

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Матеріали онлайн семінару
***“Актуальні проблеми іноземної
філології та методики викладання
іноземних мов”***



17-22 квітня 2014 р.

Житомир-2014

УДК 81'34/'42

ББК 81.2-1/-5

М 34

Рекомендовано вченою радою Житомирського державного університету імені Івана Франка (протокол № 12 від 27 червня 2014 р.).

Рецензенти:

Сингаївська Ангеліна Володимирівна – кандидат філологічних наук, професор, директор Навчально-наукового інституту іноземної філології Житомирського державного університету імені Івана Франка;

Могельницька Людмила Францівна – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри іноземних мов Житомирського державного технологічного університету;

Маліновський Едуард Феліксович – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри іноземних мов Житомирського національного агроекологічного університету.

Актуальні проблеми іноземної філології та методики викладання іноземних мов (за матеріалами онлайн семінару, проведеного кафедрою міжкультурної комунікації Навчально-наукового інституту іноземної філології Житомирського державного університету імені Івана Франка 17-22 квітня 2014 р.) / За ред. доц. В.В. Жуковської. – Житомир: Видавництво ЖДУ ім. Івана Франка, 2014. – 114 с.

Матеріали збірника відображають зміст наукового онлайн семінару з актуальних питань сучасної мовознавчої науки та методики викладання іноземних мов. Збірник містить результати досліджень в різних сферах лінгвістики – дискурсології, комунікативної лінгвістики, віртуальної комунікації, теорії аргументації, граматики, гендерної лінгвістики, аксіології, історії мови та методики викладання іноземних мов. Видання розраховане на наукових співробітників, викладачів і студентів.

ЗМІСТ

<i>Г. Апалат.</i> Комунікативна стратегія конфлікту в текстах-інтерв'ю сучасної англомовної преси	4
<i>Гаращук Людмила Анатоліївна.</i> Лексико-семантичні засоби вираження причин, що викликають почуття радості в англійській мові	16
<i>Гудзь Ніна Олександрівна.</i> Морфолого-стилістичні особливості екологічних Інтернет-новин.....	23
<i>Євченко Віра Володимирівна.</i> Development of Critical Thinking Skills in the Framework of the Argumentation Theory.....	33
<i>Жуковська Вікторія Вікторівна.</i> Структурно-морфологічні особливості абсолютних конструкцій в сучасній англійській мові ...	37
<i>Лівицька Інна Адамівна.</i> Гендерна поліфонія англомовного політичного дискурсу	47
<i>Малинівська Ольга Анатоліївна.</i> Англомовний рекламний дискурс у сучасному Інтернет-просторі	55
<i>Матушевська Наталя Володимирівна.</i> Загальні характеристики дискурсу спокуси (на матеріалі телевізійного серіалу «Desperate Housewives»).....	58
<i>Папіжук Валентина Олександрівна.</i> Навчання третьої іноземної мови студентів-лінгвістів.	64
<i>Рудик Ірина Миколаївна.</i> Зловживання ідеологічною владою в медійному дискурсі.....	72
<i>Соловйова Лариса Федорівна.</i> Іменники з семантикою оцінки у сучасній англійській мові.	75
<i>Тарабріна Наталія Анатоліївна.</i> Мовний конфлікт та його вплив на комунікацію	80
<i>Татуревич Наталія Сергіївна.</i> Функціонування явних (overt) підметів у структурі наказових реченнях ранньоніовоанглійської мови	85
<i>Цюник Геннадій Михайлович.</i> Збагачення лексичного запасу студентів з французької мови в процесі формування комунікативної компетенції.....	91
<i>Черниш Оксана Андріївна.</i> Мовна особистість в структурі мас-медійного дискурсу.....	96
<i>Шилюк Вероніка Василівна.</i> Функціонування хеджингу в англомовному академічному дискурсі (на основі корпусу MICASE).....	103
<i>Шморгун Катерина Василівна.</i> Лексико-граматичні та функціональні аспекти термінологічної лексики в професійній комунікації	112

Г. Апалат
канд. філол. наук, старший викладач
(Кіровоградський державний педагогічний університет
імені Володимира Винниченка)

Комунікативна стратегія конфлікту в текстах-інтерв'ю сучасної англомовної преси

Лінгвістичні дослідження останніх років характеризуються зростанням інтересу дослідників до розгляду дискурсу, який ґрунтується на безпосередній взаємодії його учасників, що зумовлює актуальність розгляду текстів-інтерв'ю в пресі.

Цей дискурс неодноразово привертав увагу дослідників: проблеми мовленнєвої взаємодії комунікантів, їх мовленнєві стратегії, роль питально-відповідних послідовностей у конструюванні змісту дискурсу, мовний портрет особистості, прагма-аргументативні особливості запитань тощо досліджувалися у прагмалінгвістичному, аргументативному, етнографічному аспектах у різних діалогічних дискурсах. Інтерес до дискурсу такого типу пов'язується з розглядом функціонування мови в її відношенні до різноманітних сфер соціального, матеріального й духовного життя.

Інтерв'ю в пресі вже досліджувалося, зокрема, інтерв'ю як метод отримання інформації [3], як портрет мовної особистості [7], жанрові [8; 11] та структурно-композиційні особливості тексту-інтерв'ю [1].

Особливості комунікації в текстах-інтерв'ю не потрапляли дотепер у коло лінгвістичних досліджень. Залишаються невизначеними комунікативні стратегії та тактики комунікантів у тексті-інтерв'ю.

Інтерес до вивчення певного типу тексту зумовлює необхідність виявити й описати його структурні, семантичні, прагматичні особливості та дискурсні характеристики. **Актуальність** теми визначається спрямованістю сучасних лінгвістичних досліджень на вивчення тексту та дискурсу в комунікативно-прагматичному аспектах. Створення типології комунікативних стратегій і тактик респондента та інтер'єра дає змогу усвідомити природу мовленнєвої

взаємодії учасників комунікації в інтерв'ю.

Мета статті розкрити специфіку взаємодії учасників комунікації в діалогічних текстах-інтерв'ю та описати комунікативні стратегії й тактики респондента. **Предметом** аналізу статті є комунікативно-прагматичні особливості текстів-інтерв'ю сучасної англomовної преси.

Об'єктом дослідження слугували діалогічні тексти-інтерв'ю, надруковані в 90-х роках ХХ століття у Newsweek, Financial Times, Time, The Guardian Europe, People.

У текстах-інтерв'ю учасники комунікації переслідують свої явні (вербальні) і приховані комунікативні цілі, застосовуючи певні види комунікативних тактик, які є складовою частиною комунікативної стратегії мовця. Стратегія включає в себе планування побудови процесу мовленнєвої взаємодії залежно від конкретних умов спілкування та особистостей комунікантів, а також реалізацію плану, тобто лінію бесіди. Стратегія – це весь комплекс мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення певної комунікативної мети.

Тактика мовленнєвого спілкування описує конкретні мовленнєві дії, що мають на меті досягнення впливу на іншого комуніканта на деякому етапі комунікації. Спрямованість різноманітних тактичних прийомів на досягнення певної комунікативної мети вибудовується у певну стратегію [4: 115; 6: 35; 9: 163; 10; 12: 107-108; 13: 99].

Як правило, виділяють неконфліктні та конфліктні стратегії учасників комунікації. Під **неконфліктними** стратегіями розуміють сукупність тактичних ходів і прийомів, якими володіє мовець для досягнення глобальної стратегічної мети через кооперацію зі співрозмовником. Тактичні ходи і прийоми даної стратегії орієнтовані на співробітництво зі співрозмовником і мають на меті спільне (обома комунікантами) розв'язання завдань обміну інформацією або мовленнєвого впливу.

Під **конфліктними** стратегіями розуміють сукупність тактичних ходів і прийомів, які використовує мовець для досягнення своєї глобальної стратегічної мети через конфлікт із співрозмовником [2: 76; 14: 92-100].

У текстах-інтерв'ю респондент як правило притримується

неконфліктних стратегій, що пояснюється бажанням респондента надати інформацію або повідомити про свої погляди з проблеми, що цікавить інтерв'юера, проте іноді респондент не завжди притримується неконфліктних стратегій.

Конфліктна стратегія інформування пояснюється небажанням респондента надати інформацію або обговорювати певну проблему. У текстах-інтерв'ю така стратегія представлена тактиками:

Тактика вказування на той факт, що питання недоречне [14: 106-107; 15: 297], наприклад:

Has your reputation suffered from this crisis?

I have not analyzed myself. That is not my priority. My priority is to resolve this situation (Newsweek 20.01.1997).

У поданому мінімальному діалозі реакція респондента на прямий запит інформації конфліктна. Ухиляючись від прямої відповіді на запитання про вплив кризи на його репутацію, респондент вказує на недоречність запитання (запитання “не за адресою”). Про це свідчать заперечні речення.

Наведемо ще один приклад:

What are his crimes?

Ask him when he receives the indictment (Newsweek 16.06.1997).

У поданому мінімальному діалозі респондент притримується конфліктної стратегії інформування і переадресовує запитання інтерв'юера до іншої особи, пропонуючи запитати цю людину, коли вона отримає звинувачення. Респондент використовує тактику вказування на той факт, що запитання недоречне. Ця тактика використовується, якщо респондент вважає, що питання задається не за тих обставин, наприклад:

In the same essay, you observed: “Realism has never been comfortable with ideas... Realism is premised on the idea that ideas have no separate existence, can only exist in thing.” Does this explain why you resist extracting a political message from your books?

The trail of argument that leads from philosophical realism to everyday politics is too long to trace in an interview of this kind (Newsweek 08.11.1999).

У цьому прикладі пояснення про те, що шлях аргументації від філософського реалізму до політики сьогодення надто довгий, щоб простежити його у подібному інтерв'ю, ілюструє тактику вказування на недоречність запитання (“не ті обставини”). Така тактика дозволяє респонденту уникати відповіді на запитання.

Іноді респондент використовує **тактику посилення на те, що інтерв'юер сам знає відповідь** (апеляція до власної мовленнєво-когнітивної бази питаючого) [14: 106], наприклад:

It's hard to watch you shoot up.

I didn't want to do that scene at all.

Why?

Oh, it's obvious. You only have to read your own magazine (Newsweek 28.10.1996).

Не бажаючи обговорювати неприємну для себе тему респондентка, обирає тактику посилення на те, що інтерв'юер сам знає відповідь. Акторка, яка дає інтерв'ю, пропонує інтерв'юєрові почитати власний журнал, що, напевне, є натяком на несхвальне висвітлення у цьому журналі сцени самогубства. Вказуючи на те, що інтерв'юер напевне сам знає відповідь на своє питання, респондентка уникає відповіді на прямий запит інформації.

Іноді респондент застосовує **тактику неповної відповіді на запитання**, наприклад:

Me: “How are things going in the kitchen today?”

Him: “I had a few comments.”

Me: “What were they?”

Him: (Hesitates) “That's between me and the chef.”

Me: (Getting desperate) “How is The Collection these days?”

Him: “Very good” (Financial Times 20/21.02.1999).

Така тактика демонструє небажання респондента підтримувати розмову на запропоновану тему. Про це свідчать мовленнєві ходи респондента, що є простими реченнями. Про те, що інтерв'юер

залишився незадоволеним інформацією, яку повідомив респондент, свідчить запитання-відлуння “*What were they?*”, якого респондент уникає, вказуючи на його недоречність. Про незадоволення інтерв’юера відповіддю респондента свідчить також ремарка (*Getting desperate*), що супроводжує запитання про мережу ресторанів, які належать респондентові. Відповідь респондента “*Very good*” – приклад тактики неповної відповіді на запитання.

Притримуючись конфліктної стратегії інформування, респондент іноді використовує **тактику загальної відповіді** на питання, що потребує конкретної відповіді, наприклад:

Time: Is President Jiang Zemin himself responsible for this?

Dalai Lama: We know there are two groups [in the Politburo], one moderate and one more hard-line, on Tibet (Time 25.01.1999).

У цьому прикладі, реагуючи на прямий запит інтерв’юера, що потребує конкретної відповіді, респондент обирає тактику загальної відповіді, уникаючи конкретної, категоричної відповіді.

Як свідчить аналіз фактичного матеріалу, інтерв’юер може застосовувати **тактику зустрічного запитання**, наприклад:

Q: You’ve changed, have you?

AC: “Does your tabloid tell you how I used to crunch it all down and ...”

(The Guardian Europe 15.03.2000).

Така тактика полягає не тільки у тому, що мовленнєвий хід респондента містить запитання, але й у тому, що запитання дозволяє йому “виграти час”, ігноруючи запитання інтерв’юера.

