексическом

уровне объективность проявляется в полном отсутствии эмоционально окрашенной и оценочной лексики. На синтаксическом уровне стилевые черты проявляются в употреблении большого количества сложноподчинённых предложений, а также большого количества предложений с однородными членами, что объясняется стремлением юридического стиля все предвидеть и описать.

Тексты уголовного права, условно определяемые в нашем исследовании как уголовно-правовые, отличаются большей стилистической и языковой однородностью, чем документы других подстилей. Для них типично употребление собственной лексики, которая имеет в юридическом словаре особое значение, употребление большого количества терминов и терминологических выражений, назывной характер, т.е. частое употребление глаголов и глагольных выражений, чёткая структура построения документа.

Анализ употребления предлогов в данных текстах позволяет выделить четыре семантические подгруппы, которые условно можно объединить объединяются на основе общей семы:

подгруппа со значением «указание на условие, при проявлении которого что-либо совершается»: *в случае (чего), в случаях (чего), в условиях (чего), при возможности (чего), при наличии (чего), при нарушении (чего), при осуществлении (чего), при участии (чего), при условии (чего)*;

подгруппа со значением «указание на отсутствие условия для выполнения чего-либо», «недостаточности»: *при отсутствии (чего), при прекращении (чего)*;

«указание на условие, от которого зависит или не зависит осуществление деятельности, выполнение действий» — *вне зависимости от (чего), независимо от (чего), в зависимости от (чего)*;

«указание на условие, при котором происходит смена одного действия или явления другим» — *(при переходе (чего), при переходе на (что), при переходе с (чего))*.

Менее продуктивными для текстов официально-делового стиля являются предлоги с пространственной семантикой. Здесь можно говорить о е семантических подгруппах:

подгруппа со значением «указание на ограниченное пространство, локум, на котором или в котором происходит действие» — *в границах (чего), в пределах (чего) в первом значении, в районах (чего), в районе (чего), на месте (чего), по месту (чего)*

подгруппа со значением «указание на документ, вне которого происходит, совершается действие» – *вне места (чего), за пределами (чего) во втором значении, за пределы (чего) – в первом значении, из зоны (чего)*.

Как справедливо отмечает профессор А. М. Чепасова, «способность предлогов делать текст связным, грамматически правильным делает эту часть речи особой по типу значения, которое (значение), не являясь номинативным, тем не менее совершенно необходимо для языка как структурной системы, делающей язык стройным, «правильным» с точки зрения русского сознания» [9, с. 57].

На сегодня морфологический уровень языка законодательства, а именно его предложная система и особенности ее перевода недостаточно описаны в научной литературе. Предлог – часть речи, которая долгое время остававшейся на периферии внимания не только филологов, но и славистов вообще. Актуальность освещения данного аспекта грамматического уровня языка заключается в том, что исследуемые тексты характеризуются широким функционированием предлогов, в частности производных предложных единиц является одной из специфических характеристик анализируемых текстов.

Проведённый анализ языка украинских законодательных текстов и их перевода на русский язык убедительно свидетельствует, что в исследуемом текстовом массиве чаще всего используются «собственное предлоги» и «слова, употреблённые в значении предлогов».

Следует акцентировать внимание на том, что в некоторых случаях просто однозначно разграничить наречие и омонимический ему производный предлог *після* – укр., *после* – русск. от которого он образован [11, с. 120]. Этот предлог управляет только родительным падежом. По утверждению А. С. Мельничука, предлог *после* «имеет временное значение, вводя названия временных моментов, а также событий и объектов, позже которых наступает действие, обозначаемая управляющим словом» [цит. по: 4, с. 68]: например, *надання медичної й іншої допомоги потерпілому безпосередньо після здійснення злочину, добровільне відшкодування майнового збитку й моральної шкоди, заподіяних у результаті злочину, інші дії, спрямовані на загладжування шкоди, заподіяної потерпілому* [10, ст. 25] – *оказание медицинской и иной помощи потерпевшему*

непосредственно после совершения преступления, добровольное возмещение имущественного ущерба и морального вреда, причинённых в результате преступления, иные действия, направленные на заглаживание вреда, причинённого потерпевшему.

Необходимо отметить также употребления производного предлога *внаслідок* – укр., *в результате / вследствие* – русск. [11, с. 41]. В проанализированных текстах установлено, что этот предлог функционирует в значении причины, управляя отглагольными существительными типа *нарушение* и *предъявление*, функционирующими в форме родительного падежа. Например: *Якщо внаслідок скоєння навмисного злочину заподіюються тяжкі наслідки, які за законом тягнуть більші суворе покарання і які не охоплювалися наміром особи, кримінальна відповідальність за такі наслідки настає тільки у випадку, якщо особа передбачила можливість їх настання, але без достатніх до того підстав самовпевнене розраховувало на їхнє запобігання, або у випадку, якщо особа не передбачила, але повинна була передбачити можливість настання цих наслідків* [10, ст. 59] – *Если в результате совершения умышленного преступления причиняются тяжкие последствия, которые по закону влекут более строгое наказание и которые не охватывались умыслом лица, уголовная ответственность за такие последствия наступает только в случае, если лицо предвидело возможность их наступления, но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на их предотвращение, или в случае, если лицо не предвидело, но должно было и могло предвидеть возможность наступления этих последствий.* Данный фрагмент перевода демонстрирует факт вариативности семантических разрядов предлогов в украинском и русском языках.

Исследованный материал позволяет выделить предлоги, которые реже употребляются в текстах уголовно-процессуального права, и, соответственно, полностью эквиваленты при их переводе с украинского на русский язык, например, *замість (вместо), навкруги (вокруг), уздовж (вдоль), відносно (относительно)*. Например: *викрадення, привласнення, вимагання офіційних... а також здійснення таких самих дій відносно приватних документів...*» [10 ст.357] – *Похищение, присвоение, требование официальных... а также осуществление аналогичных действий относительно частных документов.*

Невысокой частотностью функционирования отмечены в текстах уголовного права такие производные предлоги, как *напередодні, завдяки, протягом*, которые одиночно встречаются в языке анализируемой области права.

Среди производных предлогов, которые часто употребляются в текстах уголовного права необходимо отметить частотность предложных единиц, образованных по такой модели: «простой предлог + существительное в косвенном падеже, например: *без застосування, без участі, у порядку, з метою, в інтересах, за допомогою, по питаннях, за рахунок, в особі, в області. Здійснення закупівлі товарів, робіт та послуг за державні засоби без застосування певним законом процедур* [10, ст. 158] – *Осуществление закупки товаров, работ и услуг за государственные средства без применения определённых законом процедур*.

Неповнолітньому може бути пред'явлена також вимога повернутися в освітню організацію або працевлаштуватися за допомогою спеціалізованого державного органу. Справжній перелік не є вичерпним [10, ст. 120] – *Несовершеннолетнему может быть предъявлено также требование возвратиться в образовательную организацию либо трудоустроиться с помощью специализированного государственного органа. Настоящий перечень не является исчерпывающим*.

Семантика таких предложных сочетаний требует полной эквивалентности в переводе подобных конструкций для максимальной передачи юридических последствий.

Большинство подобных составных предлогов характеризуется тем, что компоненты-существительные в их составе сохраняют живые и тесные парадигматические и семантические связи с соответствующими производящими, неся в себе элементы предметного значения.

Малочисленную группу составляют также предлоги, которые соотносятся с адвербиализованными отглагольным формам: *включаючи, виключаючи, враховуючи*, кваліфіціруємі як такіе, которые употребляются в функции предлогов.

Выводы и перспективы исследования. Таким образом, проанализировав специфику передачи семантики предлогов при переводе текстов уголовно-правовой сферы с украинского на русский язык, можно сделать вывод о том, что между семантической

структурой предлогов имеются определённые различия. Они, как правило, касаются предлогов производной структуры, которые реализуют своё значение в строго ограниченном морфологическом пространстве, которые зависят от составляющих их компонентов. Также в процессе исследования была отмечена определённая асимметрия семантических структур переводимых элементов. Дальнейшая разработка подобных вопросов представляется перспективной в контексте формирования практических рекомендаций для осуществления юридического перевода, актуальность которого закреплена как на законодательном уровне (ст. 62 УК Украины), а также разработкой и формированием учебных спецкурсов.

Источники и литература

1. Городецкий, Б.Ю., Раскин, В.В. Термины с лингвистической точки зрения. Место терминологии в системе современных наук: тезисы. докл. науч. симпозиума (г. Москва, 10.11.1998). Москва, 1998. С. 134–141.
2. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): учебное пособие. Москва : Флинта, 2001. 253 с.
3. Капанадзе Л.А. О понятиях «термин» и «терминология». Развитие лексики современного русского языка. Москва : Наука, 1995. С. 77–80.
4. Кострова М.Б. Изобразительно-выразительные средства языка в уголовном законе: о допустимости использования. Журнал российского права. 2008. №8. С. 63-73.
5. Мурясов Р.З., Газизов Р.А. Система предлогов в контрастивно-типологическом аспекте. Вестника Башкирского университета. Филология и искусствоведение. 2017. № 2. С.424-431
6. Корж А.В. Ділова українська мова для юристів. Київ : Академія, 2002. 176 с.
7. Милославская Д.И. Типичные трудности семантической интерпретации юридического текста. Юрислингвистика . Барнаул : АГУ. 2010. С. 102–105.
8. Ситникова А.И. Законодательная текстология и ее применение в уголовном праве: монография. Москва : Изд-во «Юрлитинформ», 2010. 232 с.
9. Чепасова А. М. Лексические и фразеологические предлоги современного русского языка. Челябинск : Изд-во ЧГПУ, 2009. 149 с
10. Кримінальний кодекс України : Закон України від 05.04. 2003 р. № 2341 – III. Відомості Верховної Ради України, 2003, № 25–26.
11. Воробйова С.А. Російсько-українсько-англійський словник правничої термінології: труднощі терміновживання . Київ : Українська правнича фундація, 1994. 553 с.

**Наталія Рябокінь, кандидат філологічних наук,
Полтавський інститут економіки і права
Університету «Україна»**

ПОНЯТТЯ ЕКВІВАЛЕНТНОСТІ ТА АДЕКВАТНОСТІ В ПЕРЕКЛАДІ

У статті розглянуті поняття еквівалентності, адекватності та повноцінності в перекладі. Проаналізовано досвід тлумачення цих понять у лінгвістиці. Встановлено, що еквівалентний переклад – відтворення єдності змісту і форми оригіналу засобами іншої мови. Адекватний переклад враховує і змістову, і прагматичну еквівалентність, не порушуючи при цьому ніяких норм, є точним. Визначено, що зважаючи на розмежування термінів адекватність й еквівалентність, виокремлюють адекватний та еквівалентний переклад: адекватний відповідає поставленій меті, еквівалентний ґрунтується на функціональній відповідності оригіналу та перекладу.

Ключові слова: еквівалентність, адекватність, повноцінність перекладу, зміст, форма.

Nataliya Ryabokin. The concept of equivalence and adequacy in translation

The article deals with the concepts of equivalence, adequacy and completeness in translation. The experience of interpreting these concepts in linguistics is analyzed. It is found out that equivalent translation is the reproduction of unity and content and form of the original text with the means of another language. Adequate translation takes into account both the content and the pragmatic equivalence, without violating any norms. It is accurate and without all sorts of irreducible overlaps. It is determined that due to the delineation of terms adequateness and equivalence, there are adquette and equivalence translation: the adequate translation meets the stated goal, the equivalence is based on the functional correspondence and originality.

Key words: equivalence, adequacy, completeness of the translation, content, form.

Вступ. При оцінці якості перекладу, у сучасному перекладознавстві вживаються терміни еквівалентності, адекватності та повноцінності перекладу. Як зазначає В. Комісаров, еквівалентність перекладу є головною ознакою й умовою його існування, вона розкриває найважливішу особливість перекладу та є одним із центральних понять сучасного перекладознавства [1, с. 35].

Уважається, що вперше термін еквівалент використано в сучасному перекладознавстві з огляду на машинний переклад, а традиційний термін перекладацька еквівалентність увів до перекладознавства Р. Якобсон [2].

Питанню еквівалентності присвячено праці таких відомих українських учених, як Н. Гордієнко, А. Бочарнікова, Р. Зорівчак, В. Карабан, Т. Кияк, також це питання вивчали такі зарубіжні вчені, як: В. Виноградов, В. Комісаров, Л. Латишев, Ю. Найда, М. Бейкер, С. Гелверсон, Дж. Касагранде, Дж. Кетворд та інші [3].

Проблема встановлення еквівалентності (відповідності) текстів оригіналу та перекладу завжди залишиться дискусійною та відкритою для розгляду, адже, здійснюючи переклад, перекладач свідомо чи несвідомо залучає до тексту власне розуміння оригіналу й устанавлює баланс співвідношення двох мов і культур. **Мета дослідження** – дослідити й узагальнити питання еквівалентності, визначити типи та способи її досягнення у перекладі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Переклад передбачає потрібну корекцію змісту оригінального тексту: при рефлексивній інтерпретації його перекладачем, при породженні ним перекладного тексту в новій семіотичній формі, при сприйнятті цієї форми та вкладеного змісту адресатом перекладу.

Еквівалентність це співвідношення вихідного та кінцевого текстів, при якому враховується мета перекладу. Як зазначає В. Карабан, переклад тексту, можна вважати адекватним, якщо хоча б одна з двох умов збережена: правильно перекладені усі терміни та їх сполучення; переклад є зрозумілим для спеціаліста і в нього немає до перекладача ніяких питань і зауважень [4, с 10].

Еквівалентний переклад – відтворення єдності змісту і форми оригіналу засобами іншої мови. Адекватний переклад враховує і змістову, і прагматичну еквівалентність, не порушуючи при цьому ніяких норм, є точним і без усіляких неприпустимих перекручень. Оскільки адекватний переклад має оціночний характер, то варто розглянути таке поняття як повноцінність перекладу. Повноцінність перекладу полягає в передачі для вихідного тексту співвідношення змісту і форми шляхом відтворення особливостей останньої (якщо це можливо за мовними умовами) або створення функціональних відповідників цих особливостей. Повноцінний переклад передбачає рівновагу між цілим та окремим і визначає специфіку твору (змісту і форми). Дослівна передача окремо взятих

елементів не означає ще повноцінної передачі цілого, оскільки останнє не є звичайною сумою цих елементів, а являє собою певну систему.

Одним з головних завдань перекладача є створення адекватного перекладу. Існує чотири параметри адекватності перекладу: параметр адекватності передачі семантичної інформації; параметр адекватності передачі емоційно-оціночної інформації; параметр адекватності передачі експресивної інформації; параметр адекватності передачі естетичної інформації [5].

Еквівалентність перекладу розглядається як близькість оцінок змісту текстів їхніми адресатами; відповідність поставлених перед перекладачем меті.

Концепція, згідно з якою оцінка ефективності перекладу залежить від ступеня досягнення поставленої перед перекладачем мети, отримала назву скопос-теорії, розробленої у працях німецької дослідниці К. Райс [6]. Вона разом із Х. Вермейсром обґрунтувала положення про переклад як вид практичної діяльності, успіх якої визначається ступенем досягнення мети цієї діяльності. Теологічна установка перекладача може залежати від типу тексту, кола можливих адресатів; відповідно до поставлених цілей один текст може отримати кілька варіантів перекладу. При цьому дотримання еквівалентності оригіналу й перекладу не є важливим, якщо це не передбачено метою, головне – задовольнити попит замовників перекладу, відповідаючи цілям [6, с. 675]. Цю думку поділяє В. Комісаров, який зазначає, що потрібно лише, щоб переклад зберігав мету комунікації оригіналу, а конкретне рішення може бути різним [1, с. 121–122].

За В. Комісаровим, мета комунікації може бути інтерпретована як частина змісту висловлювання, що виражає головну чи домінуючу функцію цього висловлювання. В. Комісаров мету комунікації розглядає як рівень еквівалентності [1, с. 121–122]. Розмежовує поняття еквівалентності й адекватності О. Швейцер, услід за ним і М. Гарбовський. Еквівалентність перекладу передбачає його відповідність тим очікуванням, які покладають на нього учасники комунікації, а також тим умовам, в яких він створюється. Категорія адекватності є характеристикою не міри відповідності тексту перекладу тексту оригіналу, а міри його відповідності учасникам комунікації, вважає М. Гарбовський [7, с. 48]. При цьому адекватність як властивість перекладу в

більшій мірі орієнтована на одержувача перекладу. Зважаючи на розмежування термінів адекватність й еквівалентність, виокремлюють адекватний та еквівалентний переклад: адекватний відповідає поставленій меті, еквівалентний ґрунтується на функціональній відповідності оригіналу та перекладу.

У перекладознавстві розрізняють теоретично можливу й оптимальну еквівалентність. Теоретично можлива визначається співвідношенням структур і правил функціонування двох мов, оптимальна – відповідністю оригіналу та перекладу в конкретному випадку. Співвідношення між цими двома типами еквівалентності покладені в основу рангових моделей перекладу, які враховували як мінімальні відповідності морфем, слів, речень, так і модифікували вибір перекладача нормами мов оригіналу й перекладу та контекстом. Досягнення повної еквівалентності в такому розумінні практично неможливе, а іноді навіть небажане, адже це руйнує відповідність впливу текстів на читача оригіналу та перекладу [8, с. 675].

Спроби побудувати типологію еквівалентності дозволили виділити теорії рівнів еквівалентності. Найвідоміші теорії рівнів еквівалентності ґрунтуються на трьох типах відповістей знака, установлених в семіотичі: семантичному, синтаксичному та прагматичному.

Семантика є відношенням знака (в унілатеральній концепції знака) або форми знака (в білатеральній концепції) до позначеного ним змісту. Синтактика є відношенням знака до інших знаків в мовленнєвому потоці. Прагматика є відношенням знака до інтерпретатора.

Модель перекладацької еквівалентності Г. Єгера відтворюється на чотирьох рівнях: прагматичному (для чого говорить) семантичному-1 – денотативному (про що говорить) семантичному-2 – сигніфікативному (як сказати) синтаксичному (як розташувати елементи висловлювання відносно один одного) [9, с. 53–55].

О. Швейцер також виокремлює чотири рівні еквівалентності: прагматичний, семантичний (компонентний), семантичний (референційний), синтаксичний [10, с. 85–87]. Домінуючим є прагматичний рівень, що «охоплює такі життєво важливі для комунікації фактори, як комунікативна інтенція, комунікативний ефект, установка на адресата ... управляє іншими рівнями» [10].

В. Комісаров розмежовував такі рівні еквівалентності: цілі

комунікації, способу опису ситуації, опису ситуації, структури висловлення, лексико-семантичної відповідності [1, с. 34]. У сучасних працях теоретиків перекладознавства розглядаються такі типи еквівалентності: денотативна (фонова / екстралінгвальна) інформаційна еквівалентність; конотативна, орієнтована на передачу стилістичного регістру або говору (соціолекту); структурно-нормативна як збереження жанрової специфіки оригіналу; прагматична, що передбачає адаптацію змісту оригіналу з метою його правильного сприйняття читачем перекладу; формально-естетична, орієнтована на відповідність враження від тексту оригіналу та перекладу [11].

Американський перекладач і теоретик перекладу Ю. Найда запропонував виділити два типи еквівалентності перекладу: формальну та динамічну [7]. Формальна орієнтована на оригінал (на форму та зміст) і передбачає збереження в тексті перекладу формальних ознак оригіналу (відтворення граматичних форм, пунктуації, абзаців, калькування ідіом за умови пояснення у примітках і коментарях відхилень від оригіналу). При дотриманні формальної еквівалентності увага концентрується на самому повідомленні, як на його формі, так і на змісті [7]. Ю. Найда такий переклад називає перекладом-глосою, що переносить реципієнта до культури народу, мовою якого написаний оригінал. Динамічна еквівалентність орієнтована на читача перекладу й тому потребує від перекладача адаптації лексики та граматики. Одержувач перекладу не переноситься до іншої культури, йому запропоновано модус поведінки, релевантний контексту його власної культури [7].