Іншою конфліктною тактикою стратегії інформування є **тактика ігнорування змісту питання**, наприклад:

Q: Alastair, I remember a long session in the Commonwealth Writing Room (another briefing room) when you weren’t prepared to say yes to the question you said yes to George today about whether the tax burden has gone up in the years since you came into power. Isn’t it fairly obvious to us that you now think the virtues of saying yes is to cheer up the heartlands of voters.

AC: Look, you’ve got the figures there, you’ve got the figures there

(The Guardian Europe 15.03.2000).

У поданому мінімальному діалозі інтерв'юер для того, щоб отримати потрібну йому інформацію, обирає тактику “припущення”, заявляючи, що на цей раз респондент вважає за краще сказати “так” з метою завоювати голоси виборців. Для респондента дане запитання неприємне, і він ігнорує його зміст. Вказуючи на те, що він вже задовольнив цікавість інтерв'юера, а саме: виклав усі цифри. Респондент намагається уникнути неприємного для нього запиту інформації, навіть у формі повторення того, що вже було сказано, але це не задовольняє інтерв'юера:

Q: But you're answering it today. I just wondered why the change of strategy.

AC: It's not a change of strategy. I mean I know you sort of, I know you, oh anyway – just write what you want ... (The Guardian Europe 15.03.2000).

У цьому мінімальному діалозі інтерв'юер обирає тактику непрямого запиту інформації, а саме: його цікавить причина зміни стратегії респондента. Респондент знову ігнорує запит інформації та пропонує інтерв'юерові написати те, що він вважає за необхідне. Повторне ігнорування змісту запитання не дозволяє інтерв'юерові продовжувати цю тему.

Тактики конфліктної стратегії інформування дозволяють респондентові уникнути відповіді на конкретне запитання.

Під час спілкування позиції комунікантів нерідко виявляються полярними. У таких випадках застосовується **конфліктна стратегія демонстрації ставлення респондента до повідомлення інтерв'юера**. Ця стратегія представлена кількома тактиками: протиставлення, пояснення незгоди, зміщена відповідь, вказівка на недоречність висловлювання та тактика мовчання.

Під **тактикою протиставлення** розуміється такий вид діалогічної взаємодії, за яким окремі елементи відповіді протиставляються окремим елементам вихідної репліки на основі ототожнення більшості елементів, які входять в обидві репліки [2: 93]. У сфері

протиставлення реалізуються два принципи: принцип антитези і принцип протиставного компромісу.

Тактика антитези виражає діаметральну протилежність явищ, про які йде мова в ініціальной та реагуючій репліках.

Israeli Intelligence has implicated the head of one of your security services in the recent killings of Palestinians who sold land to Jews.

It is not right – not true completely (Newsweek 16.06.1997).

У цьому прикладі респондент обирає тактику протиставлення, що знайшла відображення в експліцитному запереченні *It is not right*.

Репліка респондента може виражати протиставний компроміс, в основі якого покладено ідею “деякої невідповідності”. Експлікатори тактики протиставного компромісу фіксують увагу на деталі або обставині, які необхідно взяти до уваги, і тим самим накладають обмеження на абсолютну істинність повідомлення інтерв’юера, наприклад:

You’ve said in an editorial that Iran is one possible force behind these bombs.

I said people mentioned that possibility, and others. But I’m not accusing any of them. I mentioned Iran, but personally I don’t think so. I mentioned Iraq, and personally I don’t think so (Newsweek 27.01.1997).

Мовленнєвий хід респондента у цьому мінімальному діалозі є прикладом тактики протиставного компромісу. Перший мовленнєвий акт респондента є експліцитним виразом згоди, підтвердження змісту репліки інтерв’юера. Оскільки респондент не зовсім згодний з інтерв’юером, він використовує тактику протиставного компромісу, фіксуючи увагу на деталях, які обмежують абсолютну істинність повідомлення інтерв’юера. Експлікатором принципу протиставного компромісу є релятив *but* та заперечні речення: респондент вказує, що він нікого не звинувачує. Хоч респондент і згадував Іран, але особисто він так не вважає. Він згадував Ірак, але він особисто так не вважає.

Тактика пояснення незгоди респондента передбачає тлумачення його репліки як фактора-причини незгоди з інтерв’юером, негативного ставлення до змісту репліки співрозмовника, наприклад:

You've been personally criticized for an interview in which you said you wanted square to be awash with blood.

I was misunderstood. I didn't say I "hoped for" bloodshed. I used the word qidai. That means "expect". I didn't say xiwang, "hope for". Can you imagine someone saying they "hoped for" bloodshed? But I did feel at the time we had to expect something bad, that we had to prepare for the worst (Newsweek 09.06.1997).

У цьому прикладі респондентка використовує тактику пояснення незгоди з повідомленням інтерв'юера. Мовленнєвий хід респондентки містить аргументацію незгоди. Так, думку про те, що респондентку не зрозуміли, підтримано аргументами: респондентка не казала "сподіваюсь" на кровопролиття, а використала слово *qidai*, що означає "очікувати", вона не казала *xiwang*, "сподіваюсь." У якості аргументу респондентка наводить риторичне запитання *Can you imagine someone saying they "hoped for" bloodshed?*

Конфліктна стратегія демонстрації ставлення респондента до репліки інтерв'юера може реалізовуватися за допомогою **тактики зміщеної відповіді**, яка будується на сукупності мовленнєвих прийомів, спрямованих на зміщення вектора реагування у бік ухилення від ведення розмови на неприємну для респондента тему. Тактика зміщеної відповіді пов'язана з вимушеною чи невимушеною неадекватною інтерпретацією комунікативного наміру інтерв'юера і пропозиційного змісту вихідної репліки. Результатом неадекватності інтерпретації є порушення логічного ходу діалогу, пов'язане з незацікавленістю респондента підтримувати розмову на запропоновану тему, наприклад:

Some other former generals, such as Dan Shomron, have said they prefer a peace treaty with Syria to keeping a permanent military presence on the Golan.

We live in a democracy. Of course, there were people who expressed their views [differently] in the past – I'm not talking about Dan Shomron. I worry about the flexibility of their opinions when there is a change in politics (Newsweek 05.10.1992).

У цьому прикладі репліка респондента свідчить про його небажання обговорювати проблему мирної угоди з Сирією. Він обирає тактику зміщеної відповіді. Реакція респондента звернена до пресупозиції репліки інтерв'юера, а саме до кваліфікативної пресупозиції третьої особи, тобто респондент дискредитує як експертів осіб, чия думка наводиться інтерв'юером. Відповідь респондента спрямована не на актуальну інформацію репліки інтерв'юера, а на дискредитацію третьої особи: його хвилює гнучкість поглядів людей, що не погоджувалися з ним.

Тактика вказівки на недоречність висловлювання спрямована на експлікацію недоречності, абсурдності змістових і формальних параметрів репліки інтерв'юера. Комунікативною метою респондента є припинення розмови на певну тему або зміна його перспективи, наприклад:

Syria's foreign minister has said Israeli acceptance of the June 4, 1967, border is precondition for negotiations.

You can't expect me to run the actual negotiations for a peace agreement with Syria through the pages of leading American publications. It should be done between us and Syria. And the Americans have a lot to contribute – to assure stability and provide the strategic umbrella and financial safety net (Newsweek 08.11.1999).

Репліка респондента коректує функціональні характеристики вихідної репліки. Комунікативна мета респондента полягає в експлікації неадекватності прагматичного оформлення репліки інтерв'юера у плані соціально-ролевих відносин мовців. Репліка респондента експлікує комунікативне значення вихідної репліки і виражає його критику респондентом: на його думку, не можна очікувати, що він буде вести переговори про мирну угоду з Сирією на сторінках провідних американських видань. Інші мовленнєві акти даного мовленнєвого ходу змінюють перспективу розмови.

Як свідчить фактичний матеріал, іноді респондент притримується **тактики мовчання**. Під **мовчанням** розуміють такий тип мовленнєвого акту, в якому відсутній локутивний компонент, але присутні ілокуція і перлокуція, тобто зберігається комунікативний

намір мовця і справляється певний перлокутивний вплив. Мова йде про комунікативно значуще мовчання, яке виконує певну знакову функцію у вербальній комунікації 5: 12], наприклад:

There has been widespread speculation on where you'll live after you get out of the White House. There have been more sightings of you than Elvis. [Laughter] (People 29.12.1997-05.01.1998).

У поданому прикладі мовчання дозволяє респондентові уникнути запитання інтерв'юера. Причина того, що респондент надає перевагу мовчанню, полягає у “специфіці конкретних позамовних умов” [5: 14-15], а саме: респондент (президент США Б.Клінтон), напевне, не бажає передчасно поширювати інформацію про своє майбутнє місце проживання, що зрозуміло для інтерв'юера.

Отже, респондент у текстах-інтерв'ю може притримуватися конфліктних стратегій інформування та демонстрації власного ставлення до репліки інтерв'юера.

Стратегія інформування інтерв'юера представлена конфліктними тактиками: тактика вказівки на недоречність запитання; посилення на те, що відповідь відома інтерв'юеру; неповна відповідь; загальна відповідь; зустрічне запитання; ігнорування змісту запитання.

Стратегія демонстрації власного ставлення до репліки інтерв'юера представлена конфліктними тактиками протиставлення, пояснення незгоди, зміщеної відповіді, вказівкою на недоречність висловлювання та мовчанням.

Стратегія інформування	Стратегія демонстрації власного ставлення
<ul style="list-style-type: none"> • вказівка на недоречність запитання; • посилення на те, що відповідь відома; • неповна відповідь; • загальна відповідь; • зустрічне запитання; • ігнорування змісту запитання. 	<ul style="list-style-type: none"> • протиставлення, • пояснення незгоди, • зміщена відповідь, • вказівка на недоречність висловлювання • мовчання.

Перспективою подальших розвідок у даному напрямку є дослідження аргументативних стратегій і тактик комунікантів у даному типі тексту, гендерні особливості аргументації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Ананьева Н.А. Структурно-композиционные особенности текста печатного интервью как формы массовой коммуникации // Стилистические аспекты устной и письменной коммуникации: Сб. науч. тр. – М.: Гос. пед. ин-т ин. яз. им. М.Тореза. – 1987. – Вып. 286 – 4-12 с..

2. Артеменко Т.Н. Прагматика и семантика инициального констативно-ответного микродиалога: Дис... канд. филол. наук: 10.02.04. / Т.Н. Артеменко – К., 1991. – 186 с.

3. Архипов А.Ф. Синтаксические особенности речевого жанра радиоинтервью (на материале радиовещания ГДР): Автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.04 / Архипов А.Ф. – М., 1974. – 29 с.

4. Бендецкая М.Е. Стратегии и тактики речевого убеждения // Стратегии коммуникативного поведения: Материалы докладов Международ. науч. конф., Минск, 3-4 мая 2001 г.: В 3 ч., Ч. 1. – Минск: Минск. гос. лингв. ун-т. – 2001. – С. 115-118.

5. Богданов В.В. Молчание как нулевой речевой акт и его роль в вербальной коммуникации // Языковое общение и его единицы: Межвуз. сб. науч. тр. / Отв. ред. И.П.Сусов. – Калинин: Калининск. гос. ун-т. – 1986. – С. 12-17.

6. Зинченко Я.Р. Коммуникативные стратегии в дискурсе Гельмута Коля // Стратегии коммуникативного поведения: Материалы докладов Международ. науч. конф., Минск, 3-4 мая 2001 г.: В 3 ч., Ч. 1. – Минск: Минск. гос. лингв. ун-т. – 2001. – С. 35-37.

7. Лавринович В.Э. Политический текст и внутренний мир его автора // Текст в гуманитарном знании: Материалы межвуз. науч. конф., 22-24 апреля 1997 г. – М.: Российск. гос. гуман. ун-т. – 1997. – С. 305-309.

8. Мальцевич Р.В. Проблема типологизации жанров публицистики // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта. – Сер.

4. Філологія, Журналістыка, Педагогіка. – 2000. – № 3. – 74-79 с.
9. Семенцова І. Комунікативна стратегія як елемент теорії комунікації // Мовні концептуальні картини світу. Зб. наук. пр. – К.: Прайм-М. – 2002. – № 6. – 161-166 с.
10. Сысоева Т.А. Реализация стратегий автора в текстах массовой коммуникации // Стратегии коммуникативного поведения: Материалы докладов Международ. науч. конф., Минск, 3-4 мая 2001 г.: В 3 ч., Ч. 1. – Минск: Минск. гос. лингв. ун-т. – 2001. – 95-99 с.
11. Сыченков В.В. Интервью-портрет в системе современных публицистических жанров // Вестник Москов. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2000. – № 2. – 108-114 с.
12. Тарасова И.П. Речевое общение, толкуемое с юмором, но всерьез. – М.: Высшая школа, 1992. – 174 с.
13. Ухванова И.Ф., Маркович А.А. Тематические коммуникативные стратегии в дискурсе печатного издания Европарламента ‘Tribune Pour l’Europe’ // Стратегии коммуникативного поведения: Материалы докладов Международ. науч. конф., Минск, 3-4 мая 2001 г.: В 3 ч., Ч. 1. – Минск: Минск. гос. лингв. ун-т. – 2001. – 94-104 с.
14. Чайка Л.В. Питальні висловлювання у комунікативному аспекті (на матеріалі англ. мови): Дис... канд. філол. наук: 10.02.04. / Л.В. Чайка – К., 1998. – 163 с.
15. Heritage J. Oh-prefaced responses to inquiry // Language in Society. – 1998. – Vol. 27, № 3. – P. 291-334.

Л.А. Гаращук
доцент
(Житомирський державний університет
імені Івана Франка)

Лексико-семантичні засоби вираження причин, що викликають почуття радості в англійській мові

Сучасна лінгвістика все частіше звертається до вивчення мовної репрезентації внутрішнього світу людини, зокрема її емоційної сфери. Людина є не тільки мислячою, але й глибоко емоційною істотою. Саме тому емоційність не може не залишити слід у мові, адже емоційні стани, зумовлюючи когнітивні процеси людини, безпосереднім чином втручаються в її номінативно-комунікативну діяльність.

Радість – це позитивна емоція, яку переживає мовна особистість у відповідь на активізацію конкретного компонента його фонових знань і яка має відображення в її концептуальній системі. Вивчення етносемантичних аспектів радості дозволяє стверджувати, що емоція радості це не почуття, яке не має концептуального змісту, а своєрідний континуум цінностей, які сформувалися в соціумі. У мовнорозумовій діяльності представників різних лінгвокультур радість виражається у вигляді структурованих пропозицій (вербалізованих ментальних аналогів ситуації переживання емоції), які об'єктивують аксіологічні складові національної свідомості.

У «Webster's New Encyclopedic Dictionary» емоція радості «joy» визначається як «1: a feeling of great pleasure or happiness that comes from success, good fortune, or a sense of well being: gladness 2. something that gives great pleasure or happiness». «Happiness» розглядається як «1. a) a state of well-being and contentment: joy b) a pleasurable satisfaction; 2. felicity, aptness» .

Одним із найефективніших способів класифікації лексичного складу більшість лінгвістів справедливо вважає виділення у лексиці різних словесних груп і на підставі цього – представлення лексики у

вигляді системи [2; 205]. Складність лексичної системи стала причиною створення багатьох її моделей. Визнаючи можливість побудови різних моделей лексичної системи, ми вважаємо, що вони можуть доповнювати одна одну, і це сприятиме адекватному відображенню об'єкта дослідження лексики [2; 208].

Під лексико-семантичним полем (ЛСП) ми розуміємо складну лексичну мікросистему, яка поєднує слова за семантичним принципом і має специфічну польову структуру. Характерними рисами ЛСП є наявність центру та периферії, а також ієрархічний принцип побудови поля, згідно з яким ЛСП складається з мікрополів [2; 209].

Окрім важливих структурних властивостей, таких як взаємопов'язаність елементів, їх упорядкованість та ієрархічність, слід зазначити ряд властивостей, які виділяють ЛСП серед різних лінгвістичних систем. Ці властивості є наслідками системного характеру зв'язків між елементами поля та специфічності його структури. Найважливішими властивостями ЛСП можна назвати відсутність чітких меж, незамкненість і, відповідно, взаємозв'язок з іншими полями, здатність членів поля притягувати до себе інші елементи або бути притягнутими елементами інших груп (так звана атракція), наявність лакун, асиметричність побудови, автономність, самотійність у лексико-семантичній системі, специфічність у різних мовах [1; 53].

Для того щоб розпочати розгляд семантичних відносин між членами ЛСП “joy”, необхідно виділити його зі словникового складу. З цією метою ми використовуємо логіко-семантичний метод виділення поля як максимально зручний, економічний та доволі точний, оскільки опора на колективну інтуїцію авторів словників зменшує суб'єктивізм дослідника під час визначення поля.

Взявши за основу ідеографічний словник індикатор англійських слів, які позначають позитивну емоцію задоволення, радості, ми обрали слово “joy”. З нього можна легко виділити “загальне значення”, не марковане за стилістичними ознаками, воно не є терміном і відповідає вимогам, які ставляться до імені поля [5; 324].

Наступним кроком побудови ЛСП було виділення із тлумачних словників англійської мови методом суцільної вибірки слів, у тлумаченнях яких було присутнє слово “joy” та його словотворчі кореляти, встановлені за словником “Chambers 21th Century Dictionary” [7]. Критерієм поєднання слів у ЛСП “joy” слугувала наявність спільних компонентів значення.

Розглянемо семантичні зв'язки всередині мікрополя іменника на підставі словникових тлумачень значень конститuentів, поданих у словнику А. С. Hornby. Незважаючи на складність зв'язків, у досліджуваному полі можна виділити групи іменників, які мають тісніший семантичний зв'язок.

Передусім це група слів, які безпосередньо тлумачаться через слово “joy”: ecstasy, exultation, gladness, glee, rejoicing, triumph, transport, joyfulness, joyousness. Сюди також входить іменник jubilation, який тлумачиться через rejoicing. Спільний компонент happiness об'єднує іменники beatitude, bless, felicity, blessedness. У дефініції іменника rejoicing словник Hornby на перше місце ставить компонент happiness, а компонент joy – на друге. Проте в тлумаченнях цього слова іншими словниками присутні компоненти joy, joyful, але немає компонента happiness, що дало нам підставу включати rejoicing до групи joy. Цю групу іменників ми назвемо ядерною [4].

Інша група слів, яку можна виділити, об'єднується іменником pleasure: amusement, delight, enjoyment, gratification, satisfaction. І хоча в значення іменників delight, enjoyment, окрім слова pleasure, входять інші компоненти, в їхніх словникових тлумаченнях іменник pleasure стоїть на першому місці, що вказує на домінуючу роль цього компонента в їхніх значеннях. До цієї ж групи ми віднесли іменники delectation, comfort, content, rapture, fruition, оскільки delectation трактується через enjoyment; content – через satisfied, rapture – через delight [5].

Ще одну групу, але менш однорідну, складають слова animation, cheerfulness, exhilaration, festivity, fun, gaiety, hilarity, jocundity, jollity, joviality, lightheartedness, liveliness, mirth, vivacity. На чолі цієї групи можна поставити іменник merriment. Компонент merriment (merry)

входить до складу значень більшості перелічених слів. Решта слів, які належать до цієї групи, пов'язані з *merriment* опосередковано, оскільки тлумачаться у словниках через його синоніми [5].

Отже у кожній з виділених нами груп слова групуються за семантичним принципом навколо центрального слова, яке входить у тлумачення більшості слів цієї групи як компонент значення. З рештою слів воно пов'язане через свої синоніми. Такі слова розташовані на периферії групи.

Зв'язки між групами визначаються семантичними зв'язками членів груп, а особливо їхніх центрів. Групи *happiness* і *pleasure* дуже близькі до ядерної групи "joy": їхні центральні слова є синонімами імені поля. Групу *merriment* можна вважати периферійною, вона пов'язана з ядерною групою через значення окремих конститuentів.

Оскільки денотативна частина значення спільнокореневих дієслів та прикметників збігається з денотативною частиною значення іменників, то, відповідно, семантичні зв'язки між ними повинні збігатися з відношеннями іменників всередині поля. Таким чином, вбачається можливим об'єднання цих дієслів та прикметників у групи за принципом поєднання в аналогічні групи іменників.

Сфера позитивних емоцій розкривається в англійській мові через значення слів, які належать до різних частин мови. Ця сфера людської психіки була по-різному осмислена в процесі пізнання і в мові представлена різними способами у вигляді характеризуючих їх словесних знаків. Іменники, які належать до предметних знаків, відображають це явище об'єктивної дійсності як субстанцію.

Відображення емоцій через дієслова та прикметники відбувається у дещо інший спосіб. Дамо стисло характеристику дієслівного та ад'єктивного фрагментів досліджуваного ЛСП [4].

Дієслово має категоріальне значення динамічної ознаки тобто за допомогою дієслівних лексем людина закріплює в мові розуміння позитивної емоції як процесу – ознаки, яка відбувається протягом певного часу. Всі досліджувані слова означають або емоційний стан людини – конкретну позитивну емоцію, або вплив на психіку людини з метою викликати у неї цю емоцію. Дієслова емоційного стану є

дієсловами суб'єктивної спрямованості і містять у своїй семантиці компоненти, які відображають саме ту емоцію, яку переживає людина. Щодо дієслів, які позначають психічний вплив на людину, то будучи орієнтованими на сфери як суб'єкта, так і об'єкта, вони включають у своє значення компоненти, які відображають викликану емоцію. Таким чином своєрідність семантики кожного члена поля визначається складом дієслівних та субстанціональних сем, а також орієнтацію на сферу суб'єкта та/або об'єкта.

Дієслова об'єднуються у групи за принципом викликаної або пережитої емоції. Саме характер емоції, який відображається у семантиці дієслова у вигляді певної субстанціональної семи, дозволяє об'єднати дієслова в одну групу. Субстанціональна частина значення дієслова, яка відображає емоцію, що переживається або викликається, буде збігатися за логіко-семантичним змістом зі значенням іменника-корелята. З цієї причини парадигматичні відносини членів певного мікрополя, які визначаються субстанціональною частиною дієслівного значення, збігаються із співвідношеннями у відповідних групах іменників. [3; 55]

Щодо мовного відображення позитивних емоцій за допомогою прикметників, у яких відтворена така розумова категорія, як статистична ознака, то вони номінують емоції задоволення, радості, веселощів, осмислених людиною як ознака, властивість субстанції, в нашому випадку людини.

Аналіз прикметників досліджуваного ЛСП показав, що вони можуть вказувати на переживання позитивної емоції. За характером пережитої емоції можна поділити всі прикметники поля на групи, аналогічні групам іменників та дієслів. При цьому більшість прикметників групи "joyful", а також "happy", "merry" вказують на переживання та відчуття радості, а прикметники групи "pleasurable" вказують на каузацію позитивної емоції.

Отже, пізнання людиною такої сфери психічної діяльності, як позитивні емоції, передається в мові у вигляді номінативних та ад'єктивних слів, які відображають різне осмислення цього явища.

Іменники, дієслова та прикметники досліджуваного ЛСП мають різні спільнокатегоріальні значення, оскільки позитивна емоція відтворена в них або як субстанціональна, або як процесуальна, або як категорія ознаки. Проте, оскільки всі ці слова номінують одну екстралінгвістичну сферу, їх індивідуальне лексичне значення подібне і складає той інваріант, на базі якого досліджувані лексеми утворюють мікросистему певної структури.

Оскільки всі члени поля, які мають різну категоріальну семантику, також пов'язані між собою системними зв'язками, модель ЛСП “joy” можна представити у вигляді багаторівневої структури, елементи якої розташовані по горизонталі та вертикалі.

По горизонталі будуть розташовані парадигматичні групи всередині мікрополя слів однієї частини мови, об'єднані як за своїм денотативним, так і за категоріальним значенням. По вертикалі будуть мікрополя слів, які матимуть лише спільну денотативну частину значення, а категоріальне значення відрізнятиметься.

Слова, які належать до різних частин мови зі спільною семантикою, поєднуються семантичними, словотворчими, етимологічними, структурними зв'язками і утворюють ланцюжки спільнокореневих слів, пов'язуючи, таким чином, три розглянутих мікрополя у спільну структуру. Об'єднання груп за цим принципом, наприклад joy – joyful – to enjoy, також можна назвати мікрополем.