Ю. Найда вважав формальну та динамічну еквівалентність полюсами, між якими розташовуються чимало проміжних типів. За Ю. Найдою, точний переклад є неможливим, отже, перед перекладачем постає вибір типу еквівалентності. Домінантою перекладу дослідник вважав динамічну еквівалентність, зважаючи на культурно-етнічний акцент його школи та специфіку перекладацької діяльності в Американському біблійному товаристві (адаптація Біблії переважно для сприйняття африканськими й індіанськими племенами) [8, с. 676].

У перекладознавчих студіях динамічна еквівалентність поступилася місцем комунікативно-функціональній, що визначається: як найоптимальніша збалансованість смислової, конотативної, екстралінгвістичної інформації текстів оригіналу та

перекладу, що мотивується необхідністю досягнення рівноцінності їхнього впливу на своїх адресатів; як найоптимальніший баланс семантики та форми, денотативної, конотативної стилістичної, культурної, прагматичної інформації текстів оригіналу та перекладу [12]. Визначення функціонально-комунікативної еквівалентності О. Селівановою [8] ґрунтується на визначенні, запропонованому в монографії «Текст і переклад», однак не абсолютизується відповідність прагматичного впливу оригіналу та перекладу на своїх читачів.

Висновки та перспективи досліджень. Еквівалентність текстів оригіналу та перекладу в перекладознавстві розглядається: як збалансоване співвідношення двох найбільш важливих характеристик текстів оригіналу й перекладу – повноти й точності змісту, що передається; як збереження відносної рівності змістової, смислової, семантичної, стилістичної та функціонально-комунікативної інформації оригіналу та перекладу.

Отже, для комуніканта текст оригіналу та текст перекладу виступають як рівноправні форми одного повідомлення, вони рівноцінні в їхньому функціональному навантаженні. Тому для досягнення такої адекватності перекладач повинен володіти «юридичною грамотністю», причому як іноземною, так і рідною мовою.

Перспективами подальшого дослідження вважаємо більш детальний та поглиблений розгляд засобів досягнення адекватності та еквівалентності при перекладі.

Джерела та література

1. Комиссаров В. Н. *Общая теория перевода*. М. : ЧеРо : Юрайт, 2010. 136 с.
2. Якобсон Р. *Речевая коммуникация. Избранные работы*. М. : Прогресс, 1985. С. 306–319.
3. Боголій О. М. *Use of translation transformation to achieve the equivalent translation of the scientific and technic*. Тези доповідей II Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції з міжнародною участю «Наука XXI століття: виклики, пріоритети, перспективи досліджень». 2018. С. 25–29.
4. Карабан В. І. *Переклад англійської наукової і технічної літератури*. Вінниця : Нова книга, 2002. 207 с.
5. *Переклад англомовної юридичної літератури*. Вінниця : Нова Книга, 2006. 656 с.

6. Райс К. Классификация текстов и методы перевода. *Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике: сб. ст. М. : Междун. отношения, 1978. С. 202–225.*
7. Фесенко Т. А. Концептуальные основы перевода / Т.А. Фесенко. Тамбов : Изд-во Тамб. ун-та, 2011. 124 с.
8. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.
9. Томсон Г. В. Право Европейского союза (общая часть) : уровень C1 / под общ. ред. Е.А. Торкуновой. М. : МГИМО, 2017. 286 с.
10. Швейцер А. Д. Теория перевода. Статус, проблемы, аспекты. М. : Наука. 1988. 214 с.
11. Кістяник В. І. Правова аргументація: сучасні підходи до її розуміння в зарубіжних дослідженнях. *Наукові записки НаУКМА. Юридичні науки. 2012. С. 20–23.*
12. Кэтфорд Дж. К. Лингвистическая теория перевода. *Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике: сб. ст. М. : Международные отношения, 1978. С. 91–114.*

РОЗДІЛ 5. МІЖКУЛЬТУРНЕ СПІЛКУВАННЯ Й ОСВІТНІЙ ПРОЦЕС

**Олена Вдовіна, кандидат наук із соціальних комунікацій,
Національний університет «Полтавська політехніка імені
Юрія Кондратюка»**

ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ЯК ЗАСОБУ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ЗВО (НА ПРИКЛАДІ ДИСЦИПЛІНИ «УКРАЇНСЬКА МОВА ЯК ІНОЗЕМНА»)

У статті розкривається сутність міжкультурної комунікації, виявлені підходи до визначення міжкультурної комунікації як спеціальної галузі знань в умовах глобалізації в рамках вітчизняної і зарубіжної традицій. Зроблено спробу аналізу факторів, які зумовлюють ефективність комунікації, а також способів подолання труднощів у процесі міжкультурного спілкування. Акцентовано увагу на засобах, що можуть використовуватись студентами-іноземцями як ефективне джерело для розширення словникового запасу та граматичних основ.

Ключові слова: міжкультурна комунікація, українська (російська) мова як іноземна, іноземний студент, заклад вищої освіти, культура, спілкування, компетентність.

Olena Vdovina. Teaching of a foreign language as a means of intercultural communication in institutions of higher education (on the example of Ukrainian as a foreign language)

The article reveals the essence of intercultural communication, identifies approaches to the definition of intercultural communication as a special field of knowledge in the context of globalization in the domestic and foreign traditions. An attempt is made to analyze the factors that determine the effectiveness of communication, as well as ways to overcome difficulties in the process of intercultural communication. Emphasis is placed on tools that can be used by foreign students as an effective source for expanding vocabulary and grammar.

Key words: intercultural communication, Ukrainian (Russian) as a foreign language, foreign student, institution of higher education, culture, communication, competence.

Вступ. Глобалізаційні світові процеси передбачають тісний та інтенсивний зв'язок культур, що різняться за своїм характером. При

цьому очевидним є те, що взаємодія у будь-якій сфері людської діяльності (духовній, політичній, економічній чи соціальній) передбачає, перш за все, міжкультурну взаємодію. Саме тому, викладання іноземної мови стає не просто вивченням граматики та поповненням словникового запасу студента, але й, передусім, розкриттям особливостей різних культур, вихованням толерантного ставлення до культурних відмінностей, які подекуди надзвичайно значні та очевидні. Освіта, як фактор формування особистості, повинна базуватися на принципах, які враховують той факт, що іноземна мова стає в повній мірі засобом міжкультурної комунікації, важливим та дієвим інструментом навчального процесу в цілому та міжособистісних стосунків викладачів зі студентами-іноземцями та студентів-іноземців зі студентами, для кого країна навчання є рідною. Особливої уваги заслуговує той факт, що нині однією з найважливіших ключових характеристик університету світового рівня, що відображають його успішність на світовому ринку освітніх послуг, є наявність критичної маси (значної частки) іноземних студентів і аспірантів.

Комплексне вирішення питань інтернаціоналізації освіти і збільшення контингенту іноземних студентів є актуальним завданням на сучасному етапі розвитку вітчизняної системи освіти. Крім економічних вигод, навчання іноземних студентів в Україні має стратегічне значення – через підготовку інтелектуальної еліти і поширення української мови і культури підвищується міжнародний вплив України у світовому співтоваристві. Варто зазначити, що вивчення української мови як іноземної є необхідною умовою здобуття вищої освіти студентами-іноземцями у закладах вищої освіти (ЗВО) України відповідно до Статті 7 Закону про освіту №3491-д.

Мета дослідження – аналіз міжкультурної комунікації у ЗВО при викладанні української мови як іноземної.

Виклад основного матеріалу дослідження. Напрямок дослідження, об'єктом якого є взаємовідносини суб'єктів, що являються представниками різних культур, отримав назву «міжкультурної комунікації» [1, с.8].

Процеси, змістом яких є прагнення до розуміння тих чи інших культур та їх представників, спрямовані на вивчення спільних та відмінних культурних рис, мають таку ж давню історію як і етнічна та культурна різноманітність людства. Саме ця особливість стала

основою для появи великої кількості дискусій серед науковців щодо історії розвитку та природи міжкультурної комунікації.

Ще за часів Античності Арістотель, Платон, Сократ, а пізніше – Кант, Бубер, Лейбніц та Декарт у своїх працях відкривали шлях до розуміння значимості і цінності людського «Я», складності і взаємозалежності «Я» і «ТИ» особливостей взаємозв'язку мови та мислення. Бердяєв, Данилевський, Ніцше, Шпенглер та Ясперс, а також ряд інших вчених досліджували діалектику цивілізації та культури загалом [2, с.4].

Виховне значення мови і культури при формуванні особистості розглядали у свої працях Коменський та Песталоцци. І хоча вперше термін «міжкультурної комунікації» вперше був сформований у 1954 році у книзі американських вчених Холла і Трагера «Культура як комунікація: модель та аналіз», історія його є набагато довшою та своїми корінням сягає найдавніших часів. Холл був переконаний, що головною метою необхідності вивчення міжкультурної комунікації є дослідження практичних потреб представників різних культур для їх успішного та ефективного спілкування один з одним. Саме висловлювання Холла «Культура – це комунікація, комунікація – це культура» стало своєрідним постулатом, яке характеризує усю глибину даного поняття.

Не можемо лишити й поза увагою спільну наукову працю двох американських вчених Самовара та Портера «Комунікація між культурами», що побачила світ у 1972 році. Розкриваючи поняття «міжкультурної комунікації», фахівці наголошують на тому, що спілкування, яке здійснюється в умовах обумовлених відмінностями у комунікаційних компетентностях її учасників спроможні суттєво впливати на успіх або поразку самої комунікаційної події. Самі ж автори дають таке трактування «...те, що має місце щоразу, коли будь-хто реагує на поведінку або наслідок поведінки іншої людини» [3].

Проте, не лише Сполучені Штати Америки можна вважати «батьківщиною» міжкультурної комунікації. Загалом, у 1960-1970 роках у роботах західних дослідників прослідковується поява та стрімкий розвиток наукового напрямку, що досліджував проблеми міжкультурної комунікації в цілому, та окремих її компонентів зокрема; велика увага приділялася навичкам та вмінням міжкультурного спілкування з урахуванням мовних особливостей країни. З цього часу вона набуває риси чіткого міждисциплінарного характеру, прослідковується виокремлення її предмету та об'єкту.

Згодом, міжкультурна комунікація стає навчальною дисципліною та починає викладатися у вищих навчальних закладах США, а пізніше й Європи. Так, у 1977 році викладання міжкультурної комунікації як дисципліни велося у 450 навчальних закладах США [4].

Не стояли осторонь цього нового наукового напрямку й вітчизняні фахівці. У дослідженнях українських науковців вивчено передумови впровадження полікультурної освіти в Україні (Л. Голік, Л. Гончаренко, Т. Клиненко, М. Красовицький, В. Кузьменко, Г. Шевченко та ін.) й аспекти міжкультурної та кроскультурної комунікації в освітньому процесі (З. Бакум, А. Василюк, Г. Крючков, С. Мартиненко, Н. Мойсеюк, С. Ніколаєва, О. Романовський, С. Сисоєва) [5, с. 34]. Дослідженню проблем мультикультурної освіти та міжкультурної комунікації присвячували свої наукові праці й російські вчені, зокрема: І. Бессарабова, Г. Дмитрієв, Д. Бенкс, В. Містер Г. Палаткіна Н. Козакевич, Н. Іконников, С. Тер-Мінасова В. Болгаріна, Н. Крилова, І. Лощенова, В. Тішков.

Навчальна дисципліна «Українська (російська) мова як іноземна» займає особливе місце у підготовці іноземних студентів. Даний предмет, вивчають студенти-іноземці усіх вищих навчальних закладів України, незалежно від професійного та фахового спрямування. Сьогодні це не просто примха освітніх установ, не тільки очевидна, відзначена ще К. Д. Ушинським, «висока освітня цінність», але й можливість популяризації нашої мови у світі. Саме ця дисципліна, орієнтована головним чином не на здобуття знань, а на формування діяльнісних умінь, має величезний потенціал можливостей для всебічного розвитку особистості [7].

Володіння навичками міжкультурної комунікації – це той стрижень, навколо якого формується професійна компетентність викладача-філолога у роботі з іноземними студентами. Для досягнення ефективності в міжкультурному спілкуванні недостатньо лише набути мовленнєвих умінь і навичок, необхідно навчитися користуватися цією мовою. Треба сформувати пізнавальну та комунікативну культуру особистості [7, 54–56].

Спілкування в процесі викладання української мови як іноземної, вимагає від викладачів прояву ініціативності при побудові міжкультурної взаємодії; здатності прогнозувати і самостійно усувати

проблеми міжкультурного спілкування; проявляти гнучкість, а в деяких випадках дипломатичність у спілкуванні, вміти «ставити себе на місце інших». Враховуючи, що комунікація – це взаємодія, за допомогою якої інформація передається і приймається, при побудові діалогу з іноземними студентами доводиться враховувати складну лексико-граматичну структуру української мови, в якій, наприклад, використовується п'ятнадцять тисяч коренів слів. Тому, при роботі з іноземними студентами на двомовній основі, необхідно використовувати методику «мовних мінімумів», що дозволяє коректно обмежити мовний матеріал.

Процес адаптації у новому соціокультурному середовищі пов'язаний з подоланням мовного бар'єру, знайомством з нормами міжнародного колективу. Першим кроком до подальшого навчання студентів є лінгвістична адаптація. Успішність міжнаціональної комунікації багато в чому залежить від етнопсихологічних (обумовленої ментальними особливостями національних культур), поведінкових (обумовленої національно-культурною специфікою комунікативної поведінки) і національно-культурних мовних особливостей [8, с.12]. Освітній процес повинен будуватися з урахуванням різної мовної підготовки іноземних студентів, необхідності «вирівнювання» рівня знань учнів, обліку балансу між навчальними дисциплінами на кожному етапі навчання.

Запорукою успіху вивчення української мови є також і власний культурний досвід іноземних студентів. Окрім того, студенти, що приїждять навчатися в Україну з пострадянських країн, у своїй більшості володіють російською мовою, що полегшує сприйняття матеріалу та спілкування між ними та викладачами у ході навчального процесу.

Важливою умовою формування міжкультурної комунікації є створення мовного середовища, яке сприяє «зануренню» студента в іншомовний простір. Саме тому, іноземці навчаються не в окремих групах, а в групах спільно із українськими студентами. Така ж практика використовується і багатьма ЗВО в Україні щодо поселення іноземців з українцями в кімнатах гуртожитку. Спільний побут та перебування пліч-о-пліч стають достатньо ефективними інструментами для розширення словникового запасу, розуміння мови, культури, традицій.

Загалом, вибір форм та методів навчання при викладанні української мови як іноземної повинен бути орієнтований на їх активний, пізнавально-пошуковий, емоційно-поведінковий та

культурознавчий характер. Саме тому, як показує практика, великі результати у вивченні мови дає залучення іноземних студентів до участі у конференціях, круглих столах, тематичних вечорах, вебінарах, відкритих лекціях, дискусіях, конкурсах KBK, спортивних змаганнях, літературних конкурсах та вікторинах.

Варто також зауважити, що формування міжкультурної комунікації при вивченні української мови студентами не повинно обмежуватись робочими зошитами та підручниками. Тут велику роль відіграє також інтерактивний характер подачі лінгвістичного матеріалу. Таку «інтерактивність» нині нам забезпечує мережа Інтернет. У ній представлена величезна кількість програмних продуктів, сайтів, сторінок, що дозволять не лише урізноманітнити аудиторні заняття, але й «підтягнути» мовні прогалини. Кожен студент зможе знайти додаток, що цілком відповідатиме його рівню (від початкового до високого).

Усі існуючі нині інтернет-ресурси для вивчення української мови як іноземної умовно можна поділити на такі групи:

1. Мобільні додатки для вивчення української мови.

Використання мобільних додатків (або додатків до смартфонів) за зручністю використання і легкістю доступу по праву займає чи не одне з перших місць. Пов'язане це насамперед із можливістю доступу (будь-де та будь-коли), великим вибором існуючих нині додатків, можливістю одночасного встановлення декількох, налаштування та вибору мови інтерфейсу, вибору рівня складності тощо. Єдиною умовою для встановлення, а відповідно і подальшого використання цього ефективного лінгвістичного інструменту є наявність мережі Інтернет та належна його швидкість. Найбільш популярними нині є такі додатки: «Мова. ДНК нації», «Вивчайте лексику», «FunEasyLearn», «Вчимо і граємо», «Simply Learn Ukrainian», «LanguageTool» та інші.

2. Безкоштовні он-лайн курси. Це ще один досить ефективний ресурс для вивчення (або удосконалення) мовного рівня. На теренах всесвітньої павутини знайти таких можна не мало: «Українська за 27 уроків», «Лайфхаки з української мови», тощо.

3. Інтернет-платформи. Перевагами використання даної групи інтернет-ресурсів є: зручність, автономність, нові методики та засоби навчання (відео, аудіо, ігри, мобільні додатки, тести, картки, тренажери, вправи та багато іншого), повторюваність (усі матеріали для навчання є в постійному доступі, ви можете знову й знову їх вивчати, щоб запам'ятати найскладніші для вас моменти та розібратися детальніше з

другої, третьої, якої завгодно спроби); безкоштовність. Назвемо найбільш популярні: «Словотвір», «Є-мова», «Мова.info»

4. Сайти. Чудово зарекомендували себе: Ukrainian Lessons (сайт із безкоштовними подкастами та статтями для вивчення української як іноземної); Loecsen (один з найпростіших та корисних веб-сайтів для вивчення основ української мови, дає можливість вибрати мову навчання, є слова та фрази, які потрібні для повсякденних ситуацій, всі матеріали доступні як рідною мовою, так і українською) та інші.

5. Ютуб-канали. «СловОпис» (канал студентів та викладачів Київського університету імені Бориса Грінченка, покликаний популяризувати українську мову в Україні та за кордоном, розвивати лексичне багатство та культуру мовлення у суспільстві); «iLearn» (на цьому каналі є відеолекції не лише з української мови (охоплюють основні розділи мовознавства), а і з української літератури. Відео тривалістю 30 хв не залишать байдужими нікого. Матеріал подається цікаво, лаконічно, чітко та зрозуміло).

6. Сторінки у соціальних мережах. Феноменом останніх років стали всесвітні соцмережі, з-посеред яких найпопулярнішою є американський сервіс Facebook. Інформації на окремих профілях, наприклад, на тему культурних подій, чи цікаві лінки – це лише фрагмент цілого руху в межах цього порталу. Популярними серед іноземних студентів, що вивчають українську мову є «Переходь на українську», «Слова, що нас збагачують» та ін.

7. Інтернет-форуми. Форуми – це місце, яке набагато частіше використовують з метою обміну інформацією на конкретні теми. Відвідувач може тут не тільки стежити за станом „розмови”, але також взяти в ній активну участь. Кількість форумів з кожним роком зростає, що зумовлено багатьма чинниками. Безперечними перевагами форумів є можливість одночасного спілкування з багатьма учасниками, візуальне сприйняття текстової інформації, спілкування на конкретну тему, удосконалення навичок правопису та вивчення «української клавіатури». Як приклад можна розглянути Черкаський форум «Практичні поради переходу на українську мову спілкування».

Таким чином, для налагодження міжкультурної комунікації при викладанні української мови як іноземної, варто науково обґрунтовувати розробляти і використовувати нові методи навчання мові, які можуть і мають бути рекомендовані студентам як додаткове джерело знань.

Висновки та перспективи досліджень. Поява міжкультурної комунікації як специфічної галузі знань – один із яскравих прикладів конкретизації ідей міжкультурного діалогу, що являється особливо актуальним в умовах світової глобалізації. З упевненістю можна стверджувати, що міжкультурна комунікація у розвитку людської цивілізації виступає своєрідним гарантом існування самих культур. Важливу роль у міжкультурній комунікації при викладанні української мови іноземним студентам відіграє професіоналізм та інтуїтивне відчуття способу подачі матеріалу викладачем, уміння вирішувати у процесі навчання задачі щодо пошуку підходів до опанування мови, які б відповідали мінливим та швидкоплинним запитам суспільства. Саме тому, викладання лінгвістичного матеріалу повинно здійснюватися з врахуванням національно-культурної специфіки мови та комунікації загалом.