Слід зазначити, що внутрішньомовні системні зв'язки не завжди чітко відповідають логічним схемам, які, в свою чергу, відображають зв'язки та відносини реальних явищ та предметів. Унаслідок цього зв'язки між членами підгруп всередині поля (мікрополя) не мають регулярного жорсткого характеру. кількість номінативних, дієслівних та ад'єктивних членів поля не збігається, не всі вони вступають в аналогічні смислові зв'язки, ціла низка лексем не має корелятивів. Так утворюється лакуна, тобто відсутність певної ділянки у ланцюжку іменник – дієслово – прикметник. Можна припустити, що заповнення лакун відбуватиметься на синтагматичному рівні. Зазначимо, що у понятті “позитивна емоція”, відтвореному в мові здебільшого іменниками та прикметниками, частіше спостерігається

відсутність дієслівної ланки, наприклад, у ланцюжках glee – gleeful, mirthmirthful, festivity - festive тощо.

Отже, лексичні одиниці сучасної англійської мови, які виражають позитивну емоцію радості, утворюють мікросистему польового типу. Структура цієї системи має складний багаторівневий характер. Однак потрібно пам'ятати, що відношення слів, які позначають позитивні емоції, є такими ж складними, як і екстралінгвістична сфера, яку вони виражають у мові.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Колшанский Г. В. Паралингвистика. – М.: Наука, 1974. – 80 с.
2. Лайонз Дж. Лингвистическая семантика: Введение / Пер. с англ. В.В. Морозова и И.Б. Шатуновского / Под общ. ред. И.Б.Шатуновского. М.– Языки славянской культуры, 2003. – 400 с.
3. Шаховский В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка / В. И. Шаховский. – Воронеж : Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1987. – 188 с.
4. Шаховский В. И. Эмотивная семантика слова как коммуникативная сущность / В. И. Шаховский // Коммуникативные аспекты значения. – Волгоград : Волгоград. гос. пед. ун-т, 1990.— 167с.
5. Chambers 21st Century Dictionary
Режим доступу: www.chambers.co.uk/dictionaries/the-chambers.
6. Hornby A. C. Oxford Advanced Learners Dictionary of Current English. Oxford University Press, 1987. – 1579 p.
7. Ronald E. Riggio. Applications of Nonverbal Communication [Text] / Ronald E. Riggio, Robert S. Feldman. – Mahwah ; New Jersey ; London : Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2005. – 310 p.

Н.О. Гудзь
аспірант
(Житомирський державний університет
імені Івана Франка)

Морфолого-стилістичні особливості екологічних Інтернет-новин

В сучасному інформаційному суспільстві Інтернет-комунікація завдяки швидкості, доступності та мультимедійності стає все більш поширеним явищем. Природно, що в таких умовах традиційні засоби спілкування адаптуються до нових реалій, тому перехід комунікативних практик з різних сфер людської діяльності в мережу Інтернет є цілком зрозумілим та закономірним процесом. Зокрема, висвітлення екологічної проблематики в мережі Інтернет не лише дозволяє значно розширити можливості поширення екологічних знань та інформації про стан навколишнього середовища, але й суттєво впливає на його лінгвістичне оформлення на всіх рівнях мовної системи.

Екологічна тематика розкривається в межах *екологічного Інтернет-дискурсу*, який визначаємо як сукупність зумовлених екстралінгвістичними факторами електронних, аудіо- та відеотекстів, що існують та функціонують в мережі Інтернет, присвячених питанням відображення взаємодії людини і довкілля та наслідків цієї взаємодії та спрямованих на інформування населення про стан довкілля та формування екологічної свідомості суспільства. Екологічний Інтернет-дискурс характеризується гіпертекстуальністю та зв'язністю, що реалізується завдяки системі гіперпосилань, а доступ до нього забезпечується входом в мережу Інтернет за допомогою комп'ютера чи альтернативних мультимедійних приладів.

Екологічний Інтернет-дискурс не є однорідним, в ньому виокремлюється низка типів, кожен з яких реалізується в системі Інтернет-жанрів.

Метою даної статті є аналіз морфолого-стилістичних особливостей екологічних Інтернет-новин як одного із жанрів медійного екологічного Інтернет-дискурсу.

Завдяки легкому доступу, екологічні Інтернет-новини здатні впливати на масову аудиторію. Цей вплив зумовлений безпрецедентними можливостями, які відкриває мережа Інтернет для засобів масової комунікації. По-перше, аудиторія Інтернет-сайтів інтернаціональна і в кількісному плані в кілька разів перевищує читацьку аудиторію друкованої преси. По-друге, дискурс новин в Мережі є плюралістичним, демократичним та висвітлює найнагальніші екологічні проблеми без обмежень. По-третє, завдяки зміні носія інформації, новинний дискурс стає лаконічним в плані вираження і ємнісним у плані змісту [2: 184- 185]. Аналіз залученого матеріалу показав, що екологічний новинний Інтернет-дискурс може реалізуватися в межах окремого тематичного сайту (наприклад, *Environmental News Network (www.enn.com)*), бути складовою частиною новинного веб-сайту (наприклад, *BBC News → Science and Environment*) чи електронного журналу або електронної версії друкованого видання (*www.theecologist.org*). Новини щодо діяльності в сфері довкілля з'являються також на офіційних веб-сайтах природоохоронних організацій та їх сторінках в соціальних мережах і записах в блогах. Окрім того, відвідувачі цих сайтів можуть тримати руку на пульсі подій в екологічній сфері завдяки функції підписки, яка доступна в різних форматах: *Sign up for news and alerts*, *Get news and updates by e-mail*, *Order a Print Subscription*, *Order a Digital Subscription* тощо. Функція коментування та можливість поділитися новиною з друзями в соціальних мережах (*share this, email, facebook, twitter* тощо) та блискавична швидкість, з якою новини поширюються Мережею, роблять цей тип екологічного дискурсу інтерактивним та надзвичайно гнучким і мобільним.

Об'єктом нашого розгляду є морфологічні особливості екологічних Інтернет-новин, їх стилістичні та прагматичні функції. В цьому аспекті буде проаналізовано вживання та функціонування в текстах екологічних Інтернет-новин повнозначних частин мови, а

саме: іменників, займенників, прикметників, дієслів та прислівників. Зокрема, увагу буде зосереджено на іменниковій категорії відмінку, функціональному навантаженні форм однини та множини іменника, особливостях вживання в досліджуваних текстах ступенів порівняння прикметників та прислівників, особових та присвійних займенників, а також на таких категоріях дієслова як: час, спосіб та стан. Розпочнемо аналіз з іменникової категорії відмінку. Як відомо, в англійській мові іменники мають двовідмінкову систему, що включає загальний (The Common Case) та присвійний (The Possessive Case) відмінки. Аналіз морфологічних особливостей 100 текстів екологічних Інтернет-новин загальним обсягом 59057 слів показав, що поряд з загальним відмінком, який домінує в текстах екологічних новин, активно використовується і присвійний відмінок, при чому структура N's як вираження приналежності поширюється також на явища природи та природні процеси і таким чином виконує функцію персоніфікації: *Earth's surface* [23], *the planet's climate* [26], *nature's recovery* [14], *planet's ecosystems* [16], *earth's population* [7], *planet's animal and plant species* [16], *Earth's life-sustaining water cycle* [23], *crops' biological and genetic diversity* [8] тощо.

Щодо особливостей функціонування форм однини та множини іменників, слід зауважити, що в проаналізованих текстах екологічних новин активно використовується форма множини як злічуваних, так і незлічуваних іменників, що, на нашу думку, виконує підсилювальну функцію та покликане зобразити масштабність екологічних проблем: *flood waters* [9], *ocean winds, storms* [23], *fuels* [26], *populations* [29], *velocities* [38], *civil society groups* [6], *emissions* [24], *vapours* [30], *declines* [22], *threats* [35] тощо. Таку ж мету переслідує і використання кількох іменників в множині при перелічуванні та поєднанні сполучником *and*: *winds and currents* [22], *floods and droughts* [23] *changing winds and temperatures* [22], *winds, clouds and aerosols* [23].

Для текстів екологічних Інтернет-новин притаманним є також вживання герундія (*stop emitting vapours* [30], *mainly focusing on* [40], *bucking a global trend of drastic declines* [22] тощо, який може виступати в ролі підмета (*fighting climate change and using energy more*

efficiently can boost the economy and employment [4], *predicting the climate of the future* [25]. Окрім того, в текстах екологічних Інтернет-новин герундій виконує функцію прямого (*The website provides interactive maps of the world showing where trees have disappeared since the year 2000* [12], *a key issue threatening their survival* [32] і непрямого додатка (*could bring a significant return in preserving a unique habitat* [32]).

Аналіз екологічних Інтернет-новин дозволив нам зробити висновок про присутність в їх текстах значно кількості віддієслівних іменників: *flooding* [7], *understanding* [23], *logging*, *environmental policing* [32], *warming* [25], *opening* [16], *coatings* [13], *funding* [33] тощо). На нашу думку, вживання герундія та віддієслівних іменників створює динамізм та вказує на процесуальний та постійний характер як природних явищ, так і діяльності людини, спрямованої на збереження чи, навпаки, руйнування навколишнього середовища.

Вживання присвійних займенників *our*, *their* та особових займенників 1 та 3 особи множини *we*, *they* створює протиставлення між світом природи і людиною, викриваючи злочинні дії людини стосовно природи і разом з тим закликаючи змінити своє ставлення до навколишнього середовища, флори та фауни: *reconnect with our planet's wild side* [16], *a basic right they have been denied* [18], *on our home planet* [23], *to achieve conservation in their local areas, ... we will be able to deliver more effective responses to some of the most pressing conservation issues* [27].

Частотними в екологічних Інтернет-новинах є прикметники у вищому та найвищому ступенях порівняння. Їх використання, з одного боку, спрямоване на підсилення зображення наслідків безвідповідального використання природних ресурсів: *even more disruptive* [17], *even bleaker future, more toxic* [31], *flood waters will likely be deeper and last longer* [9]; *dirtiest climate conference on record* [36], а з іншого – вказує на те, що якщо людство змінить свій спосіб життя, то багатьох екологічних проблем і катастроф можна буде уникнути: *a more sustainable way of living* [12], *be the greenest ever* [37], *achieve the lowest possible emissions* [28] тощо. Якісні прикметники в

звичайному ступені зазвичай вживаються для інтенсифікації негативного впливу людської діяльності на довкілля: *hazardous chemicals* [18] *monstrous human invention, mind-blowing amounts* [10], *harmful* [13], зображення природних лих та катастроф (*Deadly storm lashes northern Europe* [9]), а також для підкреслення цінності природи (*precious wildlife and biodiversity* [16])

Поширеними в екологічних Інтернет-новинах є також прислівники, які не тільки викривають злочинні дії проти природи, але й зображають її красу, тим самим апелюючи до емоційної сфери читача. Варто зауважити, що використовуються як стилістично нейтральні прислівники, що є характерними для писемного мовлення (*permanently* [21], *finally, importantly* [20]), так і прислівники, які вживаються переважно в розмовному мовленні (*extremely, deadly* [31], *illegally, seriously* [20]), *efficiently* [28], *outstandingly, overwhelmingly* [3]), що, на нашу думку, значно зменшує відстань між текстом та читачем.

Проведений аналіз дозволяє нам зробити висновок про те, що в текстах екологічних Інтернет-новин домінує вживання теперішнього тривалого (Present Continuous) та теперішнього доконаного (Present Perfect) часів. На нашу думку, це пояснюється тим, що автори екологічних новин роблять акцент на емоційний вплив, підкреслюючи при цьому напруженість повідомлення (*we are experiencing a "hemispheric pattern of severe weather"* [17]) та на стан довкілля, який постійно погіршується (*the populations are declining, natural disasters are growing in frequency and intensity [14], *sea ice decline is happening much faster* [5]). Використання теперішнього доконаного часу дозволяє підкреслити протяжність у часі тієї чи іншої події (*...including of course those domestic plants and animals we have utilized for millennia* [39]) та показати наслідки впливу людини на природні процеси (*we have changed the face of the planet* [5]).*

Щодо категорії стану дієслова, то слід зазначити, що в більшості випадків в екологічних новинах вживається активний стан. Пасивний стан використовується для привернення уваги до проблем флори та фауни, не називаючи при цьому винних (*28 animal species are*

internationally threatened [34], *polluted fracking water is being dumped into open reservoirs, the environment is being polluted*) [13], а також для відображення діяльності, спрямованої на вирішення екологічних проблем, без зазначення відповідальних за виконання прийнятих рішень (*large-scale methods to artificially slow down global warming are increasingly being discussed* [19]; *Schemes that encourage 'rewilding' though have implications upon the land owners and farmers who are being encouraged to implement them* [33]).