Джерела та література

1. Грушевицкая Т.Г. Основы межкультурной коммуникации. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. 352с.
2. Чекун О.А. Педагогические условия подготовки студентов к международной коммуникации (на примере неязыковых факультетов вуза): автореф. дис. ... канд.пед.наук: 13.00.01. Москва, 2007. 20с.
3. Мацумото Д. Психология и культура URL: https://www.academia.edu/10844244/%D0%9C%D0%B0%D1%86%D1%83%D0%BC%D0%BE%D1%82%D0%BE_%D0%94_%D0%9F%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F_%D0%B8_%D0%BA (дата звернення 12.05.2020).
4. Изотова Л.А. Межкультурная коммуникация в контексте образовательного процесса URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhkulturnaya-kommunikatsiya-v-kontekste-obrazovatel'nogo-protsessa> (дата звернення 12.05.2020).
5. Дирда І. А. Проблема міжкультурної комунікації в освіті. Педагогічний процес: теорія і практика. 2014. №1. С. 34-39.
6. Тупченко В. В. Вивчення іноземної мови як засобу міжкультурної комунікації при підготовці майбутніх маркетологів URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/pednauk_2014_1_32.pdf (дата звернення 12.05.2020)
7. Гумбольдт В. Язык и философия. М. : Прогресс, 1985. 448 с.
8. Баронин, А.С. Этнопсихология. К.: МАУП, 2000. 116 с.

**Алла Ільченко, кандидат педагогічних наук, доцент,
Полтавська державна аграрна академія**

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ В СУЧАСНІЙ НАУКОВІЙ ПАРАДИГМІ

У статті розглядається розуміння науковцями сутності поняття «комунікативна компетентність» особистості. Аналізуються основні складові комунікативної компетентності здобувачів вищої освіти. Визначено, що процес формування комунікативної компетентності у здобувачів вищої освіти в умовах вищої школи можливий при вивченні навчальних дисциплін соціально-гуманітарної підготовки фахівців.

Ключові слова: комунікація, комунікативна компетентність, вища школа, здобувач вищої освіти, особистість.

Alla Ilchenko. Theoretical aspects of the communicative competence of students of higher educational institutions in the modern paradigm of science

The article deals with the problem of defining of the concept 'communicative competence'. The main components of the communicative competence of students of higher educational institutions are analyzed. It is stated that process of formation of communicative competence of students of higher educational institutions needs to be carried out while studying social subjects and humanities.

Key words: communication, communicative competence, higher educational institutions, student, personality.

Вступ. Сучасний стан вищої освіти характеризується реформуванням і модернізацією згідно європейських вимог, що сприяє її розвитку, удосконаленню, створенню слушних умов для якісної підготовки фахівців, конкурентоспроможних на вітчизняному та міжнародному ринку праці. Пріоритетним напрямом освітньої діяльності у закладах вищої освіти визначено формування у майбутніх спеціалістів компетентностей: ключових, галузевих, предметних, життєвих, які є критерієм результативності навчання. Тому, наразі спостерігається переорієнтація традиційної системи вищої освіти на компетентнісно-орієнтовану, спрямовану на задоволення як особистісних потреб здобувачів вищої освіти, так і соціальних, професійних, культурних потреб суспільства.

Підготовка майбутніх фахівців різних спеціальностей планується до профілю відповідної освітньо-професійної програми, що містить опис загальних і фахових компетентностей, програмних результатів навчання. Особливе місце серед них надається комунікативній компетентності, міжкультурній комунікації, оскільки вони дозволяють забезпечувати зайнятість спеціаліста та його особистісний розвиток.

Мета дослідження полягає у висвітленні науково-теоретичних аспектів комунікативної компетентності, її складових у здобувачів вищої освіти. Відповідно до мети було визначено наступні завдання: здійснити аналіз теоретико-методологічної і наукової психолого-педагогічної літератури з обраної проблеми; проаналізувати поняття «комунікативна компетентність» та її основні компоненти, що мають бути сформовані у здобувачів вищої освіти.

Виклад основного матеріалу дослідження. За останні роки науковцями і практиками проведено чимало досліджень з проблеми формування комунікативної компетентності особистості. Актуальні питання даної проблеми висвітлюють у своїх працях як вітчизняні, так і зарубіжні вчені: М. Айзенбарт, Н. Бабич, Ф. Бацевич, А. Богуш, М. Вашуленко, М. Галицька, Н. Головань, О. Горська, Н. Жигилій, Ю. Жуков, Л. Зінченко, Ю. Ємельянов, О. Іванова, О. Корніяка, І. Ланова, Л. Мамчур, Л. Мацько, С. Ніколаєва, Т. Олійник, М. Пентилюк, Л. Петровська, О. Прокопова, К. Рудніцька, І. Румянцева, Г. Сагач, Д. Ушаков, інші. Ними визначено поняття комунікативної компетентності, проаналізована структура і зміст комунікативності, розроблені методики керування процесом формування мовленнєвих умінь і навичок [1].

Аналіз теоретико-методологічної і наукової психолого-педагогічної літератури показав, що існують різні підходи до визначення поняття «комунікативна компетентність», іноді вони ототожнюються. Так, більшість науковців пояснюють комунікативну компетентність як здатність особистості встановлювати і підтримувати необхідні контакти з іншими людьми, уміння змінювати глибину і коло спілкування, розуміти і бути зрозумілим для інших в процесі спілкування [2].

Науковець Ю. Ємельянов тлумачить дану категорію як здатність особистості орієнтуватися в різних ситуаціях спілкування,

вільно володіти вербальними і невербальними засобами спілкування, організовувати міжособистісний простір у процесі ініціативного й активного спілкування з іншими людьми. Основними чинниками, що сприяють розвитку комунікативної компетентності, на його думку, є життєвий досвід людини, її загальна ерудиція, мистецтво, навчання, виховання [3]. Комунікативну компетентність як систему внутрішніх ресурсів, необхідних для побудови ефективного спілкування в певному колі ситуацій міжособистісної взаємодії, розглядають Ю. Жуков, Л. Петровська та інші [2].

Доктор психологічних наук О. Корніяка визначає комунікативну компетентність як «складно організоване, внутрішньо суперечливе поєднання комунікативних знань і вмінь, що відображають цілі та результати здійснюваної суб'єктом спілкування комунікативної діяльності» [4]. Її дослідження показало, що комунікативна компетентність має три основні компоненти: комунікативно-мовленнєвий, соціально-перцептивний, інтерактивний, які містять ієрархічно підпорядковані їм вміння (або здатності): вміння вести розмову (спір); вміння сприймати і розуміти іншу людину; вміння соціальної взаємодії; вміння самопрезентації; здатність до володіння інтонацією, мімікою і пантомімікою тощо [4].

На думку О. Прокопової, людина, у якої на високому рівні сформована комунікативна компетентність уміє: доцільно використовувати засоби рідної та іноземних мов в практиці живого спілкування; наводити переконливі аргументи в процесі розмови; орієнтуватися в різноманітних ситуаціях спілкування; комунікативно виправдано добирати вербальні й невербальні засоби і способи для оформлення власних думок, почуттів у різних сферах спілкування; встановлювати і підтримувати контакти з співрозмовниками, змінювати стратегію, мовленнєву поведінку залежно від комунікативної ситуації; використовувати досвід особистої відповідальності за власну комунікативну поведінку, вимоглива до свого мовлення [5]. Все це дозволяє їй забезпечити ефективне спілкування з різними людьми, побудувати гармонійні міжособистісні стосунки.

Комунікативна компетентність це структурний феномен, що містить як складові цінності, мотиви, установки, так і соціально-психологічні стереотипи, знання, уміння й навички. Тому, на

сьогодні представлені різні підходи до визначення складових даного феномену.

Традиційно складовими комунікативної компетентності визначені: мовна, мовленнєва, соціокультурна та загальноосвітня компетенції.

Мовна компетенція розглядається науковцями як функція, що забезпечує можливість психіки відображати, узагальнювати зовнішній мовний матеріал, переводячи його в особливі внутрішні коди у вигляді неусвідомлюваних і усвідомлюваних правил мови [6]. Дана компетенція передбачає знання і вміле використання засобів мови, тобто її одиниць і категорій на всіх рівнях, з дотриманням законів і правил у процесі спілкування [7], включає лексичний, граматичний, фонетичний, орфографічний компоненти і є передумовою становлення мовленнєвої компетенції.

Мовленнєва компетенція – це здатність особистості оволодівати і володіти мовленням [6]. Вона відображає рівень знань людини: про закономірності утворення з певної системи мови зв'язних висловлювань для формулювання думки; про точність, влучність, адекватність, правильність використання мовних засобів; про особливості використання мовних засобів залежно від типу, стилю мовлення [1].

Соціокультурна компетенція – це якісна характеристика особистості, що базується на сукупності набутих знань соціальних та культурних сфер життя, ціннісних орієнтацій; важливий чинник розвитку особистості, її соціалізації в сучасному суспільстві, самореалізації та культурного самовизначення. Дана компетенція передбачає не лише здатність особистості до адекватної взаємодії з іншими людьми в різноманітних ситуаціях повсякденного життя, уміння будувати й підтримувати соціальні контакти, але й ефективне функціонування у полікультурному просторі, використовуючи мову як засіб комунікації з представниками різних культур та народів [8]. Тому, соціокультурна компетенція є одним із показників готовності особистості до міжкультурного спілкування.

Загальноосвітня компетенція визначається як сукупність компонент, обумовлених джерелами, що характеризують ті чи інші схильності особистості, ту чи іншу сторони її внутрішнього стану, розуміння свого місця в суспільстві, уявлення ролі вибраного напрямку своєї діяльності тощо.

Комунікативна компетентність здобувачів вищої освіти, на думку М. Галицької, це інтегральна якість особистості, що синтезує

в собі загальну культуру спілкування та її специфічні прояви у професійній діяльності [9]. У структурі комунікативної компетентності студентів закладів вищої освіти науковець виділила її основні компетенції, а саме:

- іншомовну комунікативну компетенцію – здатність спілкуватися іноземною мовою, використовуючи її як інструмент професійної діяльності й професійного пізнання; уміння користуватися іноземною фаховою літературою, передавати й обмінюватися думками в різноманітних професійних і життєвих ситуаціях у процесі взаємодії з представниками інших країн, дотримуючись системи мовних і мовленнєвих норм; здатність вибирати комунікативну поведінку, адекватну автентичній ситуації спілкування;

- професійну компетенцію – володіння фаховими знаннями, уміннями і навичками, професійним мисленням, опанування спеціальними термінами певної галузі, розуміння особливостей професійної діяльності, загальної культури фахівця;

- стратегічну компетенцію – досконале володіння стратегіями вербального та невербального спілкування в процесі обміну інформацією для компенсування нерозуміння чи незнання мовного коду; здатність робити правильний вибір моделей мовленнєвої поведінки та набору мовленнєвих дій для досягнення поставленої комунікативної задачі (комунікативних стратегій); володіння відповідними знаннями, навичками і вміннями, що дозволяють використовувати ці стратегії [10];

- соціальну компетенцію – здатність вирішувати неалгоритмічні завдання, переносити знання і вміння з однієї галузі в іншу; бажання та готовність співіснувати в різнорівневому, багатонаціональному соціуму; уміння орієнтуватися в ситуаціях соціального спілкування [9]. Дана компетентність передбачає розширення наукового кругозору здобувача вищої освіти, удосконалення самоосвіти та саморозвитку, вміння застосовувати теоретичні знання на практиці, вільне володіння рідною та іноземними мовами, удосконалення ділового етикету, розвиток загальної культури.

Зауважимо, що основні складові комунікативної компетентності здобувачів вищої освіти різних спеціальностей формуються в процесі вивчення навчальних дисциплін соціально-гуманітарної циклу підготовки фахівців, при умові дотримання

взаємоповаги, толерантності, взаєморозуміння, терпимості з використанням особистісно-орієнтованих технологій навчання.

Висновки та перспективи досліджень. Комунікативна компетентність, як складна інтегральна характеристика особистості, передбачає не лише наявність у здобувача вищої освіти знань, умінь і навичок спілкування, а й готовність до адекватного й ефективного використання їх у житті та безпосередній професійній діяльності. Сформовані на високому рівні основні компетенції даного феномену (іншомовна, професійна, стратегічна, соціальна) у здобувачів вищої освіти в процесі навчання у вищій школі сприяє їхньому особистісному розвитку, успіхові у професійній діяльності та дає змогу стати активним учасником у багатьох соціальних сферах. Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні психолого-педагогічних умов формування комунікативної компетентності майбутніх фахівців будь-якої сфери діяльності.

Джерела та література

1. Ланова І.В. Формування мовленнєвої компетентності студентів – актуальна проблема вищої школи. Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ. Серія Філологія. Педагогіка. Психологія. Випуск 26, 2013. С. 216–219.
2. Жуков Ю.М., Петровська Л.А., Растянников П.В. Диагностика и развитие компетентности в общении. М., 1990. 255 с.
3. Емельянов Ю. Теория формирования и практика совершенствования коммуникативной компетентности. СПб, 1999. 403 с.
4. Корніяка О.М. Комунікативна компетентність сучасного фахівця – педагога і психолога. Гуманітарний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди», 2013. Вип. 30. С. 544 – 551.
5. Прокопова О.П. Мовленнєво-комунікативна компетентність як одна із складових професійного становлення фахівця. Дидактична модель управління дієюю фаховою підготовкою. С.56.
6. Румянцева И.М. Психология речи и лингвopedagogическая психология. М. : ПЕР СЭ; Логос, 2004. 316 с.
7. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. К. : Видавничий центр «Академія», 2004. 344 с.
8. Фоменко Т.М. Визначення поняття «соціокультурна компетентність» у сучасній парадигмі вищої школи. Засоби навчання та науково-дослідної роботи. Випуск 42, 2014. С. 149–156.
9. Галицька М. Складові комунікативної компетентності студентів вищих навчальних закладів. Освітологічний дискурс, 2015, № 2 (10). С. 39–48.

10. Олійник Т.О. Особливості формування навчально-стратегічної компетентності. *Іноземні мови*, 2013. № 4. С. 9–20.

**Тетяна Лещенко, кандидат філологічних наук, доцент,
Вікторія Юфименко, старший викладач,
Українська медична стоматологічна академія**

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ ІНОЗЕМНИХ СТУДЕНТІВ ПІД ЧАС ЗАСВОЄННЯ СТОМАТОЛОГІЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ НА ЗАНЯТТІ З УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ

Висвітлено методи вдосконалення викладання нового словникового матеріалу на заняттях із української мови як іноземної в медичних ЗВО. Для ілюстрації своїх положень автори застосовують адаптовані матеріали з підручників зі стоматології, аналізуючи шляхи презентації словникових одиниць і перевірки їх розуміння методом ССҚ.

Ключові слова: методика викладання, компетенція, українська мова як іноземна, українська мова за професійним спрямуванням, словник, метод ССҚ.

***Tetyana Leshchenko, Victoriia Yufymenko. Features of formation of
communicative competence of foreign students in teaching dental
vocabulary in the lessons of Ukrainian as a foreign language***

The article deals with ways to benefit the process of teaching new vocabulary during the lessons in medical university. They analyze methods of presenting lexis and checking its understanding by students through concept-checking questions (CCQ).

Keywords: methods of teaching, competence, Ukrainian as a foreign language, vocabulary, concept-checking questions (CCQ).

Вступ. За «Загальноєвропейськими рекомендаціями» іноземні студенти немовних закладів вищої освіти мають оволодіти загальнонавчальною і професійно орієнтованою іноземною мовою. Це стосується й студентів медичних ЗВО, які в оволодінні мовою мають здобути такий рівень комунікативної компетенції, який дозволить їм користуватися іноземною мовою в медичній галузі професійної діяльності [1]. Володіння іноземною мовою для

іноземного студента-медика стає його значущою особистісною характеристикою, що передбачає здатність вступати в професійну комунікацію з пацієнтами. Українська мова як іноземна на сучасному етапі стає важливим складником компетентності студента-медика [2, с. 56]. Тому актуальним є використання здобутків не лише вітчизняних, а й іноземних викладачів-методистів мови як іноземної, а також їх адаптація і впровадження в практику викладання української мови для студентів-іноземців медичних ЗВО.

Мета дослідження – охарактеризувати шляхи оптимізації процесу вивчення нового словникового матеріалу на заняттях із української мови як іноземної в медичних закладах вищої освіти. *Матеріали і методи.* Автори використовують власні напрацювання, призначені для підготовки студентів англомовної форми навчання, для яких рідною мовою або мовою-посередником є англійська. Знання української мови будуть використані ними під час клінічних практик. При цьому застосовуються вітчизняні напрацювання комунікативного методу викладання іноземної мови [3; 4] і світові здобутки із залученням першоджерел за авторством сучасних провідних методистів (С. Торнбері, Дж. Скрівенер).

Виклад основного матеріалу дослідження. Джим Скрівенер визначає викладання англійської для медиків як різновид ESP (English for Specific Purposes). Особливість таких занять – чітка орієнтація на специфічні потреби студентів, які вивчають мову, а також постійне співробітництво між викладачем і студентами-медиками як фахівцями, що доповнюють знання одне одного для побудови ефективного заняття. Підготовка викладача до заняття має охоплювати аналіз потреб і окремих студентів, і групи в цілому. Скотт Торнбері зазначає навіть про можливість самостійного підбору студентами навчальних матеріалів для себе, тоді як викладач виконує роль наставника і фасилітатора навчального процесу [5, с. 310–311]. Для ESP характерні звернення до неадаптованих джерел (для наряду, що розглядається в статті, це будуть підручники зі стоматології, реальні приклади лікарняних інструкцій тощо), а також постійна практика в реальних мовленнєвих ситуаціях (імітація діалогів із пацієнтом, колегами; заповнення анкет, лікарняних листів тощо) [6, с. 97].

Важлива частина кожного заняття – засвоєння нової лексики. Знання слова означає правильне асоціювання його форми

(усномовленнєвої чи писемної) та його значення. Крім того, продуктивне володіння лексикою означає вміння ввести її в потік мовлення. Для цього студент має орієнтуватися в можливих формах слова, а також знати його валентність (сполучуваність з іншими словами, необхідність використання прийменників тощо). Викладач-методист, автор численних праць із проблем викладання англійської мови як іноземної Скотт Торнбері зазначає, що засвоєння “лексису” (цим терміном автор позначає й окремі слова, і т.зв. “chunks” – усталені/стійкі словосполучення) має відбуватися в нерозривній єдності форми, значення і застосування лексичної одиниці, причому подача нового слова/словосполучення має бути в порядку Meaning–Form–Pronunciation [5, с. 24–25]. Після презентації перевіряють розуміння студентами слова за допомогою так званих CCQ (concept–checking questions) – запитань, на які можна дати коротку ствердну чи заперечну відповідь [6, с. 24–25]. На один 90–хвилинний блок рекомендується подавати до двадцяти нових одиниць (зазвичай 13-17).

Розглянемо один із варіантів процедури вивчення нової лексики на прикладі фрагмента заняття (тривалість 45 хв), заснованого на матеріалі теми *«Скарги пацієнта й симптоми захворювань у терапевтичній стоматології»*. Провідна мета заняття – засвоєння основних моделей взаємин «лікар-стоматолог – пацієнт». Допоміжна мета – розвиток навичок читання для отримання загальної та конкретної інформації.

Основні етапи заняття

1) Розминка. З’ясування фонових знань студентів-іноземців. Етап pre–reading (підготовка до читання), тривалість – 3 хв. Установлення відповідностей і заповнення пропусків.