Особливої уваги заслуговує категорія способу, аналіз якої засвідчив, що найбільш поширеним є наказовий спосіб. Варто зауважити, що кожна наказова конструкція виконує також функцію гіперпосилання на інші Інтернет-ресурси чи офіційні сайти міжнародних природоохоронних організацій. Так, наказове речення *Use your power, help save endangered species by donating now!* [19] не тільки спонукає до дії, але й надає можливість зробити це не виходячи з дому. Натиснувши на речення, користувач опиняється на сторінці Всесвітнього фонду охорони природи (WWF), де йому пропонується кілька варіантів пожертвування на тренування і утримання собак, які вистежують браконьєрів: *US \$5+ Donation Only, US \$10+ Social Media Skins, US \$20 + Email Updates, US \$50+ Thank you Tweet* тощо. Наказовими реченнями відвідувачів новинних сайтів заохочують також висловити свою точку зору на представлену інформацію: *Leave us your thoughts in the Comments below* [15].

Таким чином, ми можемо зробити висновок, що в екологічних Інтернет-новинах широко використовуються морфолого-стилістичні засоби, кожен з яких несе певне функціональне навантаження, а в деяких випадках, завдяки можливостям мережі Інтернет, стилістичний потенціал морфології значно розширюється, як, наприклад, у випадку з наказовим способом дієслова. Це надає значно більше можливостей впливу на користувачів Інтернету та формування екологічної свідомості на глобальному рівні.

Перспективними вважаємо подальші дослідження морфологічних особливостей інших жанрів екологічного Інтернет-дискурсу та проведення їх порівняльного аналізу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Данилюк С. С. Морфологічні особливості англомовних електронних персональних Інтернет-сторінок сучасних лінгвістів [Електронний ресурс] / С. С. Данилюк. – Режим доступу: <http://studentam.net.ua/content/view/8901/97/>
2. Матюшенко О. М. Особливості функціонування англомовного дискурсу новин в мережі Інтернет [Електронний ресурс] / О. М. Матюшенко. – Режим доступу: http://eprints.zu.edu.ua/5215/1/vip55_38.pdf
3. 10 hours and 50 amendments later, House committee passes water <http://www.wvgazette.com/News/201403020120>
4. 80% of Europeans want a low carbon economy to help tackle climate change <http://www.enn.com/energy/article/47114>
5. Arctic melting: the science behind the ice <http://www.greenpeace.org/international/en/news/features/Arctic-melting-the-science-behind-the-ice/>
6. Bowing to civil society pressure, palm oil giant promises to end its forest destruction <http://www.foei.org/en/what-we-do/land-grabbing/latest-news/bowing-to-civil-society-pressure-palm-oil-giant-promises-to-end-its-forest-destruction>
7. Costing 21st Century coastal flooding <http://www.earthtimes.org/climate/costing-21st-century-coastal-flooding/2545/#jE2B2xDCyCzzlpEj.99>
8. Crop diversity decline 'threatens food security' <http://www.bbc.com/news/science-environment-26382067>
9. Deadly storm lashes northern Europe <http://www.bbc.com/news/science-environment-26382128>
10. Ending the nuclear weapons age <http://www.greenpeace.org/international/en/news/features/Ending-the-nuclear-weapons-age/>
11. Europe-wide flood losses to 'increase fourfold' by 2050 <http://www.bbc.com/news/science-environment-26382128>
12. Free mobile green apps <http://www.enn.com/wildlife/article/47085>

13. Friends of the Earth Canada: The Bee Cause
<http://www.foei.org/en/what-we-do/land-grabbing/latest-news/friends-of-the-earth-canada-the-bee-cause>

14. Gauging what it takes to heal a disaster-ravaged forest: Case study in China
<http://www.sciencedaily.com/releases/2014/02/140224110136.htm>

15. Here's Why Electric Cars Will Succeed: Owners Just Adore Them
<http://now.motherearthnews.com/zine/featured/heres-why-electric-cars-will-succeed-own/39544632637a62594532492f4c4e46676a53417162413d3d>

16. Inaugural World Wildlife Day Brings Dire Warnings
<http://ens-newswire.com/2014/03/03/inaugural-world-wildlife-day-brings-dire-warnings/>

17. Is Global Warming responsible for weather extremes?
<http://www.enn.com/ecosystems/article/47112>

18. Levi's shapes up to become a Detox leader
<http://www.greenpeace.org/international/en/news/features/Levis-shapes-up-to-become-a-Detox-leader/>

19. Limitations of climate engineering
<http://wwf.panda.org/?216811/Actress-Emma-Stone-helps-fight-wildlife-crime>

20. London wildlife trade conference an opportunity for action
http://wwf.panda.org/wwf_news/?215970/London-wildlife-trade-conference-an-opportunity-for-action

21. Major victory in conservation battle against oil company
http://wwf.panda.org/what_we_do/successes/?215878/WWF-celebrates-50th-anniversary-of-first-protected-area

22. Melting summer ice in Antarctica
<http://www.enn.com/wildlife/article/47109>

23. NASA to Launch Five Earth Science Missions to Space in 2014
<http://ens-newswire.com/2014/01/23/nasa-to-launch-five-earth-science-missions-to-space-in-2014/>

24. Polluters talk, we walk: Mass walk-out of corporate-captured climate talks in Poland
<http://www.foei.org/en/what-we-do/land->

[grabbing/latest-news/polluters-talk-we-walk-mass-walk-out-of-corporate-captured-climate-talks-in-poland](#)

25. Predicting the Climate of the future
<http://www.enn.com/ecosystems/article/47049>

26. Remote waters affect billions of people, shape climate and air chemistry worldwide
http://www.nsf.gov/news/news_summ.jsp?cntn_id=130068&org=NSF&from=news

27. Royals and conservationists are United for Wildlife <http://www.fauna-flora.org/news/royals-and-conservationists-are-united-for-wildlife/>

28. S. EPA Tightens Fuel Sulfur and Vehicle Emission Standards
<http://ens-newswire.com/2014/03/03/u-s-epa-tightens-fuel-sulfur-and-vehicle-emission-standards/>

29. Skin cancer selected our ancestors?
<http://www.earthtimes.org/scitech/skin-cancer-selected-ancestors/2557/#5bu0m3xPG1dXR6jg.99>

30. Smell of forest pine can limit climate change – researchers
<http://www.bbc.com/news/science-environment-26340038>

31. The Effects of Third-hand Smoke
<http://www.enn.com/pollution/article/46966>

32. Tourism best hope for critically endangered lemurs
<http://www.bbc.com/news/science-environment-26288351>

33. Trees-the solution to flooding? <http://www.earthtimes.org/going-green/trees-solution-flooding/2549/#SXge5GpIBYFHa5Jl.99>

34. Tropical forests have been downed before!
<http://www.earthtimes.org/nature/tropical-forests-downed/2534/#KKocdWVORkZt6uT3.99>

35. Trouble for Tea <http://www.enn.com/business/article/47061>

36. Warsaw climate talks: dirtiest climate conference on record
http://www.foei.org/en/media/archive/2013/copy2_of_warsaw-climate-talks-dirtiest-climate-conference-on-record

37. Why is everyone so angry about generating energy?
<http://www.bbc.com/news/science-environment-24985531>

38. Wind turbines save your city
<http://www.earthtimes.org/energy/wind-turbines-save-city/2558/#TMjutKzPheJEup03.99>

39. Winners and losers in the great warming!
<http://www.earthtimes.org/climate/winners-losers-great-warming/2524/#11bxm5Eo1fBhYvGL.99>

40. Winter wettest on record - Met Office
<http://www.bbc.com/news/science-environment-26280219>

В.В. Євченко
канд. філол. наук, доцент
(Житомирський державний університет
імені Івана Франка)

Development of Critical Thinking Skills in the Framework of the Argumentation Theory

By a widely accepted definition argumentation skills generally presuppose the ability to engage in reasoned discussion and the capacity to argue effectively. Argumentation is a basic requirement for active participation in a modern democratic society and argumentation skills are needed in many different community contexts [1; 219]. The ability to communicate, to engage in a range of public or private disputes and discussions, to participate in online communication, in different types of blogosphere activities presupposes before all the development of good practical argumentative skills and the formation of critical thinking skills so as to be convincing and successful in the civilized argumentative discourse. To be sufficiently good at argumentation generally means not only to possess the ability to give one's reasoned arguments and to avoid the unsupported arguments that can lead to a breakdown in communication during reasoned discussions, but also the ability to evaluate the given arguments, to understand and perceive other people's ideas, to distinguish explicit and implicit arguments, to identify the conflict of views and to see an ambiguity in oral or written texts so as not to be led astray by someone's ideas or reports in private or public argumentative contexts, or not to be influenced by someone's emotions and public sentiment. The development of critical reasoning skills can be assumed to be based on the abilities to evaluate the quality of the content of the given arguments and to form a critical attitude to given oral or written information, on the abilities to produce one's own views on the problem under discussion and to develop freedom and independence from the influence of false arguments that can arise in the process of communication. Most frequently used false arguments that can arise in argumentation are: argumentum ad

verecundiam (reference to one's own significance or to the authority) [2; 126, 129], argumentum ad populum (a direct or indirect influence on the emotional sphere of the hearer) [2; 124-125], argumentum ad hominem (a direct personal attack at the opponent with the aim of defamation of character) [2; 102], argumentum ad baculum (a threatening attack at the opponent so as to prevent his/her opinion to be expressed) [2; 100-101]. The development of critical thinking skills to promote effective argumentation in discourse may include the following main strategies: students' critical analysis of the position of the opponent; the identification of students' own position in argumentative discourse and the formation of students' point of view on the discussed problem; the discernment of unsupported arguments in argumentation; critical evaluation of explicit and implicit arguments; the discrimination of true and false arguments; improvement of students' ability to identify the conflict of views. To improve students' critical thinking skills at the text-based lessons the following tasks can be formulated during discussion based on the book "Jane Eyre" by Ch. Brontë [3]:

A. Evaluation of the importance of the events, of the amount and volume of the information

What new information about Victorian England does the reader get from this part of Jane Eyre's narration? Is there enough information for the reader to have an opinion about the people Jane Eyre met at Thornfield?

B. Evaluation of the influence of the narrator, making a judgement about the narrator's being an unbiased person, estimation of the level of confidence in the narrator's words

In what key does Jane Eyre describe the events and the atmosphere at Gateshead? What, to your mind, is a description of facts and what is Jane's personal opinion? Why do you think Jane made false reasoning about Mrs. Fairfax as a person and about her social status? Why was she misled? Is there enough evidence in the narration to support Jane's high opinion of Mr. Rochester? Could she be under a self-delusion or a self-deception about him? Why? /Why not?

C. Analysis of the structure and of the scheme of argumentation, the recognition of the implicit and explicit arguments; evaluation of the given arguments

What pragmatic types of argumentation can be found in Jane Eyre's narration: moral instruction and judgements, logical reasoning, explanation of facts, description of events, common sense reasoning, conceptual statements, reference to experience, emotional impressions or something else? What does Mr. Rochester appeal to more in his talk to Jane: reason or emotions? What persuasive techniques does he use to manipulate Jane? What figurative language does Mr. Rochester use to increase his influence over Jane? Prove your point with the lines from the text. Do you find Mr. Rochester's arguments convincing and his behavior consistent when he, on the one hand, alludes to his youth and inexperience trying to explain his motives for having married Bertha Mason, and on the other hand, he himself tries to take advantage of Jane's youth and her inexperience? Find other cases of inconsistency and controversy in Mr. Rochester's argumentation and in his actions and comment on them. Motivate your answer.

D. Analysis of the position of the main characters, their behavior and actions.

What arguments, logical or emotional, are mostly seen in Mr. Rochester's story? In what way are you influenced by it and why? What arguments did Jane, the heroine, put forward in defence of Bertha Mason? Do you agree with her arguments? Are there any other cases of conflict of opinions in this part of narration? In what way can they be accounted for? What arguments are there for and against each of positions? Prove you point. Do you think St. John and Jane mean the same thing when they both speak about "justice"?

E. Analysis of the position and the views of the author of the work and his/her appeal to the reader

Find the lines of emotional strain in the text to show a melodramatic note and its emotional influence on the reader's feelings. In what way can Charlotte Brontë's views and her attitude towards Jane, as a young girl, and as an adult, be felt in the text? What can you say about the author's

presentation of herself and her feelings and views in the text. Try to prove your point. Find the lines in the narration in which the reader is addressed directly. Whose voice is heard here: Jane's, the heroine, Jane's, the narrator, or Charlotte Brontë's, the author's? Comment on the idea of the reader which is seen in this. What emotional and psychological atmosphere does this direct appeal to the reader create? Motivate your answer.

F. Formation of students' own points of view and their opinions

Do you agree with Mr. Rochester that Jane was really cruel towards him when she had left him at Thornfield without "confiding in him"? Do you believe his words that he would not have "constituted himself Jane's tyrant"? Why? /Why not? What do you think is the true ending of the story: a happy married life of Mr. Rochester and Jane, or a premature death of St. John on his mission in India, because "life without love is death"? Motivate your answer.

In conclusion it may be said that the basic critical thinking skills can be improved if the possibility of the literary text, viewed in the framework of argumentation theory, is regarded as helpful and rewarding for their development.

References:

1. Coffin C., O'Halloran K. Researching argumentation in educational contexts: new directions, new methods // IJRME (International Journal of Research & Method in Education) – Abington, Oxfordshire: Routledge Journals, Taylor & Francis, 2008. – Vol. 31, №3, November. – 219-227 p.

2. Ван Еемерен Ф. Х., Гроотендорст Р. Аргументация, коммуникация и ошибки // Амстердамский университет. – Пер. с англ. / Чахоян Л. П., Третьякова Т. – Санкт-Петербург: "Васильевский остров", 1992. – 207 с.

3. Bronte Ch. Jane Eyre / Книга для читання англійською мовою / Технологія роботи з текстом і філологічний коментар Віри Євченко, Сергія Сидоренка. – Вінниця: Нова Книга, 2011. – 616 р.

В.В. Жуковська
канд. філол.наук, доцент
(Житомирський державний університет
імені Івана Франка)

Структурно-морфологічні особливості абсолютних конструкцій в сучасній англійській мові

Абсолютна конструкція (АК) є граматичною структурою особливого класу та займає окрему нішу в системі конструкцій англійської мови. Вказана конструкція неодноразово ставала об'єктом лінгвістичних розвідок, результатами яких є низка робіт, присвячених аналізу окремих аспектів абсолютної конструкції у синтагматичному і парадигматичному планах на матеріалі давніх і сучасних мов (Ісакова (2003), Серкіна (2000), Степанян (1997), Попович (1990), Aalto (1979), Stump (1985), Holland (1986), König, Auwera (1990), Gunnarson (2009), Dewey, Syed (2009), Bruno (2011), Timofeeva (2011) та ін.). Такий далеко неповний перелік досліджень свідчить про достатньо повне висвітлення в науковій літературі структурно-морфологічних, комунікативно-прагматичних і багатьох функціонально-семантичних характеристик англійської абсолютної конструкції у діахронії та синхронії. Попри чисельність здійснених досліджень ця проблематика не втрачає своєї **актуальності** і продовжує привертати увагу вчених-мовознавців, а лінгвістична багатогранність абсолютної конструкції ставить перед дослідниками низку питань, які потребують подальшого вивчення. Серед невирішених проблем слід вказати відсутність у сучасній лінгвістиці загальноприйнятого визначення цієї конструкції та інвентарю її структурно-морфологічних варіантів.

Дана стаття має **меті** проаналізувати структурно-морфологічну варіативність абсолютної конструкції у сучасній англійській мові із залученням даних Британського національного корпусу (BNC-BYU) [5] та Корпусу американського варіанту сучасної англійської мови (COCA) [6].

1. Дистинктивні ознаки абсолютної конструкції (АК).

Абсолютна конструкція англійської мови є особливим типом вторинної предикації. Вказана конструкція має бінарну структуру, що складається з іменної групи в якості суб'єкта і предикативної групи з неособовою формою дієслова чи недієслівною частиною мови, та виконує обставинну функцію відносно головного речення (див. Рис.1). Однією з найважливіших рис АК є наявність у ній власного суб'єкта, що відрізняється від суб'єкта матричного речення. Конструкція не пов'язана з рештою речення синтаксично, проте семантично не ізольована від нього, наприклад:

*Then suddenly he turned towards her, **eyes blazing**, lifted it, and she felt its point pierce the skin of her forehead, and the sudden spurt of blood gushing into her eyes (BNC, C8T).*

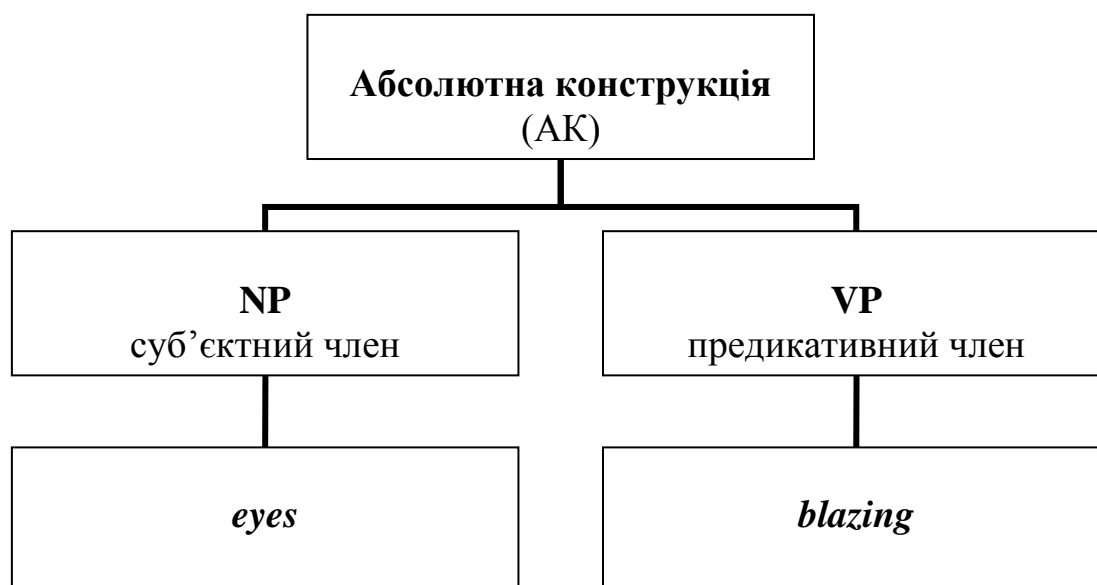


Рис. 1. Структура абсолютної конструкції

Своєю двочленною структурою АК подібна до речення, проте АК не може вважатися реченням, оскільки, вона позбавлена типової підмето-присудкової структури, а наявна дієслівна форма не є дієсловом в особовій формі, крім того обидва члени конструкції не узгоджуються в особі та числі. Оскільки предикативний член АК виражений неособовою формою дієслова або ж взагалі недієслівною частиною мови, то конструкція також є немаркованою в плані часу та способу. Тим не менш, у випадках, коли її предикативний член

виражений дієприкметником, дієприслівником чи інфінітивом, вона може бути маркована в плані аспекту та стану, наприклад:

*He is expected to play again in January, **specialists having approved** his return to training, but is unwilling to turn out too soon, as he did against Steaua after surgery, for fear of jeopardising his chances of playing in the World Cup (BNC, A8N);*

*The research uses data from the National Child Development Study, a long term follow-up study of all children born in GB in one week in 1958, **contact having been kept** with 12,500 young people up to age 23 (BNC, HJ0).*

Слід зауважити, що АК не може вживатися у тривалій формі:

John decided to see a doctor, **his health being deteriorating.*

Таким чином, АК не може використовуватися самостійно і функціонує лише як частина речення. Оскільки компоненти АК не можуть бути названі підметом і присудком, то ми услід за Л.С. Бархударовим будемо називати перший компонент АК суб'єктивним членом, а другий – предикативним членом [1; 130].

Інтонаційно, АК відділена від матричного речення паузою, яка на письмі зазвичай позначається комами або тире:

*Until, shortly after midnight on a street in Greenwich Village, **with cameras rolling and crowds watching**, she could delay no longer (COCA, People 2004);*

*Ultimately, the union and the superintendent in Central Falls came to an agreement in May that avoided mass firings – **with teachers agreeing** to longer school days, a new evaluation system, after-school tutoring, and other changes they had resisted (COCA, CSMonitor 2010).*

2. Структурна класифікація абсолютних конструкцій.

Абсолютна конструкція в сучасній англійській мові характеризується певною структурно-морфологічною варіативністю. Як вже було сказано, АК має бінарну структуру, перший член якої завжди є іменною групою, а другий – неособовою дієслівною формою або недієслівною частиною мови. Звідси з огляду на ядро її предикативного компонента виокремлюються два основні типи

абсолютних конструкцій – **дієслівні** (*verbal*) та **недієслівні** (*non-verbal/verbless*) [2; 10].

Дієслівними є такі АК, в структурі яких наявна неособова форма дієслова – дієприкметник, дієприслівник чи інфінітив. Хоча деякі автори, наприклад [3; 1120], не включають до складу АК одиниці з інфінітивом. У недієслівних АК предикативним членом може виступати іменна група (NP), прийменникова група (PP), прикметникова група (AP) чи прислівникова група (AdvP). Отже, структурні типи (моделі) АК можуть бути представлені таким чином (див. Рис. 2):

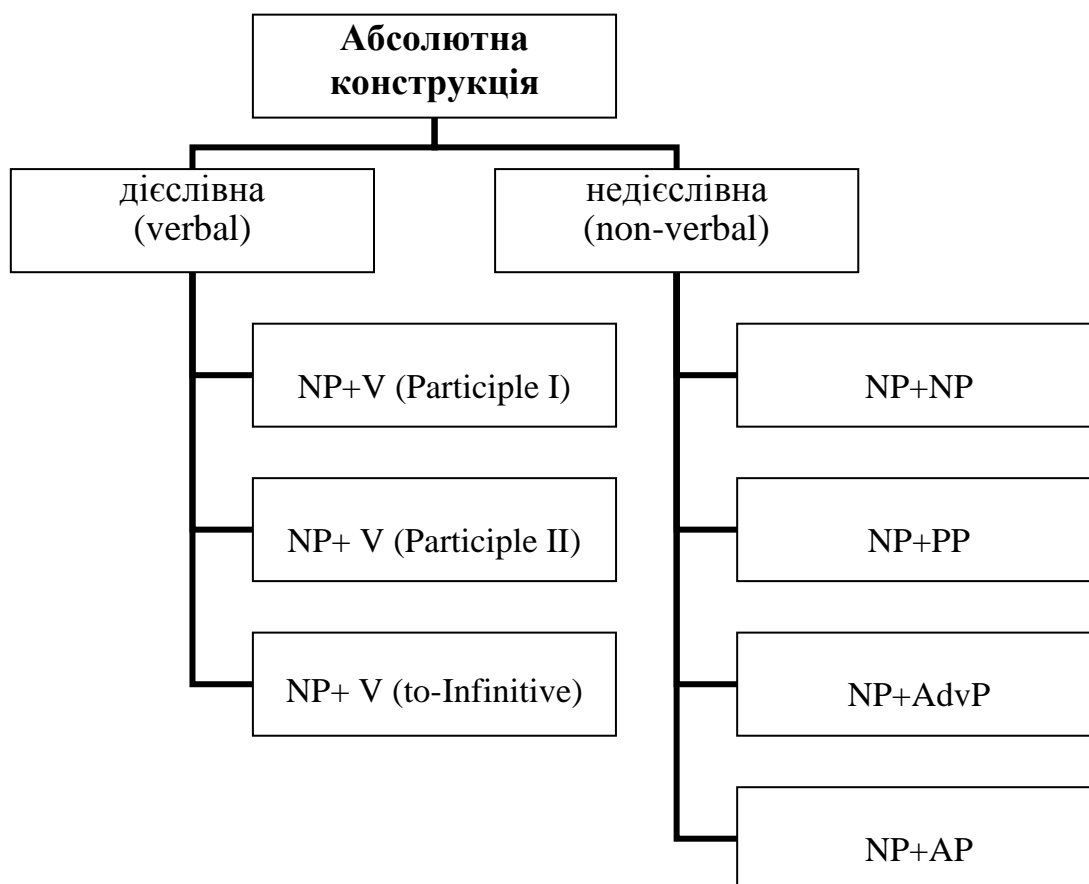


Рис. 2. Структурно-морфологічні типи абсолютних конструкцій

Розглянемо детальніше АК, в яких предикативний член виражений дієслівною формою, наприклад:

1) дієприкметником (в будь-якій своїй формі) – NP+ Participle I:

Weather permitting, there are frequent painting and sketching expeditions available to all members (BNC, C89 8);

*Vaughan was well educated and middle class, **his father having been** an engineer, his mother a talented musician* (BNC, F9U 2).