Викладач: Поєднайте слова так, щоб утворилися словосполучення. / Match the words to make phrases (the words that go together).

Лікувати..... ліки

Купувати.....хворий зуб

Приходити знімок

Установити зуб

Зробити стан зубів

Свердлити до стоматолога

Перевіряти на огляд

Звертатися пломбу

Одягатирот

Відкрити.....халат

Викладач: Підберіть антоніми до наступних слів. / Write down the opposites: *постійна пломба* – _____ *пломба*, *верхня щелепа* – _____ *щелепа*, *хворий зуб* - _____ *зуб*.

2) Читання тексту для отримання загальної інформації (5 хв).

Варто звернути увагу студентів на слово «ясна» («the gums») і пояснити заздалегідь, що цей термін в українській мові має тільки форму множини (pl.), а прикметник, утворений від нього, має форму «ясенний» [7, с.177]. Питання для перевірки розуміння слова (concept-checking questions): *У пацієнта набрякли ясна?(Так). У пацієнта інфікована ясенна кишеня?(Так)*

Викладач: Запам'ятайте наступні слова і словосполучення. / Learn the following words and expressions. *Сильний зубний біль* – a bad toothache. *Біль у зубі при накушуванні* – pain in the tooth when biting. *Чутливість до холодного і гарячого* – tenderness to cold and hot. *Гігієна ротової порожнини*– oral hygiene. *Видаляти* – to remove. *Чищення зубного каменя і нальоту* – scaling and polishing stains. *Процедура* – sitting. *Рухомість зубів* – shaking teeth. *Запалення* – inflammation. *Полоскати* – rinse.

Викладач: Прочитайте текст./Read the text.

Люди часто звертаються до стоматолога. Стоматолог – це зубний лікар. Стоматологи лікують зуби. Стоматолог-терапевт перевіряє стан зубів. Лікар оглядає рот, зуби і ясна. Він використовує дзеркало. Якщо у вас є дірка (дірочка) або порожнина в зубі, лікар установить пломбу. Інколи лікар говорить, що потрібно зробити знімок зубів (рентгенограму). Стоматолог-хірург видаляє зуби, які неможливо вилікувати. Інколи стоматолог виконує місцеву анестезію. Лікар робить укол, і пацієнт не відчуває болю,

People often visit a dentist. A dentist is a tooth doctor. Dentists care for teeth.

The dentist checks condition of your teeth. The doctor examines your mouth, teeth, and gums. He uses a mirror. If you have a hole, or a cavity in the tooth, the doctor will put a filling. Sometimes, the doctor says that you need to have dental x-rays. A surgeon dentist removes the teeth which is impossible to cure.

In some occasions, you will need a local anesthetics. The doctor makes injection so that the patient can not feel the pain

коли лікар свердлить чи видаляє зуб. Зрештою, «профілактика краще, ніж лікування». Стоматологи рекомендують чистити зуби два рази за день і приходити на огляд два рази (двічі) за рік. Будь-яке захворювання зубів і ротової порожнини слід своєчасно лікувати, виконувати профілактичні заходи і постійні гігієнічні процедури в стоматолога. Несвоєчасне лікування може призвести до втрати зубів.	when the dentist drills or removes the tooth. Finally, «prevention is better than cure». Dentists recommend you brush your teeth twice a day and go for a check-up twice a year. Any diseases of teeth and oral cavity should be treated in a timely manner, preventive measures and constant hygienic procedures at the dentist. Untimely treatment can lead to loss of teeth.
---	---

Запитання до тексту:

- 1.Що потрібно робити, коли виникають перші симптоми стоматологічного захворювання?
- 2.До чого може призвести несвоєчасне лікування?
- 3.Чи потрібно проводити гігієнічні процедури в стоматолога?
- 4.Що краще – профілактика чи лікування?

Викладач: Поставте запитання до підкреслених слів. / Make up the questions.

- a. Стоматологи радять проходити огляд два рази за рік.
 - b. Стоматолог-терапевт перевіряє стан зубів.
 - c. Лікар оглядає рот, зуби і ясна.
 - d. Лікар робить укол.
 - e. Стоматологи лікують зуби.
 - f. Лікар свердлить зуб.
 - g. Стоматолог-хірург видаляє зуби.
- 3) Словникові вправи (5 хв). Тут доцільні парна робота і самоперевірка.

Викладач: Запам'яйте слова і вислови. / Learn the words and expressions.

Біль (ниючий, гострий, пульсуючий) pain (aching, acute, pulsating)

Набряк ясен swollen gums

Кровоточивість ясен bleeding gums

Почервоніння ясен redness of the gums

Гнійні виділення purulent discharge
Неприємний запах із рота bad breath
Руйнування твердих тканин зуба destruction of hard tooth tissues
Недостатнє слиновиділення insufficient salivation
Щілина, проміжок між зубами gap
Болючий painful
Щербатий зуб chipped tooth
Знеболювальне anaesthesia
Передні зуби front teeth

4) Аудіювання. Тренування навичок слухання для отримання конкретної інформації (9 хв).

Студенти прослуховують діалог між лікарем-стоматологом і пацієнтом, після якого вони мають дати відповідь на запитання (множинний вибір) Діалог прослуховується двічі.

У стоматолога

Лікар: Добрий ранок. Чим можу бути вам корисним? Що вас турбує?

Пацієнт: У мене дуже поганий (гнилий) зуб. Він мене турбує і вдень, і вночі.

Лікар: Зараз я маю оглянути вашу ротову порожнину. Відкрийте рот ширше. Який це зуб?

Пацієнт: Ось цей зліва. Ви його видалите?

Лікар: Ваш зуб дуже поганий, але поки ще не занадто пізно для того, щоб спробувати його полікувати. Зараз я покладу в зуб спеціальні ліки. Потім Ви підійдете до мене через два дні в цей же час. Я встановлю в цей зуб пломбу.

Пацієнт: Дуже дякую, лікарю.

Лікар: Не варто подяки.

Пацієнт: До побачення.

Лікар: До побачення.

Doctor: Good morning. What can I do for you? What troubles do you have?

Patient: I have got a very bad tooth. It's troubling me day and night.

Doctor: Now I must examine your mouth. Open it wide. Which one is it?

Patient: This one on the left. Will you take it out?

Doctor: Your tooth is very bad but it is not too late for trying to treat it. I will put a special medicine into the tooth now. Then you will come in two days at the same time. I will fill the tooth.

Patient: Thank you very much, doctor.

Doctor: Not at all.

Patient: Good-bye.

Doctor: Good-bye.

Викладач: Дайте відповіді на запитання пацієнта. / Answer your patient's questions.

1. Лікарю, що мені робити, якщо вдома зуб буде боліти?
2. Через скільки часу після процедури можна їсти?
3. Скажіть, будь ласка, коли Ви працюєте?
4. Лікарю, скажіть, як часто потрібно змінювати зубну щітку?

Викладач: Прочитайте діалог.

– Усе. Закрийте рот і порухайте нижньою щелепою. Нічого не заважає?

– Ні. Усе добре.

– Не їжте і не пийте нічого 2 години. Коли припиниться анестезія, зуб може трохи боліти. Якщо буде боліти сильно, прийміть безпечний засіб.

– Гаразд. А коли мені приходить наступного разу?

– Я працюю в понеділок у першу зміну, в четвер і п'ятницю – у другу. Коли вам краще – в першу чи в другу зміну?

– Запишіть мене на другу зміну.

– Гаразд. Четвер, на 16.30. Влаштовує?

– Якщо можна, після п'ятої.

– Добре. Давайте на 17.30? Зможете?

– Так, чудово. Дякую. – Приходьте обов'язково.

1. Яка проблема в пацієнта?

2. Чому в пацієнта болить зуб?

3. Що вирішив зробити лікар?

4. Лікар установив постійну пломбу?

5. Пацієнтові було боляче? Чому?

6. Які рекомендації дав стоматолог?

7. Як працює стоматолог? В які дні? В яку зміну?

8. Коли пацієнт прийде наступного разу?

5) Мовлення. Продуктивний етап заняття (12 хв). Застосовуючи метод ролівої гри, студенти в парах виконують роль лікаря-стоматолога і пацієнта, створюючи власні діалоги на основі опрацьованого на попередньому етапі. Студентам пропонуємо використовувати певні мовні кліше.

<i>Пацієнт: Добрий день, лікарю!</i>	Patient: Good afternoon, doctor!
<i>Лікар: Добрий, що вас турбує ?</i>	Doctor: Good, what do you hurt?
<i>Пацієнт: Я прийшов, тому що мій зуб почав боліти.</i>	Patient: I came because my tooth began to get sick.
<i>Лікар: Ви любите цукерки?</i>	Doctor: Do you like candies?
<i>Пацієнт: Так.</i>	Patient: Yes.
<i>Лікар: Зараз подивлюся...Мені здається, у вас карієс.</i>	Doctor: Now I'll look ... It seems to me, you have caries.
<i>Пацієнт: Що робити?</i>	Patient: What to do?
<i>Лікар: Будемо лікувати.</i>	Doctor: We will be treated.
<i>Пацієнт: Добре, тільки мені зробіть анестезію.</i>	Patient: Well, just make me an anesthetic.
<i>Лікар: Звісно.</i>	Doctor: Of course.
<i>Пацієнт: Добре, почнемо.</i>	Patient: Well, let's get started.

6) Письмо. Продуктивний етап (10 хв). Доцільні парна робота і самоперевірка (як альтернативу традиційній перевірці правильності можна розташувати на дошці список правильних відповідей після виконання завдань). Студенти використовують матеріали діалогів, створених ними, для заповнення нотаток пацієнта про свій візит до стоматолога.

Викладач: Заповніть пропуски в розповіді пацієнта про свій візит до стоматолога. / Fill in the blanks in the story the patient told about his visit to the dentist.

Учора мій друг Ахмед ходив до стоматолога. У нього болів _____. Лікар оглянув зуби і сказав, що в нього є невелика _____, тому зуб потрібно _____. Він боявся, що буде боляче. Але стоматолог зробив _____, і Ахмед нічого не відчував. Лікар поклав у зуб _____ і встановив тимчасову _____. Наступного тижня. Ахмед знову піде до стоматолога на _____.

Викладач: Перекладіть українською /Translate in Ukrainian.

Every time I have bleeding gums, I come to see the dentist.

Щоразу, коли в мене кровоточать ясна, я відвідую дантиста.

If you have a bit of decay, you don't feel any pain.

Якщо у Вас незначне ушкодження зуба, Ви не відчуваєте болю.

The dentist gave my tooth an x-ray and proposed root canal treatment.

Стоматолог зробив рентген мого зуба і запропонував лікування зубних каналів.

Jessica made an appointment with her dental hygienist last week.

Джессіка записалася на прийом до свого стоматолога-гігієніста минулого тижня.

During the dental check-up you need to lean back and open the mouth wide.

На огляді в стоматолога Вам необхідно відкинутися назад і широко розкрити рот.

Таким чином, за 45 хвилин, відведених на фрагмент заняття, студенти практикують усі чотири основні мовленнєві навички, застосовуючи здобуту на занятті лексику в контексті, наближеному до реальних ситуацій професійного мовлення.

Висновки та перспективи досліджень. Перспективною вважаємо поступову розробку адаптованих для іноземних студентів підручників і посібників, що міститимуть автентичні тексти стоматологічного спрямування.

Вивчення лексики – це комплексний процес, який не обмежується лише заучуванням напам'ять списків слів із їх перекладами. Насамперед студенти мають бути здатні пояснити значення терміна, застосовуючи простіші вирази, а також увести його в контекст[8]. Останнє забезпечить володіння лексичною одиницею як активною частиною словника й успішне використання її в письмовій та усній комунікації [9].

Разом із тим, вивчення зв'язних, наближених до автентичних текстів медичної тематики напам'ять не слід відкидати як неефективний релікт часів граматико-перекладного підходу до вивчення іноземних мов. В обмеженій кількості це буде додатковою практикою з опанування студентами готових блоків мовлення.

Опрацювання студентами діалогів як імітації спілкування лікаря з пацієнтом/колегами – ефективний елемент продуктивної фази заняття з української мови як іноземної; вивчення фрагментів автентичних текстів також збагачує письмове й усне мовлення студента набором готових мовних конструкцій.

Джерела та література

1. Гальчун Н.П. Іноземна мова як складова підготовки висококваліфікованих медиків. *Педагогічний пошук*. 2014. № 1 (81). С. 25–27.
2. Лещенко Т. О., Юфименко В. Г. Українська мова як інструмент професійної адаптації студентів-іноземних громадян в Україні. *Актуальні питання медичної (фармацевтичної) освіти іноземних громадян: проблеми та перспективи* : зб. статей навч.-наук. конф. з міжнар. участю. Полтава, 2018. С. 54–56.
3. Лещенко Т. О., Юфименко В. Г. Використання комунікативного підходу до засвоєння стоматологічної термінології на занятті з української мови як іноземної. *Актуальні проблеми сучасної вищої медичної освіти в Україні* : матеріали навч.-наук. конф. з міжнар. участю. Полтава, 2019. С. 125–128.
4. Лещенко Т. О., Юфименко В. Г. Професіоналізм спілкування в структурі педагогічної майстерності викладача вищої медичної школи. *Сучасні технології управління навчальним процесом у вищих медичних навчальних закладах* : матеріали навч.-наук. конф. з міжнар. участю. Полтава, 2014. С. 124–125.
5. Scrivener J. *Learning Teaching: The Essential Guide to English Language Teaching*. Third Edition. Oxford: MacMillan, 2011. 416 p.
6. Thornbury S. Watkins. Peter. *The CELTA Course: Trainer's Manual*. Cambridge: CUP, 2007. 186 p.
7. Лещенко Т. О., Шарбенко Т.В., Юфименко В. Г. Українська мова в медицині : навч. посіб. для самостійної роботи студентів вищих навчальних закладів МОЗ України. Полтава, 2017. 332 с.
8. Пилипченко В. І., Юфименко В. Г. Вплив комунікативного фактора на продуктивність мислення та запам'ятовування навчального матеріалу курсу «Російська мова» студентами-іноземцями медичного вузу. *Клінічне мислення: шляхи формування та вдосконалення* : матеріали навч.-метод. конф. Полтава, 2009. С. 81.
9. Юфименко В. Г. Соціальні мережі як ефективне середовище комунікації в мовній підготовці іноземних студентів. *Сучасна медична освіта: методологія, теорія, практика* : матеріали Всеукр. навч.- наук. конф. з міжнар. участю. Полтава, 2020. С. 272–275.

**Юлія Ніколаєнко, кандидат педагогічних наук, доцент,
Полтавська державна аграрна академія**

ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЇ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ АГРАРНОГО ПРОФІЛЮ ДО МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ НА ЗАНЯТТЯХ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

У статті досліджується проблема формування мотиваційної сфери у процесі підготовки майбутніх фахівців аграрного профілю до міжкультурної комунікації. У контексті навчання здобувачів вищої освіти іноземної мови мотивація до міжкультурної комунікації розглядається як ситуативна комунікативна мотивація. Головна увага приділяється пошуку найбільш ефективних прийомів роботи на занятті для формування позитивних внутрішніх мотивів майбутніх фахівців аграрного профілю до спілкування з представниками інших культур.

Ключові слова: міжкультурна комунікація, мотивація, майбутні фахівці аграрного профілю, іноземна мова.

Yuliia Nikolaienko. Development of intercultural communication motivation of prospective agrarian specialists in English classrooms

The article deals with the problem of motivation development in the process of intercultural communication training of prospective agrarian specialists. In the context of teaching and learning of foreign languages at universities, intercultural communication motivation refers to situation communicative motivation. Main attention is focused on the search of the most efficient techniques aimed to develop internal motives of prospective agrarian specialists to communicate with representatives of other cultures.

Key words: intercultural communication, motivation, prospective agrarian specialists, foreign language.

Вступ. З огляду на розширення міжнародного співробітництва в усіх сферах суспільного життя, постає гостра потреба у фахівцях, які здатні успішно спілкуватися з іноземними партнерами у професійному середовищі для ефективної взаємодії та досягнення спільних цілей. Ця потреба є актуальною і для агропромислового сектору, адже Україна має потужний потенціал для міжнародного співробітництва у сільському господарстві. Вже під час навчання українські студенти залучаються до міжкультурної комунікації, адже в аграрних ЗВО здобувають освіту представники різних культур і країн. До того ж є можливість пройти практику

закордоном, під час якої майбутні аграрії України стають безпосередніми учасниками міжкультурного спілкування. Саме тому підготовка до міжкультурної комунікації є важливим складником професійної підготовки майбутніх фахівців аграрного профілю.

Мета дослідження – теоретично обґрунтувати основні етапи та прийоми формування мотивації майбутніх фахівців аграрного профілю до міжкультурної комунікації на заняттях з іноземної мови.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як зазначається у Загальноєвропейських рекомендаціях з мовної освіти, головним завданням навчальних закладів є перетворення розмаїтості мов і культур з перешкоди у спілкуванні на джерело взаємного збагачення та розуміння [1, с. 2]. Також наголошується на необхідності сприяти досягненню взаємного розуміння, розвивати терпимість, повагу до особистості і культурних відмінностей, здатність спілкуватися понад мовні і культурні кордони [1, с. 3]. Це свідчить про те, що підготовка до міжкультурної комунікації є одним з головних акцентів у навчанні іноземної мови.

У сучасних наукових джерелах найчастіше зустрічається трактування міжкультурної комунікації як спілкування між представниками різних лінгвокультурних соціумів. Як слушно зазначає В. Махінов, «у лінгводидактиці укорінилося розуміння міжкультурної комунікації як такої, при якій комунікативні партнери, належачи до різних мов і культур, усвідомлюють факт

чужинності один одного» [2, с. 115-116]. Підтвердженням цієї думки є визначення міжкультурної комунікації як процесу спілкування (вербального і невербального) людей (груп людей), які належать до різних національних лінгвокультурних спільнот, як правило, послуговуються різними ідіоетнічними мовами, мають різну комунікативну компетенцію, яка може стати причиною комунікативних невдач або культурного шоку в спілкуванні [3, с. 83]. Проте є й інші трактування, коли міжкультурна комунікація розглядається як особливий тип культури, який характеризується взаємодією національних (етнічних) культур, етнокультурною компетенцією особистостей, толерантністю, прагненням до міжнаціональної згоди у всіх сферах спілкування» [23 с. 83].

Ми розглядаємо підготовку здобувачів вищої освіти до міжкультурної комунікації як підготовку до спілкування з

представниками інших культур. Однак, у процесі такої підготовки пропонуємо робити акцент не на відмінностях і розбіжностях, а на пошуку того, що об'єднує. Тому повністю погоджуємося із дослідницею М. В. Сотер у тому, що міжкультурна комунікація є основним інструментом інтеграції людини в полікультурний простір, універсальним знаряддям адекватного спілкування й рівноправної продуктивної взаємодії між представниками різних лінгвокультурних спільнот, з урахуванням їх самобутності та своєрідності, засобом налагодження контактів, досягнення взаєморозуміння, миру й прогресу [4, с. 194].

На підставі аналізу наукової літератури можна виділити два основні напрями досліджень у сфері підготовки майбутніх фахівців до міжкультурної комунікації. Перший напрям пов'язаний із вивченням теоретичних та практичних аспектів формування міжкультурної компетентності (Т.О. Аврамко, С.А. Александрова, Н.О. Бреславець, О.А. Гончарова, О.О. Зеліковська, Л.В. Максимчук, А.В. Маслова, Т.Ю. Осадча, О.О. Рембач). До другого напрямку відносимо дослідження проблеми формування готовності до міжкультурної комунікації (О. Баглай, І.С. Бахов, Н.В. Кобзар, М.В. Сотер, В.І. Терехова).

Питання формування мотивації майбутніх фахівців до міжкультурної комунікації висвітлено у кількох роботах. Зокрема, О.О. Зеліковська у своєму дослідженні доводить, що позитивна мотивація до міжкультурної комунікації має важливе значення у становленні професійної компетентності студентів економічних спеціальностей, а «викладач має застосовувати всі можливі методи, аби стимулювати студентів до самостійної діяльності, власного активного підходу до здобуття знань шляхом виявлення сильних сторін та переважних мотиваційних стимулів студентів» [5, с. 101]. На нашу думку, це твердження стосується фахівців будь-якого профілю, в тому числі й аграрного.

У психолого-педагогічній літературі представлено чимало визначень поняття «мотивація». Ми погоджуємося з науковцями, які вважають це поняття комплексним і багатоаспектним та пропонують розглядати мотивацію як процес породження і регулювання цілеспрямованої діяльності у конкретній ситуації (ситуативну мотиваційну динаміку), і як сукупність внутрішніх властивостей людини, що визначає спрямованість не лише даної діяльності, але й усієї поведінки в цілому [6, с. 28].

Як зазначалося вище, міжкультурна комунікація – це процес спілкування між представниками різних культур. Отже, ми розглядаємо процес формування мотивації майбутніх фахівців аграрного профілю до міжкультурної комунікації як формування, перш за все, комунікативної мотивації. Це поняття з'явилося у лінгводидактиці завдяки Є.І.Пасову, який є одним із основоположників комунікативної методики навчання іноземної мови. Є.І.Пасов розрізняє загальну комунікативну мотивацію, в основі якої знаходиться потреба у спілкуванні, що властива людині як соціальній істоті, та ситуативну комунікативну мотивацію, рушійною силою якої є потреба у здійсненні конкретного мовленнєвого акту, прагнення втрутитися у певну ситуацію спілкування. Незважаючи на те, що рівень сформованості загальної комунікативної мотивації визначається індивідуальними психологічними особливостями людини, яка може бути екстравертом чи інтровертом, розвиток ситуативної комунікативної мотивації залежить від організації навчального процесу [7, с. 19-20].

Отже, коли ми говоримо про формування мотивації майбутніх фахівців аграрного профілю до міжкультурної комунікації, ми маємо на увазі саме ситуативну комунікативну мотивацію. Для цього на заняттях з іноземної мови необхідно створити такі умови, в яких здобувачі вищої освіти максимально залучаються до процесу міжкультурної комунікації. Викладачу потрібно вибирати такі форми, методи і прийоми роботи зі студентами, щоб навчальне середовище було якомога більше наближеним до умов реального спілкування фахівців аграрного профілю з представниками інших культур.

Стати активним учасником міжкультурної комунікації та ефективно взаємодіяти неможливо без позитивного ставлення до цього процесу. Для формування такого позитивного ставлення у навчальному процесі необхідно змістити акцент із зовнішньої на внутрішню (процесуальну) мотивацію студентів. Ми можемо говорити про розвинену внутрішню мотивацію, якщо процес міжкультурної комунікації стає особисто значущим для майбутніх фахівців аграрного профілю і супроводжується позитивними емоціями. Однак, як свідчить наш досвід, велика кількість здобувачів вищої освіти мають розвинену зовнішню мотивацію – отримати гарну оцінку чи стипендію, заохочення від батьків тощо. В той же час викладачі досить часто орієнтуються на формування

перспективної мотивації студентів, в основі якої знаходиться усвідомлення цілей і перспектив діяльності. Яскравим прикладом цього є описана у «Лінгводидактичному енциклопедичному словнику» ієрархія основних чинників, що визначають мотиви вивчення іноземної мови, серед яких необхідність використання мови в майбутній діяльності, отримання доступу до інформації іноземною мовою, усвідомлення ролі мови як посередника при контактах з носіями мови тощо [8, с. 163]. Безперечно, більшість здобувачів освіти усвідомлюють необхідність володіння іноземною мовою у сучасних умовах та перспективи у майбутній кар'єрі для тих, хто вільно спілкується іноземною мовою. Проте іноземна мова вивчається в аграрних ЗВО на першому курсі, коли студенти зосереджені не на перспективах майбутньої діяльності, а на більш актуальних і особистісно значущих питаннях їхнього теперішнього життя. З огляду на це, вважаємо формування внутрішньої або процесуальної мотивації найбільш ефективним у підготовці майбутніх фахівців аграрного профілю до міжкультурної комунікації.

Основними чинниками формування внутрішньої мотивації вважають потребу особистості у досягненнях, особливості діяльності і умови її виконання [6]. Отже, для формування внутрішньої мотивації на заняттях з іноземної мови пропонуємо надати студентам можливість отримати позитивний досвід міжкультурної комунікації.

На першому етапі необхідно ознайомити здобувачів вищої освіти з поняттям міжкультурної комунікації та особливостями комунікативної поведінки в різних лінгвокультурних соціумах. Важливим є використання автентичних навчальних матеріалів, зокрема підручників, написаних носіями мови, наповнених живою лексикою та актуальним лінгвокраїнознавчим змістом. Рекомендуємо не просто подавати готову інформацію щодо міжкультурної комунікації, але й залучати студентів до дослідження тих аспектів спілкування з представниками різних країн, які їх цікавлять.

Варто ще раз наголосити на необхідності формувати позитивне ставлення до спілкування з представниками інших культур, показувати, що наявність мовних та культурних відмінностей не робить нас інакшими, а навпаки викликає зацікавленість, спонукає відкривати для себе щось нове і таким чином збагачувати власний

досвід та розширювати світогляд. Такий підхід відповідає найсучаснішим європейським тенденціям в мовній освіті. На сьогодні в Європі мультилінгвальну компетенцію (володіння кількома мовами, які є для особистості відокремленими одна від одної) змінює плурилінгвальний підхід, який передбачає, що у процесі розширення індивідуального мовного досвіду особистості, людина вже не сприймає ті мови, якими володіє, у вигляді чітко розмежованих мовних блоків. Більш того, формується плурилінгвальна компетенція всередині якої всі мови є складниками загальної картини світу, де вони переплітаються і взаємодіють [1]. Для формування позитивного ставлення студентів до міжкультурної комунікації можна використати такий прийом, як актуалізація особистісного досвіду. Викладач може поділитися своїми враженнями від спілкування з представниками різних культур, а також звернутися до студентів, які відвідували зарубіжні країни або ж спілкувалися з іноземцями онлайн. З огляду на те, що багато тих, хто навчається в аграрних ЗВО, проходить практику закордоном, варто запрошувати таких студентів на заняття для того, щоб вони поділилися досвідом. Такі прийоми працюють значно ефективніше, ніж просто ознайомлення студентів з особливостями міжкультурної комунікації у вигляді теоретичного матеріалу.

Другий етап передбачає створення умов для практики міжкультурної комунікації. На нашу думку, найбільш ефективною на цьому етапі є організація міжкультурного спілкування в аудиторії з носіями іноземної мови. Це можуть бути студенти, які навчаються в аграрних чи інших ЗВО, викладачі, волонтери тощо. Пропонуємо викладачу не втручатися активно у процес такого спілкування, дозволивши студентам обирати теми для обговорення, і не виправляти мовні помилки, які можуть траплятися у процесі комунікації. Це дозволить студентам навчитися більш вільно спілкуватися, не боятися говорити іноземною мовою, відчувати впевненість у тому, що вони можуть порозумітися з представниками інших культур.

Звичайно, такі зустрічі не можуть відбуватися на кожному занятті, тому ще одним вдалим прийомом є використання автентичних відеоматеріалів, які можна знайти на багатьох інтернет-ресурсах. Пропонуємо такий алгоритм роботи з відеоматеріалами: 1) актуалізація досвіду студентів щодо теми чи ситуації, яка буде представлена у відео (запитання, дискусія,

прогнозування того, що буде у відеоматеріалі тощо); 2) перегляд відео; 3) перевірка правильності сприйняття представленого матеріалу (акцент на особливостях комунікативної поведінки, невербальних засобах, лексичних зразках – типових фразах в певній комунікативній ситуації); 4) моделювання комунікативних ситуацій студентами для відпрацювання стандартів комунікативної поведінки; 5) аналіз змодельованих ситуацій із залученням студентів до самооцінювання (чого я навчився, що було легко, а що складно, над чим ще потрібно попрацювати).

На кожному етапі та у процесі використання будь-якого методу чи прийому варто пам'ятати про усунення тиску і примусу з боку викладача, надання можливості студентам вільно виражати власні думки, створення ситуації успіху, урахування індивідуальних здібностей кожного студента, акцент на досягненнях, а не помилках. Усе це допоможе зняти напругу та створити сприятливу психологічну атмосферу на занятті, а також викликати у студентів позитивні емоції та задоволення від процесу спілкування, що в підсумку сприятиме формуванню мотивації майбутніх фахівців аграрного профілю до міжкультурної комунікації.

Висновки та перспективи досліджень. Підсумовуючи вищезазначене, можна зробити висновок про те, що формування мотиваційної сфери є важливим складником підготовки майбутніх фахівців до міжкультурної комунікації. На заняттях з іноземної мови необхідно формувати ситуативну комунікативну мотивацію з акцентом на розвиток внутрішніх мотивів студентів. Цей процес є поетапним і включає значний перелік прийомів, які можуть використовуватися викладачем відповідно до конкретних умов навчального процесу та потреб здобувачів вищої освіти. Перспективи подальших досліджень вбачаємо у вивченні інших аспектів підготовки майбутніх фахівців аграрного профілю до міжкультурної комунікації засобами іноземної мови.

Джерела та література

1. *Common European Framework of Reference for Languages: learning, teaching, assessment.* Cambridge: Cambridge University Press, 2001. 260 p.
2. Махінов В. Лінгводидактичний потенціал міжкультурного спілкування як категорія методики навчання іноземних мов. *Психолого-педагогічні проблеми сільської школи.* 2014. Випуск 48. С. 114 – 120.

3. Бацевич Ф. С. Словник термінів міжкультурної комунікації. К.: Довіра, 2007. 205 с.
4. Сотер М.В. Формування готовності майбутніх інженерів-судномеханіків до міжкультурної комунікації: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04. / Нац. б-ка України ім. В.І. Вернадського. Київ, 2018.
5. Зеліковська О.О. Мотивація студентів економічних спеціальностей до формування міжкультурної компетенції. Педагогічний дискурс. 2012. Випуск 11. С. 98 – 101.
6. Комарова Э.П. Основы обучения инос язычному профессионально ориентированному опосредованному общению в системе вузовского образования. Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. 175 с.
7. Пассов Е.И. Основы коммуникативной методики обучения инос язычному общению. М.: Русский язык, 1989. 276 с.
8. Щукин А.Н. Лингводидактический энциклопедический словарь. М.: Астрель: АСТ: Хранитель, 2007. 746, [6] с.

**Олеся Сільчук, кандидат педагогічних наук,
Полтавська державна аграрна академія**

ПИТАННЯ МІЖКУЛЬТУРНОГО СПІЛКУВАННЯ В ОСВІТНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ МАГІСТРАТУРИ АГРАРНИХ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

У статті обґрунтовано актуальність питання міжкультурного спілкування в процесі професійної підготовки майбутніх магістрів аграрного профілю. Автором проаналізовано поняття «спілкування», «культура спілкування», «міжкультурне спілкування» на основі сучасних наукових досліджень та визначено роль ділової іноземної мови як гуманітарної складової освітнього середовища аграрних закладів вищої освіти щодо формування готовності до міжнародного спілкування у майбутніх магістрів аграрного профілю.

Ключові слова: спілкування, культура спілкування, міжкультурне спілкування, майбутні магістри аграрного профілю, аграрні заклади вищої освіти.

***Olesia Silchuk. The issue of intercultural communication in training
process of Master degree course of agrarian universities***

The article deals with the relevance of the issue of intercultural communication in the vocational training for agrarian master's students. On the basis of current studies the notions of «communication», «communication

culture», «intercultural communication» have been analysed by the author. It has also been defined the role of Business English, as a humanitarian component, for master's students' readiness to intercultural communication during the training process of agrarian universities.

Key words: communication, communication culture, intercultural communication, agrarian master's students, agrarian universities.

Вступ. Процеси інтеграції й глобалізації, які перетворюють усі сфери життєдіяльності людства, порушують питання щодо оновлення системи вищої професійної освіти. Усвідомлення важливості аграрного сектору в економіці України призвело до необхідності підготовки фахівців до професійної діяльності в умовах полікультурного середовища. Якісне міжкультурне спілкування це запорука успішної професійної діяльності фахівців-аграріїв, що забезпечує їхню конкурентоспроможність на сучасному міжнародному ринку праці. У зв'язку із цим актуалізується доцільність орієнтації освітнього середовища аграрних закладів вищої освіти на формування у майбутніх фахівців аграрного профілю знань, умінь та навиків міжкультурного спілкування, встановлення професійних контактів між представниками різних культур і країн, міжнародної співпраці й мобільності.

Аналіз наукової літератури з досліджуваної проблеми показав, що питання формування готовності до міжкультурного спілкування майбутніх фахівців різного профілю висвітлюється в сучасній науково-педагогічній теорії та практиці: О. Баглай (формування готовності до міжкультурного спілкування фахівців міжнародного туризму), Я. Довгополова (формування толерантних відносин студентів у полікультурному середовищі вищого навчального закладу), Г. Захарова (формування готовності до міжкультурної комунікації у студентів ВНЗ, А. Козак (формування готовності майбутніх фахівців у сфері міжнародних відносин до міжкультурної комунікації), О. Кричківська (формування міжкультурної комунікативної компетентності майбутніх фахівців зовнішньоекономічної діяльності), Ю. Ніколаєнко (підготовка студентів аграрних спеціальностей до професійного спілкування в іншомовному середовищі), М. Сотер (формування готовності майбутніх інженерів-судномеханіків до міжкультурної комунікації) та інші.

Водночас, проблема міжкультурного спілкування майбутніх магістрів аграрного профілю потребує спеціального вивчення,

зокрема недослідженим залишилось питання використання гуманітарної складової освітнього середовища магістратури аграрних закладів вищої освіти.

Мета дослідження – обґрунтувати актуальність питання міжкультурного спілкування в процесі фахової підготовки майбутніх магістрів аграрного профілю; проаналізувати поняття «спілкування», «культура спілкування», «міжкультурне спілкування» на основі сучасних наукових досліджень; визначити роль ділової іноземної мови як гуманітарної складової освітнього середовища магістратури аграрних закладів вищої освіти щодо формування готовності міжкультурного спілкування у майбутніх магістрів аграрного профілю.

Виклад основного матеріалу дослідження. Очевидно, що для з'ясування сутності поняття «міжкультурне спілкування» необхідно передусім проаналізувати загальні підходи до наукового тлумачення змісту базових понять «спілкування» та «культура спілкування».

Загальногуманітарна категорія «спілкування» органічно і широко використовується у філософії, риториці, психології, загальній і соціальній психології, педагогіці, культурології, теорії соціальних комунікацій та багатьох інших науках, кожна з яких вивчає певні сторони і закономірності людської взаємодії та формує власну концепцію спілкування.

Розглянемо категорію спілкування у контексті педагогічного підходу, яка знайшла своє відображення в працях вчених-педагогів О. Абдуліної, Ш. Амонашвілі, Г. Балла, О. Бодальова, С. Гончаренко, М. Заброцького, І. Зимньої, І. Зязюна, Н. Кузьміної, А. Макаренка, С. Максименка, Л. Орбан-Лембрик, О. Федій, та інших авторів.

В. Грехнев зазначає, що спілкування є результатом розвитку суспільної історії, привноситься нашою культурою, є її глибинною підставою й водночас засобом розвитку суспільства, людей. В процесі спілкування забезпечується єдність дій людей, здійснюється їх консолідація та впорядковується їх цілеспрямована діяльність. На його думку, в спілкуванні досягається взаєморозуміння та узгодженість поведінки, вчинків, а отже, формуються якості людини як суб'єкта праці та пізнання [1, с. 10].

Необхідно зазначити, що у педагогіці досить широко висвітлена проблема формування професійно-педагогічного спілкування. Вчені-педагоги розглядають професійно-педагогічне спілкування як:

— різновид спілкування людей у професійній сфері (В. Сухомлинський) [2];

— «система (прийоми і навички) органічної соціально-психологічної взаємодії педагога і вихованців, змістом якої є обмін інформацією, здійснення виховуючого впливу, організація взаємовідносин з допомогою комунікативних засобів» (В. Кан-Калик) [3, с. 12];

— «форма навчальної взаємодії, співробітництва педагогів і учнів; астально-ретіальна особистісно і соціально орієнтована взаємодія» (С. Гончаренко) [4, с. 437];

— взаємодія суб'єктів педагогічного процесу, яка здійснюється за допомогою знакових засобів та обумовлює значну зміну якостей, станів, поведінки та особистісно-сміслових утворень-патернів; педагогічне спілкування визначається, перш за все, цілями та цінностями, які повинні бути засвоєними суб'єктами педагогічного процесу як імператив їх індивідуальної поведінки (О. Лисевич) [5];

— професійне спілкування викладача зі студентами на занятті і поза ним, спрямоване на створення сприятливого психологічного клімату (Н. Голярдик, Л. Дика) [6].

У контексті нашого дослідження доцільно враховувати особливості педагогічного спілкування, оскільки підготовка майбутніх магістрів аграрного профілю відбувається у закладі вищої освіти (далі ЗВО) під час взаємодії викладача зі студентами. Звідси робимо висновок, що педагогічне спілкування, з одного боку, забезпечує такий процес, а з іншого боку є зразком професійного спілкування. Отже, педагогічне спілкування ми розглядаємо як чинник формування готовності до міжкультурного спілкування майбутніх магістрів аграрного профілю в аграрному ЗВО.

Наступною базовою категорією дослідження є «культура спілкування», що дозволяє глибше розкрити сутність поняття міжкультурного спілкування.

Термін «культура спілкування» вперше з'явився в наукових працях у 80-і рр. XX ст. [7, с. 35]. Проте слід зазначити, що на сьогодні загальноприйнятого визначення поняття «культура спілкування» не існує:

— культура спілкування (за В. Саф'яновим) — це складна, історично мінлива система, що має інтеграційний характер і

виявляє цілісний підхід до процесу спілкування. Вона охоплює цінності, які орієнтують процес спілкування, рівень розвитку і особливості суб'єктів спілкування, їхні здібності до взаєморозуміння, міру опанування способів, засобів, прийомів, правил спілкування [8];

— культура спілкування (у межах діяльнісного підходу О. Смолінської) — це сукупність теоретичних знань, етико-психологічних положень, принципів і норм, що мають загальний характер у конкретному суспільстві, та практичних умінь і навичок взаємодії у комунікативному процесі [9, с. 117];

— культура спілкування (в гуманістичному контексті Т. Мішаткіна) — це система норм, принципів і правил спілкування, а також технології їх виконання, вироблені людським суспільством з метою оптимізації й ефективності комунікативної взаємодії [10, с. 143]. Передбачає знання, розуміння й дотримання таких норм міжособистісного спілкування, які: відповідають гуманістичному підходові до інтересів, прав і свобод особистості; прийняті в даному суспільстві як «керівництво до дії»; не суперечать поглядам і переконанням самої особистості; передбачають її готовність і вміння дотримуватися цих норм [10, с. 143].

У наведених визначеннях поняття «культура спілкування» підкреслюється багатоаспектність і складність даного феномену, що потребує вивчення й урахування різних його аспектів та можливостей щодо формування готовності до міжкультурного спілкування у майбутніх магістрів аграрного профілю в процесі професійної підготовки.

Аналіз сучасної наукової літератури показав, що трактування поняття «міжкультурне спілкування» демонструє чималу кількість тотожних термінів: «міжкультурна комунікація», «інтеркультурна комунікація (intercultural communication)», «кроскультурна комунікація (cross-cultural communication)», «транскультурна комунікація (transcultural communication)», «мультикультурна комунікація (multicultural communication)».

Проаналізуємо погляди зарубіжних науковців щодо визначення поняття «міжкультурна комунікація» / «інтеркультурна комунікація (intercultural communication)».