Варіантом цієї конструкції є конструкція з дієприкметником у ролі зв'язки + предикатив:

*The notion of contacting other family members hadn't even occurred to him, **a mother having seemed** enough to assimilate* (COCA, NewEnglandRev 2006);

2) дієприслівником – NP+ Participle II:

*It was a mixture of amusement and exasperation with her friend, **with worry added*** (BNC, HTS 1);

3) інфінітивом – NP + to-infinitive:

*Given Bush's record to date, all that can be expected of him in a second term, **with no re-election to contemplate**, is a continuation (if not an acceleration) of his far-right agenda* (COCA, Denver 2004).

Бездієслівні абсолютні конструкції представлені випадками, коли предикативний член виражений недієслівною формою, наприклад:

1) іменником – NP+NP:

*What do you want?' he began, **his voice a whisper**, then fell silent, as Chen increased the pressure of the gun against the side of his head* (BNC, G04 1);

2) іменником з прийменником (прийменниковим зворотом) – NP+PP:

*Nathan was standing defiantly, **hands in pockets**, near the window* (BNC, AD9 2);

3) прислівником – NP+AdvP:

***With the Cold War over**, and the Communist Party divided, we can no longer give excuses for the shortcomings of the system, the lack of accountability* (BNC, AHN 2);

4) прикметником – NP+AP:

*The Marines backed away fearfully, **eyes wide*** (BNC, FRS 6);

5) as сполученням – NP+as phrase:

It is possible to indulge a passion for military history, bridge, or photography in beautiful surroundings thousands of miles from home, with resident experts as guides and teachers (BNC, ASJ 1);

б) порівнянням з like – NP+like phrase:

Alarm clocks were unobtainable, so I had brought one from home, antiquated and enormous, with a bell like a fire-alarm, and I used to lie tense and rigid waiting for it to ring (BNC, AMC 1).

Спостерігається також і варіативність у вираженні суб'єктного члена, що може бути представлений, наприклад,

1) іменником:

All things being equal we could probably turn one of these things around, which is basically preparing all the literature, briefing the systems people and getting it all printed up and everything in about six weeks (BNC, JJ7 1);

2) субстантивним сполученням:

To the executions for heresy, Sussex made a gory contribution, twenty-seven men and women being burnt between 1555 and 1558 (BNC, CB6 1);

3) особовим займенником в номінативному відмінку (в розмовному мовленні – також в об'єктному):

She was surprised he lived so poorly, him being a successful man (BNC, FNU 4);

4) (рідко) займенником *it* або *this*:

This being so, possession of such weapons must also be called in question (BNC, CHC 4).

3. Семантичні функції абсолютних конструкцій. Відсутність стандартних сполучників (*when, where, etc.*), що експліцитно позначають адвербіальні відношення підсилює семантичну неоднозначність (*semantic indeterminacy*) АК. Тому обставинна семантика даної конструкції у реченні потребує обговорення у кожному конкретному випадку [2; 1] [5; 20]. Огляд деяких граматичних розвідок свідчить, що лінгвісти не одноставні у визначенні функцій, що виконують АК у реченні (див. Табл. 1):

Таблиця 1
Семантичні функції АК

	Часу	Причини	Супутніх обставин	Умови	Уступки	Способу дії	Описових обставин	Контрасту	Результату
Дж. Керм	+	+	+	+	+	+			
О. Джесперсен	+			+			+		
М. Блох	+	+	+						
Б. Кортман		+		+	+	+		+	+
Б. Ільш		+	+	+					

Таку розбіжність у поглядах лінгвістів на семантичні особливості АК влучно пояснює Б. Кортман, який стверджує, що існує велика різниця «між тим, що АК може позначати в теорії, та тим, що вона насправді означає, коли її розглядати на тлі значного обсягу даних» [2; 157].

4. Положення АК у реченні. Положення АК відносно матричного речення не є суворо фіксованим. АК може займати початкову, фінальну або медіальну позицію. Зазначені позиції представимо:

Without government prodding, ARCO unveiled a reformulated gasoline – its second – that promises to cut auto pollution (COCA, USA Today 1990);

It was almost five, and with winter approaching, it would soon be dark (COCA, Bk:HauntingJosie 2008);

Now in its second year, the poultry program is CARE's most successful, with 1,500 widows participating (COCA, CSMonitor 2004).

Слід зауважити, що АК можуть підпорядковуватися як головному, так і підрядному реченню, як у наведеному прикладі:

As we strode along, I doing my best to keep pace with him, and him reading aloud from some political economist or other, he would drag out a handful of nuts and munch them (Jespersen 1954:49).

5. Наявність/відсутність аугментації. АК може приєднуватися до матричного речення за допомогою спеціальних сполучних слів (у більшості випадків прийменниками *with* та *without*) або безсполучниково. Такі конструкції відповідно є **аугментованими** (*augmented*) та **неаугментованими** (*unaugmented*), наприклад:

*The weather forecast is hardly optimistic, **with wind liable to play a strong role**, and when England captain Peter McEvoy presents the prizes tomorrow a sub-par score would be useful* (BNC, АКМ 1);

*I yearn for a night beneath a sound roof, **without insects crawling in my hair and vermin nibbling my toes*** (BNC, GW2 1);

With Andersen already failing, and the firm having given up on its effort to emerge from the scandal as a model for reforming the accounting profession, the most important result of the verdict was that it closed the books on the firm's hopes of surviving even in a reduced state (COCA, NYTimes 2002).

Інколи абсолютна конструкція може вводитися прийменниками **what with**. Абсолютна конструкція з *what with* переважним чином вживається в розмовному мовленні [9, с. 103], наприклад:

*'Personally I would advise you to give them your blessing, **what with the baby and all**. A new little Ryan... a Ryan that your daughter is carrying inside her'* (BNC, CR6 1).

У рідких випадках АК може вводитися сполучником **and**, наприклад:

*As Jago Antia watched, the boy turned slowly, and in the weak light he saw that the boy was wearing a uniform of olive green, and he asked, "Where shall I go? " Jago Antia began to speak, but then his voice caught, because he was remembering his next and seventh birthday, the first party without Soli, and his parents holding him between them, soothing him, saying you must want something, **and he looking up at their faces, at the lines in his father's face, the exhaustion in his mother's eyes*** (COCA, ParisRev 1994).

Відносно новим явищем у сучасній англійській мові є вживання у зазначеній конструкції прийменника **despite**, наприклад:

Its recommendation for a global oil strategy has so far received no recognition, despite oil being the lifeblood of industrial (modern) society (BNC, B1W 1).

Отож, здійснивши огляд структурно-морфологічних та функціональних характеристик абсолютної конструкції в сучасній англійській мові, вважаємо, що абсолютна конструкція характеризується такими структурно-формальними ознаками: 1) бінарною структурою; 2) визначеним способом вираження компонентів (перший із них номінативний, а у якості другого виступає обмежений клас слів – неособові форми дієслова чи слова, що використовуються в позиції недієслівного компонента іменного складеного присудка); 3) фіксованим порядком компонентів (перший компонент завжди передує другому); 4) предикативним типом зв'язку між компонентами (перший – суб'єктний член, другий – предикативний член); 5) рівноправністю і взаємозалежністю компонентів; 6) відносною самостійністю у структурі речення; 7) відособленням конструкції від основного складу. Звичайно, зазначені ознаки потребують подальшого уточнення і перевірки, що в перспективі буде здійснено у наших майбутніх розвідках.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Бархударов Л.С. Структура простого предложения современного английского языка/ Л.С. Бархударов – Москва, «Высшая школа», 1966 – 200 с.
2. Kortmann В. Free Adjuncts and Absolutes in English. Problems of Control and Interpretation/ В. Kortmann – London: Routledge, 1991. – 253 р.
3. Quirk, R. A Comprehensive Grammar of the English Language / R.Quirk, S. Greembaum., G. Leech, and J. Svartvik – London, New York: Longman, 1985. – 1773 р.
4. Stump G.T. The semantic variability of absolute constructions / G.T. Stump– Dordrecht: D. Reidel Publishing Co., 1985. – 403 р.

СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ

5. British National Corpus (BNC-BYU) – [Електронний ресурс]
Режим доступу: <http://corpus.byu.edu/bnc/>

6. Corpus of Contemporary American English – [Електронний ресурс]
Режим доступу: <http://corpus2.byu.edu/coca/>

І.А. Лівицька
канд. філол. наук, о. доцент
(Кіровоградський державний педагогічний університет
імені Володимира Винниченка)

Гендерна поліфонія англomовного політичного дискурсу

Питання мовленнєвої комунікації та мовленнєвого впливу є одним з найперспективніших напрямків дослідження сучасної вітчизняної та зарубіжної гуманітарної науки, що знаходиться в процесі постійного оновлення та становлення [6; 315]. Привабливість гендерного підходу визначається тим спектром можливостей, який, власне, останній надає для аналізу соціально-економічних та соціокультурних доменів сучасного суспільства. В свою чергу, розширення міжкультурних відносин сприяє формуванню політичного спілкування як засобу міжкультурної комунікації. Адже на політичну арену виходять політики, вербалізація політичного мислення яких виступає новим перспективним мовленнєвим досвідом. Таким чином, враховуючи лінгвістичні та психологічні особливості міжкультурного спілкування, аналіз шляхів та способів реалізації вербальних характеристик політиків з огляду на гендерну приналежність, видається актуальним та перспективним аспектом нашого дослідження.

Об'єктом аналізу постає мовленнєва поведінка політичних діячів, жінок та чоловіків, зафіксована в текстах сучасного англomовного політичного інтерв'ю.

Матеріал дослідження складають тексти політичних інтерв'ю та виступи політиків, зафіксовані в англomовних ЗМІ.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Серед відомих праць, які займаються гендерними дослідженнями слід відзначити розвідки І.Г.Ольшанського, І.Г.Серову, І.Є.Калабіхіну, А.В.Кириліну, І.С.Клеціну, А.К.Єрмолаєва, Т.А.Клименкову, О.І.Горошко, М.Д.Городнікову, Є.А.Здравомислову та ін.. Серед зарубіжних науковців, які займаються проблемами гендерної лінгвістики, яскраво

виокремлюються праці Р.Лакофф, Д.Камерон, Б.Прайслер, Ф.Сміт, О.Єсперсен, Д.Спендер, М.Адлер та ін.

Культурні та соціальні фактори, які лежать в основі гендерних досліджень, визначають ставлення суспільства до чоловіків та жінок, розкривають стереотипи мислення та поведінки, що в свою чергу, веде до окреслення останніх як «концептів культури» [6; 31]. Гендер як складний соціокультурний конструкт, що відображає відмінності в ролях, поведінці, ментальних та емоційних характеристиках статей, трактується в дослідженнях як певна модель відносин у певних соціальних інституціях [2]. Таким чином, поруч з соціально-демографічними та культурними характеристиками, гендер є одним з базових концептів соціальної структури суспільства.

Політичний дискурс є фактично однією з найагресивніших гендерних технологій, адже він не тільки відображає гендерні стереотипи, міцно зафіксовані у суспільстві та культурі, але й підсилює їх прагматичною спрямованістю на адресата в кореляції «влада – мова – особистість». Відповідно, у вивченні цієї кореляції в політичній сфері домінує прагматико лінгвістичний підхід, який дає змогу дослідити вербальну поведінку політичної особистості згідно з критерієм адекватної селекції лінгвістичних одиниць та силі їхнього впливу.

Екстралінгвістичними детермінантами цієї селекції в політичному дискурсі виступають ситуація, мета та мотиви спілкування. Ситуація, яка типово пов'язана із специфічними політичними подіями, має на меті керування суспільством на основі розповсюдження певної політичної ідеї з використанням мови в якості засобу впливу на особистість. Основними компонентами політичної комунікації виступають політик, як комунікант та відправник інформації, та особистість, як адресат та одержувач цієї інформації, а метою політичної комунікації є вплив на одержувача інформації аби прихилити адресата на свою політичну сферу та розповсюдити свої політичні переконання та погляди [7; 214]. З цією метою політики використовують політичну рекламу як спосіб переконання широкої аудиторії адресатів заради створення успішного іміджу політика.

Дієвість політичної реклами як різновиду політичного дискурсу проявляється в її функціональності, а саме: комунікативній, соціальній та ідеологічній спрямованості та інформативності, а також гендерній амбівалентності адресної аудиторії.

Процес гендерної соціалізації індивіда відбувається через використання відповідних маркерів, які фіксують статеву належність індивіда та реалізують когнітивні категорії маскулінності та фемінності, які являють собою сукупність типових біологічних, емоційних, психічних, соціокультурних та психологічних характеристик певної особистості певної лінгвокультури [5; 111]. Прагнучи в лаконічній чи розгорнутій формі донести до адресата суть політичної платформи партії, підтвердити чи послабити імідж політика, політичний дискурс стає ретранслятором певних символів та міфів, пов'язаних з архетипами людської свідомості.