С. Тінг-Тумі розуміє міжкультурне спілкування як процес обміну символами, під час якого представники двох (або більше)

культурних спільнот обговорюють значення спільних понять в інтерактивний спосіб [11].

Ми погоджуємося з думкою Т. Новінгера, який зазначає, що міжкультурна комунікація – це транзакційний, символічний процес, що передбачає встановлення зв'язку між людьми різних культур [12].

М. Беннетт підкреслює, що люди під час міжкультурної взаємодії повинні приймати різні культурно обумовлені способи мислення й поведінки навіть за умови, якщо вони можуть їм не сподобатися [13, с. 28].

Учені Л. Самовар та Р. Портер дають таке визначення міжкультурному спілкуванню: те, що передбачає взаємодію між людьми з досить різним культурним сприйняттям і системою символів, щоб змінити/модифікувати процес комунікації [14].

Дж. Мартін, Г. Чен, В. Староста звертають увагу на тому, що міжкультурне спілкування безпосередньо пов'язано зі здатністю людей ефективно спілкуватися (досягати особистих цілей/намірів), правильно, не зважаючи на певні ситуаційні й культурні обмеження, вести бесіди (дії та поведінка мають відповідати вимогам й очікуванням у конкретному контексті) [14; 15].

Таким чином, міжкультурне спілкування може бути успішним за умови усвідомлення полікультурності сучасного світу, адекватного сприйняття та інтерпретації комунікативної поведінки людей із різними поглядами на одні й ті ж речі. Звісно, що учасники міжкультурного спілкування не повинні цілковито перейняти іншу культуру, а мають прагнути зрозуміти представників інших культур.

Грунтуючись на вищезазначених поглядах, та беручи їх за основу, підсумуємо, що готовність до міжкультурного спілкування є важливим компонентом культури спілкування та показником загальної культури особистості. Сучасна професійна підготовка майбутніх магістрів аграрного профілю повинна спрямовуватися на становлення духовно розвинутого культурного фахівця, якому притаманне цілісне гуманістичне світосприйняття різних культур. Це можливо при наявності високої культури спілкування, яка несе не тільки загальнокультурні ознаки, але є показником внутрішньої культури особистості.

У контексті вирішення означеної проблеми, доцільно використовувати всі можливості гуманітарних дисциплін у

формуванні готовності до міжкультурного спілкування майбутніх магістрів аграрного профілю. Вважаємо, що провідна роль гуманітарної дисципліни «Ділова іноземна мова» в цьому процесі незаперечна.

Серед завдань вивчення ділової іноземної мови є й формування фахово орієнтованої культури мовлення майбутнього фахівця-аграрника, складником якої є знання й уміння міжкультурного спілкування. У програмі з ділової іноземної мови передбачається, що для отримання ступеня магістра, поряд з іншими професійними вміннями, студент повинен *знати*: необхідний лексичний матеріал, що забезпечує спілкування у діловій сфері; особливості країнознавства та міжкультурних відмінностей; особливості ведення ділової кореспонденції; *вміти*: розуміти на слух оригінальні тексти та висловлювання у межах ділової тематики; висловлювати свою думку, передавати інформацію в обсязі тематики, зумовленої потребами спілкування у діловій сфері; вести бесіду та робити повідомлення у межах ділової тематики; написати автобіографію, резюме, супроводжувальний лист, контракт; читати та розуміти тексти з тем, пов'язаних з діловим спілкуванням.

Отже, випускник магістратури аграрного ЗВО володітиме ключовими професійними компетентностями: умінням вести необхідну для його фаху ділову документацію, ділову бесіду, ефективно проводити телефонні розмови з діловими партнерами, застосовувати діловий етикет, організовувати ділові переговори, укладати договір, представити фірму на агропромислових виставках тощо. Все це сприятиме ефективному виконанню своїх професійних обов'язків та успішному розвитку міжнародного співробітництва в аграрному секторі.

Висновки та перспективи досліджень. Таким чином, можна зробити висновок про те, що поняття «міжкультурне спілкування» є загальногуманітарною категорією, яка широко використовується у багатьох науках, що вивчають й допомагають зрозуміти певні сторони і закономірності людської комунікативної взаємодії у міжкультурному середовищі.

Гуманітарна дисципліна «Ділова іноземна мова» має потужний потенціал щодо формування готовності до міжнародного спілкування майбутніх магістрів аграрного профілю, яка, в свою чергу, є обов'язковою складовою сучасної фахової підготовки майбутніх фахівців-аграріїв.

У контексті дослідження проблеми міжкультурного спілкування подальших напрацювань потребує аспект підготовки майбутніх магістрів аграрного профілю до ефективного міжкультурного спілкування засобами гуманітарних дисциплін.

Джерела та література

1. Грехнев В. *Культура педагогического общения : книга для учителя.* Москва : Просвещение, 1990. 144 с.
2. Васянович Г. *Педагогічна етика : навч.-метод. посіб.* Львів : Норма, 2005. 344 с.
3. Кан-Калик В. *Учителю о педагогическом общении : кн. для учителя.* Москва : Просвещение, 1987. 190 с.
4. Гончаренко С. *Український педагогічний енциклопедичний словник.* Вид. 2-ге, доп. й випр. Рівне : Волинські обереги, 2011. 552 с.
5. Лисевич О. В. *Формування культури педагогічного спілкування майбутніх вчителів засобами діалогічних навчальних ситуацій : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04.* Кіровоград, 2011. 20 с.
6. Голярдик Н. А. *Педагогічне спілкування як фактор взаємодії викладача і студентів у вищих навчальних закладах.* Збірник наукових праць Національної академії державної прикордонної служби України. Сер. : Педагогічні та психологічні науки. Хмельницький, 2014. № 2. С. 64–73.
7. Чмут Т. К. *Етика ділового спілкування : навч. посіб.* 6-те вид., випр. і доп. К. : Знання, 2007, 230 с.
8. Сафьянов В. И. *Этика общения : учеб. пособ.* Москва : Мир книги, 1998. 164 с. URL: <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook123/01/index.html?part-002.htm> (дата звернення: 01.04.2020).
9. Смолінська О. Є. *Комунікативні процеси у навчанні : навч. посіб.* Львів : Сполом, 2010. 254 с.
10. Мишаткина Т. В. *Педагогическая этика : учеб. пособ.* Ростов-на-Дону : Феникс. Мн. : ТетраСистемс, 2004. 304 с.
11. Ting-Toomey S. *Communicating Across Cultures.* New York: The Guilford P, 1999. 310 p.
12. Novinger Tracy. *Intercultural communication: a practical guide.* USA: University of Texas Press, AUSTIN, 2001. 210 p.
13. Bennett M. J. *Intercultural communication: a current perspective. Basic concepts of intercultural communication: Selected readings.* 1998. N 1. P. 1–34.
14. Chen G. M., Starosta W. J. *Foundations of intercultural communication.* Boston: Allyn and Bacon, 1998. 340 p.
15. Martin J. N. *Intercultural communication competence: a review.* Beverly Hills, CA: Sage, 1993. P. 16–29.

**Юлія Стиркіна, кандидат педагогічних наук, доцент,
Полтавський національний педагогічний
університет імені В. Г. Короленка**

ТЕХНОЛОГІЇ ЗАСВОЄННЯ МОВЛЕННЄВИХ СТРУКТУР У ПРОЦЕСІ МІЖКУЛЬТУРНОГО СПІЛКУВАННЯ ТА ВИКОНАННЯ РЕПРОДУКТИВНИХ І ТВОРЧИХ ЗАВДАНЬ

У статті йдеться про навчання англійської мови за допомогою міжкультурного спілкування у процесі виконання репродуктивних і творчих завдань. Автор робить короткий історичний екскурс у дослідження цієї проблеми та робить опис алгоритму роботи з проектом. У статті наголошується, що творча проектна робота є одним з найуспішніших сучасних шляхів навчання англійської мови.

Ключові слова: міжкультурне спілкування, програми, що побудовані на творчих завданнях, навчання іноземної мови, проектна методика.

***Julia Styrkina. The technology of learning English through
intercultural communication and fulfillment of creative reproductive and
creative tasks***

Article tells about English studying through intercultural communication and fulfillment of creative reproductive and creative tasks. Author makes a short historical review of investigation of this problem and makes a description of project-work algorithm. It has been stressed in the article, that creative project work is on of the most successful ways of modern English teaching.

Key words: intercultural communication, creative reproductive and creative tasks, task-based syllables, English language teaching, project method.

Вступ. Серед величезної кількості різноманітних технологій навчання іноземної мови, що успішно реалізуються у системі сучасної освіти, недостатня увага приділяється вітчизняними педагогами-практиками технологіям засвоєння мовленнєвих структур у процесі міжкультурного спілкування та виконання різноманітних репродуктивних і творчих завдань. Сутність цієї інновації полягає у тому, що учням дається завдання, у процесі виконання якого вони мають спілкуватися виключно іноземною мовою. Завдання, або проекти (projects) можуть бути як лінгвістичного характеру (написати есе, твір, скласти автобіографію, розробити проект), так і прикладного (намалювати

план міста, вишити квітку, зробити іграшку). У вітчизняних методиках, як правило, відсутнє психологічне обґрунтування методики навчання іноземної мови у процесі міжкультурного спілкування та виконання завдань, у результаті студенти з великими труднощами засвоюють іноземні слова і погано володіють ними на практиці, часто забувають вивчені слова або неправильно вживають їх у процесі формулювання думки.

Мета дослідження – проаналізувати історію виникнення технологій навчання іноземної мови у процесі міжкультурної комунікації та виконання творчих завдань, проблеми та труднощі, що виникали при їх реалізації. Дати обґрунтування доцільності використання методики викладання іноземної мови у процесі виконання творчих міжкультурних проектних завдань, описати властиві цим технологіям методи і прийоми. Такий аналіз допоможе краще зрозуміти алгоритм такого навчання, застереже викладача від помилок у роботі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інтерес до теми обумовлений тим, що комунікація іноземною мовою при роботі у групах над спільними завданнями не лише сприяє закріпленню певних мовленнєвих структур і засвоєнню нової лексики у процесі виконання завдань у контексті лінгвістичного й соціокультурного аспекту, а й стимулює учнів до використання іноземної мови в її основній функції – носія інформації. Оскільки завдання можуть бути самого різнопланового характеру, є можливість інтеграції навчання мови з набуттям чи удосконаленням знань з будь-якого предмету природного, математичного, мистецького циклу. Це тим більш необхідно, оскільки українські фахівці на сучасному етапі розвитку нашого суспільства намагаються бути конкурентно спроможними на Європейському ринку праці, що не можливо без досконалого знання іноземної мови. Виконання завдань сприяє виникненню почуття взаємозалежності, відповідальності за спільну справу.

Відлуння особливостей методики викладання іноземної мови у процесі виконання творчих можна зустріти в працях вітчизняних педагогів: Гальскової Н. Д., Копилової В. В., Пахомової Н. Ю., Кузнецової О. О., Леонтьєва А. А., Мальковського Г. Ю., Мурзіної Л. Ю. На доцільності використання такого типу навчальної діяльності наголошують також і зарубіжні фахівці: М. Лонг, Р. Е. Славин, Д. В. Джонсон, М. Фіноччяро, П. Стревенс.

До проблем, які виникли у зв'язку з реалізацією технологій навчання у процесі міжкультурної комунікації та виконання завдань, перш за все відносимо мову, якою надаються інструкції. Звичайно, що рідна мова повинна звучати якомога менше, але там, де вона необхідна, можна і навіть потрібно надавати нею пояснення. До того ж, окремі педагоги-практики вважають, що учні не повинні слухати недосконале мовлення одне одного, а мають дотримуватись обмеженого спілкування з вчителем, чия мова є більш наближеною до класичного варіанту. Не можемо з цим погодитись, оскільки учні повинні усвідомлювати таку характеристику мовлення, як автентичність: це й відтінки значення, й особливості вимови, темпу, акцентуації, невербальні характеристики індивідуального мовлення кожної людини. Мова у свідомості учнів, особливо іноземна, має бути тісно пов'язана з людьми, а не з книжками, касетами чи CD дисками. Кожне завдання повинно включати чотири мовленнєві навички: читання, говоріння, аудіювання, письмо.

Концепція конкретного завдання як базису всього навчання мові передбачає перетворення іноземної мови з об'єкта вивчення на засіб отримання знань, засіб досягнення спільної мети у процесі виконання творчого завдання. Результатом є подвійний ефект: нові знання і мовленнєві навички набуваються водночас. Така концепція побудови програм видається найбільш наближеною до двомовного навчання і є спорідненою з так званими програмами мовного заглиблення, які використовують іноземну мову як робочу при навчанні окремих предметів: історії, географії, біології і таке інше. Не дивлячись на свій значний навчальний потенціал, програми, що базуються на завданнях, і досі мало відомі широким колам учителів.

Певною мірою резюме до розмаїття ідей і думок стала книга Т. Ховарда і М. Легітке «Процес і досвід у мовній кімнаті». Вона висвітлює проблему «аплікації інноваційних підходів на тканину практичного навчання» [5, с. 144]. Перш за все, Т. Ховард і М. Легітке визначають, що принципи й цінності формуються тільки з досвіду практичної роботи у класній кімнаті і наголошують на соціокультурному аспекті мовлення. Потрібна інтеграція завдань у великих за обсягом проектах, щоб вони не перетворилися на розрізнені види роботи. Філософська орієнтація книги – «учень вчить у дійовому процесі» – запозичена у Д. Д'юї. Аналізується також широкий спектр наукових праць у Європі, які були поштовхом до написання книги.

Визначаються наступні принципи вивчення іноземної мови:

1. Класна кімната – це свого роду автентичне психолінгвістичне середовище, соціокультурна реальність, її можна й потрібно використовувати для потреб навчання.

2. Учні можуть і повинні вносити важливі доповнення до змісту і до самого процесу навчання, розгалужувати рамки програми, висуваючи пропозиції та роблячи власний вибір.

3. Необхідно ознайомити учнів із подвійною взаємозумовлюючою природою змісту й засобів навчання, щоб вони могли зробити свідомий вибір.

4. Навчання, згідно з програмами, які базуються на завданнях, повинно здійснюватись через творчі учнівські проекти, оскільки завдання є головним організаційним елементом таких програм.

5. Автори зауважують, що експериментальне навчання обов'язково повинно входити до змісту професійної освіти вчителів.

Метод творчих проектів, сучасна технологія навчання у процесі творчих завдань, набуває останнім часом все більше прихильників. Він спрямований на те, щоб розвинути активне самостійне мислення дитини і навчити її не просто запам'ятовувати і відтворювати знання, які дає школа, а вміти застосовувати їх на практиці. Проектна методика відрізняється кооперативним характером виконання завдань під час роботи над проектом, діяльність, яка при цьому здійснюється, є за своєю суттю креативною та орієнтованою на особистість учня. Вона передбачає високий рівень індивідуальної та колективної відповідальності за виконання кожного завдання з розробки проекту. Спільна робота групи учнів над проектом невіддільна від активної комунікативної взаємодії учнів. Проектна методика є однією з форм організації дослідницької пізнавальної діяльності, в якій учні займають активну суб'єктивну позицію. Тема проекту може бути пов'язана з однієї предметної областю чи носити міждисциплінарний характер. При підборі теми творчого проекту вчитель повинен орієнтуватися на інтереси і потреби учнів, їхні можливості і особисту значимість майбутньої роботи, практичну значущість результату роботи над проектом. Виконаний проект може бути представлений в самих різних формах: стаття, рекомендації, альбом, колаж і багато інших. Різноманітні і форми презентації проекту: доповідь, конференція, конкурс, свято, вистава. Головним результатом роботи над

проектом будуть актуалізація наявних і придбання нових знань, навичок та вмінь і їх творче застосування в нових умовах.

Робота над проектом здійснюється в кілька етапів і зазвичай виходить за рамки навчальної діяльності на уроках: вибір теми чи проблеми проекту; формування групи виконавців; розробка плану роботи над проектом, визначення термінів виконання; розподіл завдань серед учнів; виконання завдань, обговорення в групі результатів виконання кожного завдання; оформлення спільного результату; звіт за проектом; оцінка виконання проекту.

Робота за проектною методикою вимагає від учнів високого рівня самостійності пошукової діяльності, координації своїх дій, активного дослідницького, виконавської та комунікативної взаємодії. Роль вчителя полягає в підготовці учнів до роботи над проектом, виборі теми, у наданні допомоги учням при плануванні роботи, в поточному контролі і консультуванні учнів у процесі виконання проекту на правах співучасника.

Стосовно до уроку іноземної мови, проект – це спеціально організований вчителем творчий комплекс дій, що самостійно виконується учнями і завершується створенням творчого продукту.

Проект цінний тим, що в ході його виконання школярі вчаться самостійно здобувати знання, набувати досвіду пізнавальної та навчальної діяльності. Проектна методика характеризується високою комунікативністю і передбачає вираз учнями своїх власних думок, почуттів, активне включення в реальну діяльність, прийняття особистої відповідальності за просування в навчанні. Проектна методика заснована на цикловій організації навчального процесу. Окремий цикл розглядається як закінчений самостійний період навчання, спрямований на вирішення певної задачі у досягненні спільної мети оволодіння англійською мовою.

Відмінна риса проектної методики – особлива форма організації. Організуючи роботу над проектом, важливо дотримати кілька умов: тематика може бути пов'язана як з країною мови, що вивчається, так і з країною проживання, учнів орієнтують на зіставлення і порівняння подій, явищ, фактів з історії та життя людей різних країн. Проблема формулюється так, щоб орієнтувати учнів на залучення фактів із суміжних областей знань і різноманітних джерел інформації. Необхідно залучити до роботи всіх учнів класу, запропонувавши кожному завдання з урахуванням рівня його мовної підготовки, орієнтуючись на ті цілі і завдання, які

стоять перед вчителем іноземної мови, і враховуючи запити учнів у сучасному світі. Якщо учні не залучені в активну діяльність, то будь-який змістовний матеріал викличе у них споглядальний інтерес, який не перетвориться на пізнавальний. Для того, щоб розбудити в школярах активну діяльність, їм потрібно запропонувати проблему цікаву і значущу. У проектній методиці використовуються всі кращі ідеї, вироблені традиційною та сучасною методикою викладання англійської мови. Різноманітність, як необхідна риса будь-якого хорошого навчання, сприяє підтримці інтересу до навчання – це різноманітність тем, типів текстів (діалоги, монологи, листи, настільні ігри, описи, інструкції тощо), і різноманітність форм навчальної діяльності (індивідуальна, парна, групова робота, робота в командах), і різноманітність типів вправ. Проблемність означає, що учні використовують мову для виконання завдань, які характеризуються новизною результату. Проблемний підхід має місце при навчанні граматики в тих випадках, коли учень осягає її як систему. Безумовно, важливо, щоб школяр вчився з задоволенням. Підліток навчається продуктивно і багато дізнається, якщо він навчається вільно, без примусу, відчуваючи радість. Розважальність – це одна з особливостей проекту. Часто завдання можуть оформлятися у вигляді жарту, головоломки, загадки тощо, мати музичний супровід, шумові ефекти, ілюстрації. Особливе значення має егофактор, тобто можливість говорити про те, про що учні думають, про свої плани. При організації спілкування краще застосовувати такі ситуації, які торкаються інтересів учнів, є пов'язаними з їх особистим досвідом.

Новизна підходу в тому, що школярам дається можливість самим конструювати зміст спілкування, починаючи з першого заняття за проектом. Міжпредметні зв'язки, що мають місце бути в подібних проектах, безумовно, збагачують уявлення учнів про кожен предмет окремо і викликають цікавість учнів. В курсі іноземної мови метод проектів може використовуватися в рамках програмного матеріалу практично з будь-якої теми. Кожен проект співвідноситься з певною темою і розробляється протягом декількох уроків. Здійснюючи цю роботу, школярі можуть, наприклад, розповідати й писати про власне життя, створювати власний журнал, готувати макети і т. д. Поряд з вербальними засобами вираження учні широко використовують і інші засоби:

малюнки, колажі, малюнки, плани, карти, схеми, анкетні таблиці, графіки та діаграми. У фонограмах курсу використовуються звуконаслідувальні засоби та шумові ефекти. Таким чином, розвиток комунікативних навичок надійно підкріплюється різноманіттям засобів, які передають ту чи іншу інформацію. У даній системі навчання широко використовується мимовільне запам'ятовування лексичних засобів і граматичних структур в ході вирішення проблемних завдань, стимулюється розвиток творчого мислення, уяви. Створюються умови для свободи вираження думки і осмислення сприйманого. Підготувати, оформити та подати проект – справа набагато складніша, ніж виконання традиційних завдань. За допомогою проектною методики на уроці можна досягти відразу кількох цілей – розширити словниковий запас дітей, закріпити вивчений лексико-граматичний матеріал, створити на уроці атмосферу свята, прикрасити кабінет іноземної мови роботами дітей. При цьому проектна робота надає унікальні можливості для дійсно комунікативного навчання іноземної мови навіть при опорі на мінімальні мовний матеріал.

Оволодіння іноземною мовою в процесі проектною роботи доставляє школярам справжню радість пізнання, залучення до нової культури. Проект здійснюється за певною схемою: 1. *Підготовка до проекту*. Приступаючи до створення навчального проекту, слід дотримуватися ряду умов: попередньо вивчити індивідуальні здібності, інтереси, життєвий досвід кожного учня; вибрати тему проекту, сформулювати проблему, запропонувати учням ідею, обговорити її з учнями. 2. *Організація учасників проекту*. Спочатку формуються групи учнів, де перед кожним стоїть своє завдання. Розподіляючи обов'язки, враховуються схильності учнів до логічних міркувань, до формування висновків, до оформлення проектною роботи. При формуванні групи до їх складу включаються школярі різної статі, різної успішності, різних соціальних груп. 3. *Виконання проекту*. Цей крок пов'язаний з пошуком нової, додаткової інформації, обговоренням цієї інформації, і її документуванням, вибором способів реалізації проекту. Одні проекти оформлюються самостійно, інші потребують допомоги з боку вчителя, створюються у класі. Головне – не пригнічувати ініціативу учнів, з повагою ставиться до будь-якої ідеї, створювати ситуацію «успіху». 4. *Презентація проекту*. Весь відпрацьований, оформлений матеріал треба представити однокласникам, захистити

свій проект. Для аналізу пропонованої методики навчання важливі способи виконання та подання проекту. Так, у школярів може бути спеціальна зошит тільки для проектів. Проекти можуть виконуватися на окремих аркушах і скріплюватися разом, утворюючи виставку, монтаж. Групи можуть змагатися один з одним. Проектні завдання ретельно градууються, з тим, щоб учні могли виконувати їх англійською мовою. Заохочується спочатку чорновий варіант, а потім чистовик. 5. *Підведення підсумків проектної роботи.* Кількість кроків – етапів від прийняття ідеї проекту до його презентації залежить від його складності.

За характером кінцевого продукту проектної діяльності, можна виділити наступні види проектів у галузі вивчення іноземної мови: Конструктивно-практичні проекти, наприклад, щоденник спостережень, створення гри і її опис. Ігрові – рольові проекти, наприклад, розігрування фрагментів уроку в школі (програми практики усного мовлення, граматики, фонетики), драматизація п'єси (програми практики усного мовлення, дитячої літератури країни мови, що вивчається). Інформативно-дослідні проекти. Сценарні проекти – сценарій позакласного заходу для школи або окремого класу. Творчі роботи – вільний літературний твір, літературний переклад твору на рідну мову (програми практики усного мовлення, дитячої літератури країни мови, що вивчається). Видавничі проекти – стінгазети, матеріали для стендів. Проекти передбачають активізацію учнів: вони повинні писати, вирізати, наклеювати, ритися в довідниках, розмовляти з іншими людьми, шукати фотографії та малюнки і навіть самостійно робити записи на аудіокасету. Учні з різним рівнем мовної підготовки можуть брати участь в проектній роботі у відповідності з своїми можливостями. Проект, який виконують учні, повинен викликати в них ентузіазм, захоплювати їх, йти від серця. Будь-яка дія, що виконується індивідуально, в групі, за підтримки вчителя чи інших людей, діти повинні самостійно спланувати, виконати, проаналізувати та оцінити. Повідомляючи іншим про себе і навколишній світ англійською, учні відкривають для себе цінність англійської мови як мови міжнародного спілкування. Вони можуть опинитися в ситуації, де їм буде потрібно описати свою сім'ю або місто іноземцям, і проектна робота готує їх до цього. В основному більшість проектів виконуються в ході підсумкових уроків, коли за результатами його виконання, вчитель оцінює засвоєння учнями

певного навчального матеріалу. При оцінці готового проекту слід звертати увагу не тільки на правильне використання мови. Важливим стимулом для розвитку особистості учня є ступінь їхньої творчості та оригінальності при виконанні проекту.

Висновки та перспективи досліджень. Методика виконання завдань у процесі міжкультурної комунікації не тільки дає можливість учням більше і глибше вивчити тему, але і значно розширює їх загальний кругозір, вчить спілкуванню, вмінню самостійно здобувати і відбирати необхідний матеріал, дає можливість розвитку не тільки колективної творчості, а й індивідуальних талантів і здібностей учнів. Ця методика дозволяє реалізовувати не тільки освітні завдання, що стоять перед вчителем іноземної мови, а й виховні. Учні можуть по-новому поглянути на себе і на реальність свого щоденного життя, на історію і культуру своєї країни і, звичайно, дізнатися про те, що їх цікавить про життя в країні мови, що вивчається. Все це, в кінцевому рахунку, покликане сприяти формуванню активної громадянської позиції учнів і максимального розвитку індивідуальних здібностей і талантів кожного.

Джерела та література

1. Гальскова Н. Д. Современная методика обучения иностранным языкам. М. : АРКТИ-ГЛОССА, 2000. 192 с.
2. Копылова В. В. Методика проектной работы на уроках английского языка: методическое пособие. М. : Дрофа, 2003. 96 с.
3. Пахомова Н. Ю. Метод учебных проектов в образовательном учреждении : пособие для учителей и студентов педагогических вузов. М. : АРКТИ, 2003. 112 с.
4. Creative classroom activities. Selected articles from the English teaching Forum. Washington, D. C., USA Information Agency, 1995. 375 p.
5. Legutke M. & Howard T. Process & experience in language classroom. London: Longman, 1991. p. 332.
6. Long M. H. & Crooks G. Three approaches to task-based syllabuses design. TESOL Quarterly, 1992. V. 26, №1. P. 27 – 56.

**Оксана Тур, доктор педагогічних наук
Людмила Дерев'янка, кандидат філологічних наук,
Національний університет «Полтавська
політехніка імені Юрія Кондратюка»**

**МІЖКУЛЬТУРНЕ СПІЛКУВАННЯ
ЯК НЕВІД'ЄМНИЙ СКЛАДНИК ПРОФЕСІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ
МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ДОКУМЕНТНО-
ІНФОРМАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ**

У статті розглянуто поняття «культура», «комунікація», «міжкультурна комунікація», подано класифікацію культур, схарактеризовано основні причини, які перешкоджають міжкультурному спілкуванню; увагу зацентовано на тому, що викладання мов має обов'язково включати викладання культури її носіїв.

Ключові слова: культура, комунікація, спілкування, міжкультурна комунікація.

Oksana Tur, Lyudmula Derevyanko. Intercultural communication as an important element of future documentation and information professional

The article deals with the notion of «culture», «communication», «intercultural communication»; classifies and identifies main reasons preventing communication. Emphasis is made on the idea, that foreign languages teaching must obligatory include teaching the culture of the people whose language is under study.

Key words: culture, communication, intercourse, intercultural communication.

Вступ. Кардинальні зміни, що відбуваються в соціально-економічному, політичному та культурному житті нашої держави (відкритість кордонів, причетність України до процесів глобалізації, динамічні інформаційні процеси, розвиток сучасних технологій, які забезпечують отримання нових матеріалів на основі нанотехнологій тощо), зумовлюють необхідність радикальної перебудови вищої освіти. Одним з головних її завдань є забезпечення високої якості професійно-комунікативної підготовки майбутніх фахівців. Особливої актуальності в цьому контексті набуває питання формування у студентів здатності й готовності до

міжкультурного спілкування: уміння формувати мету й завдання професійного спілкування з представниками інших культур, організовувати обговорення, керувати спілкуванням, послуговуватися етикетними засобами для досягнення комунікативної мети, проводити бесіди, дискусії, діалоги, дебати, перемовини, користуватися різними тактиками для реалізації вибраної стратегії, аналізувати конфлікти, кризові ситуації й вирішувати їх та ін.

Теоретичні питання щодо мовної підготовки майбутніх фахівців різних сфер суспільної діяльності, здатності їх до міжкультурного спілкування досліджували у свої працях В. Антонов, В. Артемов, О. Бондаренко, Г. Борозинець, М. Булигіна, А. Вежицька, О. Верещагін, В. Воробйов, О. Головка, А. Гурвич, Т. Грушевицька, З. Коннова, В. Костомаров, Г. Китайгородська, О. Савелло, С. Тер-Мінасова та багато інших науковців. Проте аналіз сучасних психолого-педагогічних напрацювань засвідчив, що проблема міжкультурної комунікації (спілкування) майбутніх фахівців із документознавства та інформаційної діяльності досліджена сьогодні недостатньо.

Мета дослідження – з'ясувати причини, що створюють труднощі в міжкультурному спілкуванні майбутніх фахівців документно-інформаційної галузі, та умови, дотримання яких сприятиме його ефективності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Термін «міжкультурне спілкування» визначають як адекватне взаєморозуміння двох учасників комунікативного акту, що належать до різних культур [1, с. 26]. Разом із тим поняття «міжкультурне спілкування» (інші терміни – інтеркультурне спілкування, мультикультурне спілкування, крос-культурна комунікація), під яким розуміють комунікативну взаємодію людей із різними культурними віруваннями, освітою, ціннісними орієнтаціями, манерою поведінки, не має сьогодні точного визначення, що зумовлює необхідність подати це визначення як синтез понять «культура» та «спілкування».

Сучасний тлумачний словник української мови пропонує п'ять визначень слова «культура», з яких для нас є важливими перші три (два останні – це спеціальні (сільськогосподарський та бактеріобіологічний) терміни): «Культура, -и, ж. [лат. cultura]. 1. Сукупність матеріальних і духовних цінностей, створених

людством протягом його історії. 2. Освіченість, вихованість. 3. Рівень досконалості певної галузі господарської або розумової діяльності» [2, с. 433]. Із цих значень лише перше найбільше відповідає антропологічному, або етнографічному, змісту слова «культура».

Визначення поняття «культура» в інших мовах, зокрема в англійській, також неоднозначне, що підтверджено прикладами, які, наводить у своїх працях С. Тер-Мінасова: *culture – the way of life, especially general customs and beliefs of a particular group of people at a particular time* (культура – спосіб життя, особливо спільні звичаї та вірування певної групи людей у певний час); *culture or a culture consists of the ideas, customs, and art that are producer or shared by a particular society* (культура складається з ідей, звичаїв і мистецтва, які розподілені в певному суспільстві); *culture is a particular society or civilization, especially one considered in relation to its ideas, its art, or its way of life* (культура – певне суспільство або цивілізація, особливо та, яка сприймається у зв'язку з її ідеями, мистецтвом, способом життя); *culture – the customs, civilization, and achievements of a particular time or people* (культура – звичаї, цивілізація і досягнення певної епохи чи народу) [3, с. 12–14].

Виокремимо чотири основних трактування, які розкривають грані культури: 1) культура як загальний рівень розвитку суспільства; 2) культура як специфічна система норм, цінностей, що відрізняє одне суспільство від інших (або різні прошарки суспільства – соціально статусні чи професійні), сприяє його інтеграції та надає йому самобутності; 3) культура як особлива сфера і форма діяльності, пов'язана з мисленням, заняттям художньою культурою, прийнятими нормами поведінки тощо; 4) культура як духовний вимір будь-якої діяльності, у якому формуються мотиви, принципи, правила, цілі й сенс діяльності. У цьому розумінні культура – це духовний компонент сукупного виробництва, який забезпечує підтримку і зміну цього виробництва й суспільних відношень загалом.

Отже, культура – це унікальна соціальна сфера й форма діяльності, яка має власні закони існування та розвитку, обумовлені специфікою домінантних ціннісних орієнтацій, що визначають стратегію комунікативної поведінки у професійно значущих ситуаціях під час взаємодії людей як всередині однієї культури, так і між культурами.

Очевидно, освіта є відображенням культури певного періоду в суспільстві, а взаємозалежність культури й освіти проявляється в тому, що про рівень виховання й освіченості можна робити висновок, беручи до уваги рівень культури в суспільстві, і навпаки.

Наявність в українській мові термінів «спілкування» та «комунікація» (еквівалентних англійському «communication»), призвели до певних розбіжностей у поглядах вітчизняних науковців [4, с. 26]. Одні дослідники (Г. Андрєєва, І. Ахьямова, І. Горелов, Т. Грушевицька, М. Каган) базовою категорією визнають спілкування, а комунікацію розглядають як один із його складників. Інші (Л. Виготський, В. Курбатов, О. Леонтьєв, Ю. Прилюк), думку яких ми підтримуємо, терміни «спілкування» та «комунікація» ототожнюють і живають як синоніми.

Отже, у нашому розумінні спілкування (комунікація) – це одна з універсальних реальностей буття людини, специфічний вид і необхідна умова її діяльності, сукупність зв'язків і взаємодій індивідів, груп, спільнот, під час яких відбувається обмін інформацією, досвідом, уміннями, навичками й результатами діяльності.

Термін «міжкультурне спілкування» охоплює всі форми комунікації між людьми різних груп, так само як і більш вузько окреслену сферу комунікації між різними культурами. Схема міжкультурної комунікації об'єднує різні групи: спілкування між культурами – спілкування між расами (міжрасова комунікація) – спілкування між етнічними групами – спілкування між релігіями – спілкування між націями – спілкування між культурами всередині культур, наприклад, тинейджери (підлітки) і люди старшого покоління та ін.

Міжкультурне спілкування відбувається щоразу, коли інформацію, передану представником однієї культури, розуміє представник іншої культури, тобто це спілкування між представниками різних культур. Важливою характеристикою міжкультурного спілкування є те, що один із його учасників повинен використовувати іншу мову, яка може бути (чи не бути) варіантом його власної.

Останнім часом, коли міжнародні контакти у професійній діяльності, освіті й повсякденному житті значно розширилися, виникло поняття «культурного шоку». Відсутність знань і нерозуміння особливостей іншої культури (традицій, звичаїв, мови

тощо) призводить до комунікативного бар'єру, який унеможливає досягнення комунікативної мети й зумовлює стресову ситуацію. Стрес узагальнює й категоризує проблему, що стає причиною необ'єктивного сприйняття комунікативної ситуації, а це призводить зрештою до відмови від подальших прямих контактів. Для того, щоб уникнути подібної ситуації (культурного шоку), необхідно мати повне розуміння комунікативного контексту та його культурних відмінностей. Одним із завдань підготовки майбутніх фахівців з документознавства та інформаційної діяльності повинно стати розширення меж уявлень студентів із міжкультурної проблематики.

Говорячи про міжкультурні відмінності, необхідно зазначити, що в дослідженнях Е. Холла всі культури поділені на два типи: низькоконтекстуальні (*low-context cultures*) та висококонтекстуальні (*high-context cultures*). Для першого типу культур соціальний контекст під час проведення переговорів і спілкування з її представниками не має суттєвого значення, юридичної сили і, відповідно, не береться до уваги. Що дійсно в цій ситуації важливо, так це юридичний бік підписання контракту. Однак, у низькоконтекстуальних культурах вербальне повідомлення містить більшу частину інформації й лише незначна частина закладена в контексті чи в учасниках спілкування. Другий тип культур – повна протилежність попередньому. До нього можна віднести ті країни, які історично вважаються країнами усного спілкування (від китайської до арабської культур). У висококонтекстуальних культурах більша частина інформації закладена або у фізичному контексті, або в людях, які є учасниками взаємодії. Лише незначна частина інформації фактично закодована у вербальному спілкуванні. У цьому випадку соціальний контекст значно важливіший, ніж сама документація [5, с. 74].

На сучасному етапі розвитку вищої освіти разом з ідеями міжкультурної комунікації важливого значення набувають ідеї принципово нового підходу до вивчення іноземних мов у професійній комунікації майбутніх фахівців із документознавства та інформаційної діяльності. Для ефективного спілкування з представниками інших культур недостатньо досконало володіти іноземною мовою. Більше того, чим краще людина володіє іноземною мовою, тим ймовірніше виникнення ситуації взаємного непорозуміння й навіть конфлікту з носіями мови. Тут доречно

навести слова Є. Верещагіна: «Справа в тому, що, навіть під час спілкування тією самою мовою, люди не завжди правильно розуміють одне одного, і причиною часто є саме відмінність культур» [1, с. 30]. Тому викладання іноземних мов повинно обов'язково включати викладання культури того народу, мову якого вивчають. На підтвердження цієї думки подаємо цікаву характеристику відмінностей у культурі різних націй і народностей, запропоновану І. Еренбургом: «Європейці, вітаючись, простягають руку, а китаєць, японець... буде змушений стиснути кінцівку чужої людини. Житель Відня говорить «Цілую ручку», не замислюючись про зміст цих слів, а житель Варшави, коли його знайомлять з дамою, машинально цілує їй руку, англієць, обурений діями свого конкурента, шле йому листа: «Шановний сер, ви шахрай», без «Шановного сера» він не в змозі почати лист... Християни, входячи до церкви, костюлу або кірхи, знімають капелюха, а євреї, заходячи до синагоги, покривають голову. В католицьких країнах жінки не повинні заходити до храму з непокритою головою... Якщо до європейця приходить гість та захоплюється картиною на стіні, вазою чи іншою річчю, то господар задоволений. Якщо європеець починає захоплюватись річчю в домі китайця, господар дарує йому цю річ – того вимагає ввічливість. Мати мене вчила, що в гостях не можна залишати нічого на тарілці. У Китаї до чашки сухого рису, який подають у кінці обіду, ніхто не торкається – треба показати, що ти ситий. Світ різноманітний, і не варто ламати голову над тим чи іншим звичаєм: якщо є чужі монастирі, то, таким чином, є й чужі статuti...» [6, с. 10].

Дослідники називають дві основні причини, які ускладнюють комунікацію взагалі, а іноземною мовою особливо. Перша причина – лексико-фразеологічні обмеження, що регулюють використання мови. Лексико-фразеологічне регулювання мови означає, що кожне слово мови має свою, притаманну тільки їй сполучуваність (лексичну валентність). Ми не замислюємося про «одновалентність» слів, коли говоримо, що *перемогу* можна тільки *одержати*, а *поразку* – *потерпіти*, для нас звичним є те, що *увагу* *звертають*, а *компліменти* *роблять*, *заходи* *вживають*, а *участь* *беруть*, *в оману* *вводять*, а *до втрат* *приводять*. Або навпаки, дієслова *сідати*, *йти* є «багатовалентними»: *сідати на стілець*, *сідати за роботу*, *сідати на дієту*, *сідати за грати*, *сідати на голову* (*поводитися нахабно*); *людина йде*, *час йде*, *дощ йде*, *потяг*

ide та ін. Важко пояснити студентові, чому німецькою мовою *die Vorlesung halten* дослівно перекладається «тримати лекцію», тоді, як українською ми говоримо «читати лекцію», чому словосполучення *висока трава*, *міцний чай*, *сильний дощ* англійською мовою звучать як «довга трава» (*long grass*), «сильний чай» (*strong tea*), «важкий дощ» (*heavy rain*)? Зрозуміло, що лексична сполучуваність є національною, а не універсальною. Саме тому, під час вивчення іноземної мови, необхідно запам'ятовувати слова не окремо за їхнім значенням, а в найбільш стійких поєднаннях, притаманних даній мові.

Другою причиною, більш прихованою, ніж складнощі лексико-фразеологічної сполучуваності, є конфлікт між культурними уявленнями різних народів про предмети та явища дійсності, між їхнім розумінням комунікативної ситуації. Наприклад, питання «*Como estas?*» (іспан.) «*Wie geht's?*» (нім.) «*How are you?*» (англ.) у перекладі українською мовою означає «Як справи?». Відповіддю на це питання в західній культурі буде «Дякую» або «Все гаразд». Для нашої культури характерне скарження на долю, здоров'я, стосунки з родичами, ставлення до чинної влади, брак грошей тощо. Із точки зору англомовних культур, такі розмови можуть видатися не тільки недоречними й нетактовними, але й такими, що забирають час, душевні сили та енергію співрозмовника, а то і як натяк на очікувану матеріальну допомогу.

Важливим у навчанні діловій комунікації майбутніх спеціалістів із документознавства та інформаційної діяльності є розуміння ними того, що міжкультурне спілкування буде значно продуктивнішим, якщо сторони обопільно прагнуть опанувати культуру партнера, дотримуватимуться на практиці звичних для нього норм. Такий підхід сприятиме усуненню непорозумінь і конфліктів. Не менш важливо під час навчання міжкультурному спілкуванню залучати україністику та регіоназнавство. Слід розуміти особливості свого ділового партнера, але також необхідно вміти зацікавити його відмінностями своєї культури.

Культурні контексти не можуть бути правильними чи неправильними, кращими чи гіршими, вони просто різні. У сучасній освітній парадигмі деякі цінності є спільними для всіх. Основні характеристики – це повага до культурних відмінностей і визнання необхідності «приспосовуватися».

Висновки та перспективи досліджень. Отже, основними причинами, які зумовлюють труднощі в комунікації взагалі, а іноземною мовою особливо, є лексико-фразеологічні обмеження й конфлікт між культурними уявленнями різних народів про предмети та явища дійсності. Важливими умовами забезпечення ефективності міжкультурної комунікації вважаємо розширення меж уявлень майбутніх фахівців із документознавства та інформаційної діяльності з міжкультурної проблематики, обов'язкове включення до викладання іноземної мови вивчення культури її носіїв, а також розвиток у майбутніх спеціалістів документно-інформаційної галузі здатності зацікавити іноземних партнерів особливостями своєї культури.

У контексті дослідження даної проблеми подальших напрацювань потребують такі аспекти, як: вивчення аксіологічних основ міжкультурної комунікації, особливості підготовки студентів-документознавців до конструктивного міжкультурного спілкування, підвищення рівня сформованості їхньої міжкультурної комунікативної компетентності тощо.

Джерела та література

1. *Верецагин Е. М., Костомаров В. Г. Язык и культура. Москва, 1990. 269 с.*
2. *Сучасний тлумачний словник української мови : 100000 слів / за заг. ред. д. філол.н., проф. В. В. Дубічинського. Харків : ВД «Школа», 2009. 1008 с.*
3. *Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная. Москва, 2000. 262 с.*
4. *Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації : навчальний посібник для самостійної роботи студента. Київ : ВЦ «Академія», 2011. 304 с.*
5. *Hall Edward How Cultures Collide? Psychology Today. 1976. July. P.67-74.*
6. *Кубрак О. В. Етика ділового та повсякденного спілкування : навчальний посібник з етикету для студентів. Суми : ВТД «Університетська книга». К. : Видавничий дім «Княгиня Ольга», 2005. 222 с.*

**Федоренко Юлія, кандидат педагогічних наук, доцент,
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»**

СУЧАСНІ ПРАКТИКИ У ФОРМУВАННІ ІНШОМОВНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ

У статті проаналізовано сучасні практики формування і вдосконалення професійної інішомовної комунікативної компетентності студентів, що передбачають моделювання реальних навчальних, професійних і побутових ситуацій на заняттях, у процесі створення професійних дискурсів для досягнення особистістю поставлених завдань у різних сферах життя. Доведено ефективність створення професійного дискурсу як дієвого способу формування професійної інішомовної комунікативної компетенції під час навчання іноземної мови студентів вищої школи.

Ключові слова: професійна інішомовна комунікативна компетентність, професійний дискурс, компетентнісний підхід.

Yuliia Fedorenko. Modern practices in foreign language professional communicative competence formation

The article analyzes modern practices of formation and improvement of professional foreign language communicative competence of students, which provide modeling of real educational, professional and everyday situations at the class, in the process of creating professional discourses to achieve personal goals in various spheres of life. The effectiveness of creating professional discourse as an effective way of forming professional foreign language communicative competence during foreign language course of high school students is proved.

Key words: professional foreign language communicative competence, professional discourse, competence approach.

Вступ. Швидке зростання міжнародних зв'язків визначило необхідність вивчення проблем навчання іноземної мови широкого кола фахівців для вирішення різних професійних завдань. У зв'язку з розширенням міжкультурних професійних контактів зростає потреба суспільства у фахівцях різного профілю, що володіють іноземною мовою. Однією з найбільш перспективних концепцій сьогодення щодо навчання іноземної мови студентів немовних спеціальностей є посилення уваги до використання комунікативно

орієнтованого підходу, зокрема, з метою ефективного формування професійної іншомовної комунікативної компетенції здобувачів вищої освіти. До майбутніх фахівців в умовах розвитку міжнародних економічних відносин пред'являються нові, більш складні, вимоги щодо реалізації власного професійного потенціалу, тому одним із головних завдань освітньої системи на сьогодні є підвищення ефективності навчання за рахунок застосування різних методів, орієнтованих на формування основних компетенцій, і їхнього адаптування до сучасних економічних і соціальних моделей. Відповідно до вимог сучасного професійного ринку, а також, звертаючи увагу на той факт, що англійська мова є міжнародною мовою спілкування в різних галузях, випускники немовних вузів повинні мати сформовану професійну іншомовну комунікативну компетенцію, яка дозволить їм ефективно функціонувати в академічному і професійному середовищі.

Актуальність даного наукового доробку обумовлена тим, що формування і вдосконалення професійної іншомовної комунікативної компетентності студентів можливі лише за умови практичного застосування іноземної мови в процесі навчання, що передбачає моделювання реальних навчальних, професійних і побутових ситуацій на заняттях, у створенні професійних дискурсів для досягнення особистістю поставлених завдань у різних сферах життя.

Мета дослідження полягає в тому, щоб довести ефективність створення професійного дискурсу як дієвого способу формування професійної іншомовної комунікативної компетенції під час навчання іноземної мови студентів вищої школи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Реалізація компетентнісного підходу у навчанні іноземних мов передбачає професійну та соціальну підготовленість випускників, тобто, орієнтація спрямована на готовність випускника до подальшої професійної та суспільної діяльності.

Проблема використання у навчальному процесі методів активного навчання для моделювання професійної ситуації за допомогою іноземної мови, висвітлюється в науково-методичних публікаціях багатьох зарубіжних і вітчизняних вчених, серед яких А. А. Деркач, Л. В. Щерба, Т. І. Олійник, Т. І. Панько, Ю. І. Мешенева, Е. А. Нелюбіна, Г. М. Чудайкіна, Н. Ю. Логінова, Д. Бетерідж, К. Лівінгстоун, А. Малей, В. Літлвуд, С. Савіньйон,

Д. Хандфільд та інші. Вивченням системних характеристик професійно-комунікативної компетентності займалися Р. Ардовська, К. Гончарова, В. Кашинцева. Проблему формування професійно-комунікативної компетентності висвітлено в роботах Н. Бібік, І. Зимньої, І. Писаревського, С. Александрової, О. Винославської, А. Маркової, М. Пентилюк, Н. Кузьміної, О. Семеног, Т. Симоненко, та ін.

Лінгводидактичні основи її формування аналізували О. Бастрикова та Т. Грабой. Критерії розвитку вказаної компетенції та способи їх реалізації описала Є. Сунцова. Питаннями розроблення й впровадження в освітню практику дидактичної системи формування, розвитку й активізації професійної комунікативної компетенції займалася Т. Хасія. Незважаючи на чималу кількість наукових розвідок із зазначеної теми, проблема формування іншомовної професійно-комунікативної компетентності майбутніх фахівців висвітлена недостатньо, що і зумовило вибір теми наукового доробку [1, 3, 4].

Навчальна діяльність у закладах вищої освіти організовується таким чином, що майбутні фахівці моделюють ситуації реального професійного спілкування та виконують вмотивовані дії з мовленнєвим матеріалом для вирішення професійних комунікативних завдань, спрямованих на досягнення цілей і намірів спілкування. З позицій комунікативного підходу процес навчання іноземної мови будується адекватно реальному процесу мовленнєвого спілкування, тобто процес навчання є моделлю професійної мовленнєвої комунікації. Проте процес навчання не може повністю збігатися з процесом комунікації, який має місце в реальному житті, тому йдеться тільки про максимальне наближення процесу навчання до реального спілкування за такими найважливішими параметрами як комунікативно вмотивована мовленнєва поведінка співучасників процесу й предметність процесу спілкування, що забезпечується ретельним відбором комунікативно-мовленнєвих намірів, тем, ситуацій, які віддзеркалюють інтереси та потреби соціуму. Щоб сформувати іншомовну професійну комунікативну компетенцію поза мовним середовищем, недостатньо заповнити заняття умовно-комунікативними та комунікативними вправами, які дозволяють вирішити комунікативні завдання. Важливо надавати можливість мислити, вирішувати проблеми, міркувати над можливими

способами вирішення цих проблем з тим, щоб ті, хто навчаються, акцентували увагу на змісті свого висловлювання, щоб у центрі уваги була думка, а мова формувала та формулювала ці думки.

Поняття професійної комунікативної компетенції багатоаспектне, та включає декілька компетенцій. Вважаємо за доцільне у формуванні іншомовної комунікативної компетентності виділити саме *дискурсивну компетенцію* (discourse competence), тобто знання різних типів дискурсів та правил їх створення, а також уміння їх створювати та розуміти з урахуванням ситуації спілкування. У сучасній лінгвістиці поняття дискурсу трактується неоднозначно. О. М. Мороховський визначає дискурс як "послідовність взаємопов'язаних висловлювань" [2 ст. 5]; В. О. Звегінцев розуміє дискурс як "два або декілька речень, які знаходяться одне з одним у змістовому зв'язку" [3: 170]; В. Кох. визначає дискурс як "будь-який текст (або частина тексту), в якому є ознаки одного й того ж конкретного мотиву" [4: 163]. Ф. Бацевич дає наступне визначення поняття дискурсу. „Дискурс (франц. discours – мовлення) – тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різні форми вияву (усну, писемну, паралінгвальну), відбувається в межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників; синтез когнітивних, мовних і позамовних (соціальних, психічних, психологічних тощо) чинників, які визначаються конкретним колом „ форм життя ”, залежним від тематики спілкування, має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів” [5].

Усі існуючі підходи можна звести до того, що дискурс має єдиний змістовий зв'язок; розглядається як послідовність взаємозв'язаних висловлювань, об'єднаних спільністю цільового завдання; і, хоча й має різні форми вияву, відбувається в межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями й тактиками учасників мовленнєвого акту.

У створенні іншомовного професійного дискурсу головним є не його зміст та не його мовна форма, а способи формулювання, вираження й досягнення комунікативних цілей партнерів професійного спілкування. Професійне спілкування як діяльність є системою елементарних актів. Кожен акт визначається: а) суб'єктом – ініціатором спілкування; б) суб'єктом, якому адресована ініціатива; в) нормами, згідно з якими організується

спілкування; г) цілями, які мають на меті учасники спілкування; д) ситуацією, в якій здійснюється взаємодія. Для того щоб акт спілкування мав успіх, людина повинна здійснити чіткий перелік дій. Професійний дискурс є, передусім, зразком реалізації певних комунікативних намірів, виражених прийнятними у даній ситуації мовленнєвими й немовленнєвими засобами у контексті конкретної професійної комунікативної ситуації і по відношенню до певного партнера, представника іншої культури. При цьому адекватність мовленнєвої поведінки комунікантів оцінюється успіхом мовленнєвої взаємодії, тобто досягненням комунікативної мети, а також відповідно до правил мовленнєвої та немовленнєвої поведінки в певному професійному середовищі. Дискурс – це не тільки продукт мовленнєвої діяльності, але й процес його створення, який визначається комунікативним контекстом та умовами спілкування. Стратегія мовленнєвої взаємодії, мовленнєва та немовленнєва поведінка комунікантів, тип, форма, зміст тексту, що сприймається, чи продукується й визначається професійним контекстом, тобто з урахуванням професійно-комунікативних цілей комунікантів. Отже, професійний дискурс – це мовлення, занурене в професійну сферу, вплив на який здійснює професійне та соціальне середовище. На думку соціолінгвіста Р. Т. Белла, комунікативна компетентність – це не вроджена здібність, а здібність, яка формується у взаємодії людини з соціальним середовищем, у процесі набуття ним соціально-комунікативного досвіду [6]. Так само можемо стверджувати, що іншомовна професійна комунікативна компетентність – це здібність, що формується у майбутніх фахівців у ситуаціях створення та реалізації іншомовного професійного дискурсу у тому чи тому професійному середовищі, у процесі набуття ними професійного досвіду. У таких ситуаціях виявляється особистість-професіонал, що виконує різні ролі в інших, несхожих професійних ситуаціях, і саме у такий спосіб посідає кожного разу своє, визначене суспільством, знаннями, професійним та життєвим досвідом чільне місце у структурі спілкування. Таким чином, іншомовна професійна комунікація впливає з необхідності взаєморозуміння та взаємодії з іншими людьми, яка є метою задоволення власних, суспільних життєвих і професійних потреб.

Висновки та перспективи досліджень. Можемо стверджувати, що формування і вдосконалення професійної іншомовної

комунікативної компетентності студентів стають можливими лише за умови практичного застосування іноземної мови в процесі навчання, яке передбачає моделювання реальних навчальних, професійних і побутових ситуацій на заняттях, у створенні професійних дискурсів особистістю для досягнення поставлених завдань у різних сферах життя.

Джерела та література

1. Деркач А. А., Щербак С. Ф. Педагогическая эвристика. Искусство овладения иностранным языком. М.: Педагогика, 1991. 218 с.
2. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен. Під заг.ред. Шевченко І. С.: Монографія. Харків: Константа. 2005. 356 с.
3. Звегинцев В. А. Предложение и его отношение к языку и речи. М.: МГУ, 1976. 170 с.
4. Кох В. А. Предварительный набросок дискурсивного анализа семантического типа. Новое в зарубежной лингвистике. М., 1978. С. 163
5. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. Київ: Академія, 2004. 342 с.
6. Белл Роджер Т. Социолингвистика: Цели, методы и проблемы. М.: Международные отношения, 1980. 320 с.

Наші автори

Балацька Олена, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри іноземних мов, Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Бачинська Галина, кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри загального мовознавства і слов'янських мов, Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка

Бсй Ілля, викладач кафедри слов'янської філології, Запорізький національний університет

Вдовіна Олена, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри українознавства, культури та документознавства, Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Воловик Лариса, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри гуманітарних і соціальних дисциплін, Полтавська державна аграрна академія

Воскобойник Валентина, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри гуманітарних і соціальних дисциплін, Полтавська державна аграрна академія

Дедушно Алла, кандидат філологічних наук, доцент кафедри гуманітарних і соціальних дисциплін, Полтавська державна аграрна академія

Денисовець Ірина, кандидат філологічних наук, доцент кафедри українознавства, культури та документознавства, Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Дерев'янка Людмила, кандидат філологічних наук, доцент кафедри українознавства, культури та документознавства, Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Дука Людмила, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри слов'янської філології, Запорізький національний університет

Ільченко Алла, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри гуманітарних і соціальних дисциплін, Полтавська державна аграрна академія

Ільченко Ірина, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри української мови, Запорізький національний університет

Козлова Тетяна, доктор філологічних наук, доцент, професор кафедри англійської філології, Запорізький національний університет

Колос Юлія, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри загального мовознавства та іноземних мов, Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Костенко Вікторія, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри іноземних мов з латинською мовою та медичною термінологією, Українська медична стоматологічна академія

Красота Олена, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри гуманітарних і соціальних дисциплін, Полтавська державна аграрна академія

Кумейко Тетяна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри бізнес-лінгвістики, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Лещенко Тетяна, кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри українознавства та гуманітарної підготовки, Українська медична стоматологічна академія

Луньова Тетяна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської та німецької філології, Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка

Мацегора Іван, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри слов'янської філології, Запорізький національний університет

Мокляк Оксана, кандидат філологічних наук, викладач кафедри загального і слов'янського мовознавства та іноземних мов, Полтавський національний педагогічний університет імені В.Г. Короленка

Ніколаєнко Юлія, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри гуманітарних і соціальних дисциплін, Полтавська державна аграрна академія

Олійник Світлана, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри філологічних дисциплін і методик їх викладання, Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка

Палеха Ольга, кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри філологічних дисциплін і методик їх викладання, Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка

Подлесна Ганна, кандидат психологічних наук, доцент, доцент кафедри гуманітарних і соціальних дисциплін, Полтавська державна аграрна академія

Рудич Оксана, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри філологічних дисциплін і методик їх викладання, Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка

Рябініна Ірина, кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови та літератури, Донбаський державний педагогічний університет

Рябокінь Наталія, кандидат філологічних наук, доцент кафедри перекладу та іноземних мов, Полтавський інститут економіки і права Університету «Україна»

Сизоненко Наталія, кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри гуманітарних і соціальних дисциплін, Полтавська державна аграрна академія

Сільчук Олеся, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри гуманітарних і соціальних дисциплін, Полтавська державна аграрна академія

Степаненко Ніна, кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри філологічних дисциплін і методик їх викладання, Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка

Стиркіна Юлія, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри філологічних дисциплін і методик їх викладання, Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка

Сухачова Наталія, кандидат філологічних наук, доцент кафедри української, іноземних мов та перекладу, Полтавський університет економіки і торгівлі

Тагільцева Яніна, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри гуманітарних і соціальних дисциплін, Полтавська державна аграрна академія

Ткаченко Настасія, аспірантка кафедри української мови, Запорізький національний університет

Тур Оксана, доктор педагогічних наук, доцент кафедри українознавства, культури та документознавства, Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Федоренко Юлія, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри загального мовознавства та іноземних мов, Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Хейлік Тетяна, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри слов'янської філології, Запорізький національний університет

Шаравара Тамара, доктор історичних наук, професор, магістр філології, проректор з науково-педагогічної роботи і перспективного розвитку, Полтавська державна аграрна академія

Юфименко Вікторія, старший викладач кафедри українознавства та гуманітарної підготовки, Українська медична стоматологічна академія

Наукове видання

**МОВА І МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ:
ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА**

колективна монографія

Науковий редактор:

Сизоненко Наталія

Редколегія

Шаравара Тамара

Ніколаєнко Юлія

Сільчук Олеся

Дедушно Алла

Українською, англійською та російською мовами

Керівник видавничого проекту *Зарицький В.І.*

Комп'ютерний дизайн *Щербина О.П.*

Авторська редакція

Підписано до друку 28.05.2020. Формат 60×84 1/16.

Папір офсетний. Друк офсетний. Гарнітура Times New Roman.

Умовн. друк. аркушів – 14,88. Обл.-вид. аркушів – 13,58.

Тираж 300

«Видавництво Ліра-К»

Свідоцтво № 3981, серія ДК.

0342, м. Київ, В. Стуса, 22/1

тел./факс (044) 247-93-37; (050) 462-95-48

Сайт: lira-k.com.ua, редакція: zv_lira@ukr.net