Використання правильно підібраних гендерних маркерів та знання особливостей ведення політичного діалогу сприяє успішній реалізації мети політика щодо залучення нової аудиторії до ряду своїх прихильників та створення успішного політичного іміджу.

Сучасне суспільство переживає комплексні соціокультурні зміни, які стосуються усіх аспектів соціальних відносин, а саме – зміни нормативних гендерних моделей. Соціальні трансформації сучасного суспільства пов'язані з поширенням авангардних ідей про гендерні ідеали, чоловічі та жіночі цінності та образи. Саме тому, загальні гендерні характеристики текстів політичного англomовного дискурсу останнім часом відображають загальноєвропейські гендерні тенденції.

Розглянувши політичні тексти англійською мовою спрямовані на чоловічу аудиторію, помічаємо ряд маркованих стереотипних ознак. Серед них — стереотип успішності та статусу чоловіків в суспільстві [1:90]. У друкованих політичних текстах ця норма реалізується через використання дієслів активного стану, що має свідчити про активну життєву позицію сильної частини людства. На лексичному рівні рельєфно ідентифікуються слова з семантикою унікальності, престижу, стабільності, послідовності [4; 38].

“Health care premiums went up 5.5 percent last year” (Barack Obama), “You and I are both paying ...”, “There are essentially private HMOs...” [8]

Традиційно для чоловіків передбачені певні образи-іміджі: 1) образ певного мисливця, здобувача та самця; 2) образ дбайливого батька та надійного господаря; 3) образ успішного, активного та розумного кар’єриста; 4) образ вірного товариша, члена гучних чоловічих компаній [3; 236].

Формування відповідного чоловічого образу відбувається за допомогою відповідних маркерів маскулінності: на лексичному рівні рельєфно простежується семантика інстинктивної сфери, домінування підкресленого інтересу до суто чоловічих занять (полювання, рибальство, війна тощо). В синтаксисі превалюють короткі наказові пропозиції, що створюють ефект готовності до дії, виконання наказу, рішучості, часом жорстокості, яка межує з твердістю та упередженістю: *“...you don’t – you don’t get – you don’t get time on the nightly news” (Barack Obama), “We cannot dictate to another sovereign nation what they can or cannot do...” (Joe Biden) “ ...we are now only about 120 days into the recovery package” , “The United Nations has started a process...”, “What we offered the prime minister, as well as the speaker, as well as the two vice presidents... [9].*

Відповідно гендерними маркерами маскулінності в політичному дискурсі виступають термінологічність, прагнення до максимальної точності номінації, вживання прикметників оцінювального значення, а також абстрактних іменників: *“The chairman of the Joint Chiefs of Staff, the secretary of state, the secretary of defence, the national security adviser ...”, Barack Obama: “... brining peace and stability...”, “...collaboration based on honesty and sincerity...”, “inflation was actually negative...”, “...everything is a tax increase...”, “...if you have health insurance...” [8].*

Отже, політичний англомовний дискурс на сучасному етапі експлуатує та послідовно закріплює за чоловіками лінгвістичні характеристики домінування, лідерства, активності, публічності, раціональності та сили волі, а за жінкою закріплює образ

нерішучості, пасивності, залежності, відсутності логічного мислення та прагнення до досягнень . Вибудовуються певні опозиції , які чітко простежується в мовній поведінці чоловіків та жінок в політичному інтерв'ю : 1) чоловіча активність – жіноча пасивність; 2) чоловічий раціоналізм – жіноча інтуїція; 3) чоловіча дієвість – жіноча експресивність.

На думку сучасних дослідників, жіночу мовну поведінку можна охарактеризувати як більш «гуманну», що проявляється в частому використанні емоційних конструкцій, девіація від прямої відповіді, вживання лексики стилістично забарвленої, високого стилю та значної кількості ввічливих форм [5; 113].

Жіноча інтуїтивність та експресивність виражається в мовній поведінці використанням суттєвої кількості оцінювальних висловлювань, зокрема прикметників, префіксів інтенсифікаторів, конструкцій «прислівник+прикметник», де кожен з компонентів має оцінювальну модальність: *“Princess Diana: “They’ve been so force-fed with marital problems, whatever, whatever, whatever, that they are fed up”, “I was thick as a plank and people were using my bulimia as a coat ...”, “...there was a lot of anxiety going on within our four walls...”, “I’d like to be the queen of people’s hearts...”* [10].

Фемінна емоційність, суб'єктивізм та схильність до перебільшення виражається в текстах політичного дискурсу питальними та риторичними реченнями, порівняльними зворотами та повторами, що насичує текст емотивністю та експресивністю: *“Condoleezza Rice: “And do I really want to pay the price of an Iranian nuclear weapon?”, “We can help. We can support. We can do a lot of things...”, “If by radical change people men is he drop that goal?”, “Before the war, before the war...”* [11].

Фемінно маркованими лексичними елементами політичного англійського дискурсу, які демонструють опозицію «чоловіча дієвість – жіноча експресивність», виступають вигуки та окличні речення, які демонструють прагнення до образності та художності. Різноманітні зображальні засоби, метафори, алюзії та цитування, іронія, повтори, паралелізм також слугують емотивній диференціації

жіночої мовної поведінки в політичному домені: *“Princess Diana: “I sit here with hope because there’s a future ahead, a future for my husband, a future for myself and a future for the monarchy...”*, *“My husband said, “Go over to the other side and speak to them”, ...and William said, “Mummy, I think you’ve been hurt...”*, *“Mmm...”*, *“ Uh,uh...”*, *“Yup, we did”* [10].

Отже, гендерне маркування лексичних одиниць в сучасному політичному англomовному дискурсі відбувається завдяки диференціації соціальних стереотипів жінки-політика та чоловіка-політика, особливостей вербальної поведінки та комунікативних стратегій, а також екстралінгвістичними чинниками, які обумовлюють мовну ситуацію, мету комунікації та її спрямованість на адресата (аудиторію). Жіноче та чоловіче мовлення має спільні та відмінні риси, так як і манера спілкування визначає гендерну маркованість мовної поведінки політичного діяча. Так, наприклад, політичний англomовний дискурс на сучасному етапі експлуатує та послідовно закріплює за чоловіками лінгвістичні характеристики домінування, лідерства, активності, публічності, раціональності та сили волі, а за жінкою закріплює образ нерішучості, пасивності, залежності, відсутності логічного мислення та прагнення до досягнень. Таким чином вибудовуються певні опозиції, які чітко простежується в мовній поведінці чоловіків та жінок в політичному домені : 1) чоловіча активність – жіноча пасивність; 2) чоловічий раціоналізм – жіноча інтуїція; 3) чоловіча дієвість – жіноча експресивність.

Мовну поведінку жінки-політика можна охарактеризувати як більш «гуманну», що проявляється в частому використанні емпатичних конструкцій, девіація від прямої відповіді, вживання лексики стилістично забарвленої, високого стилю та значної кількості ввічливих форм. Відповідно гендерними маркерами маскулінності в політичному дискурсі виступають термінологічність, прагнення до максимальної точної номінації, вживання прикметників оцінювального значення, а також абстрактних іменників, що дозволяє визначити маскулінну мовну поведінку політика як «інструментальну». На лексичному рівні рельєфно простежується

семантика інстинктивної сфери, домінування підкресленого інтересу до суто чоловічих занять (полювання, рибальство, війна тощо). В синтаксисі превалюють короткі наказові пропозиції, що створюють ефект готовності до дії, виконання наказу, рішучості, часом жорстокості, яка межує з твердістю та упередженістю.

Таким чином, сучасний політичний англомовний дискурс насичений гендерними образами та стереотипами, які, в свою чергу, транслюються із суспільної свідомості та накладаються на індивідуальні психологічні особливості комунікантів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти/Р.М.Блакар //Язык и моделирование социального взаимодействия. – М.: Прогресс, 1987. – 88-90 с.

2. Гендер. Матеріал з Вікіпедії. [Електронний ресурс]/ Режим доступу:

<http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B5%D0%BD%D0%B4%80>

3. Грайс Г.П. Логика и речевое общение/Г.П.Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. – Лингвистическая прагматика. – М.: Прогресс, 1985. – 217-237 с.

4. Кирилина А.В. Особенности и тенденции развития гендерных исследований в российской лингвистике /А.В.Кирилина// Гендер: язык, культура, коммуникация. – М.: МГЛУ, 2001. – 32-47 с.

5. Мельник Ю.П. Об'єктивація гендерних стереотипів у сучасній лінгвістичній науці/Ю.П.Мельник // Вісник Житомирського державного університету. – 2009. – №45. –110-114 с.

6. Оксамитна С.М. Гендерні відносини крізь призму громадської думки в Україні і світі/ С.М.Оксамитна // Наукові записки НаукМА. – 2007. – Т.19.Ч.2.– 311-317 с.

7. Самарина И.В.Прагмалингвистическое исследование речевой деятельности политиков по коммуникативным стратегиям «Создание круга своих и круга чужих» /И.В.Самарина//Вестник СамГУ. – 2006.– №8 (48). – 213-219 с.

8. ABC News, this week George Stephanopoulos's interview with president Barack Obama. September 20, 2009. [Электронный ресурс]/Режим доступа: <http://abcnews.go.com/This Week/Politics/transcript-president-barack-obama/>

9. ABC News, this week George Stephanopoulos Goes Behind the Scenes with the Vice President Joe Biden in Iraque. Interview. July 5, 2009. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://abcnews.go.com/This Week/Politics/Story?id=8002421&page=1/>

10. BBC / Panorama interview with the Princess of Wales, Broadcast in November 1995. [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <http://www.bbc.co.uk/politics97/diana/panorama/html>

11. The Secretary of State talks about the crises we face, and what we need to do. Interview by William Beaman and Conrad Kiechel. [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <http://www.rd.com/your-america-inspiring-people-and-stories/interview-with-condoleezza-rice-/article28523-2.html>

О.А. Малинівська
викл., аспірант
(Житомирський державний університет
імені Івана Франка)

Англомовний рекламний дискурс у сучасному Інтернет-просторі

У сучасному світі реклама є однією з найвпливовіших засобів масової інформації, який наразі не виконує свою суто економічну функцію, а починає свій розвиток як елемент масової культури.

Проаналізувавши праці провідних учених сьогодення, можна зробити висновок, що рекламний дискурс можна описати у рамках різних класифікацій типів дискурсу.

Функціонально-ситуативний підхід до дослідження дискурсу є результатом розвитку поняття “дискурс” у лінгвістиці, і розглядається як поєднання ідей формального підходу (початок якого пов’язують з ім’ям З. Харріса) і функціонального підходу (який бере свій початок від праць Е. Бенвеніста) [6].

Виникаючи як інструмент задоволення потреб (матеріальних, соціальних, психологічних та ін.), дискурс розглядається як функціональна частина комунікативних і більш загальних суспільних та культурних цілей соціальних груп і окремих особистостей. При цьому підкреслюється інтерактивний характер дискурсу як взаємодії.

Рекламний дискурс є результатом, передусім, масовості рекламної комунікації. Рекламна комунікація є процесом обміну інформації між соціальними групами, інститутами і відбувається за допомогою технічних засобів.

Розуміння рекламної комунікації як одностороннього процесу сьогодні змінюється багато в чому завдяки збільшенню ролі електронних засобів масової комунікації у житті сучасної людини, зокрема мережі Інтернет.

З позиції соціолінгвістики В.І. Карасик виділяє два головних типа дискурсу: персональний (особистісно – орієнтований) та

інституційний [1]. У першому випадку мовець виступає як особистість свого внутрішнього світу, у другому випадку – як представник певного соціального інституту. Інституційний дискурс являє собою спілкування у заданих рамках статусно – рольових відносин [2].

Рекламний дискурс характеризується клішованістю спілкування, фіксованістю форми повідомлення, більш суворими і структурованими рамками ніж у немасовій комунікації [6]. Разом з тим, рекламний дискурс демонструє тенденцію до імітації побутового спілкування та свідомого використання вербальних елементів, характерних для особистісно-орієнтованого дискурсу.

Реклама являє собою різновид інституційного дискурсу, що організується набором типових для відповідної сфери ситуацій спілкування (мовних подій). Рекламний дискурс – це текст, обумовлений ситуацією рекламного спілкування [3].

З появою нових електронних засобів масової інформації реклама перестає бути видом односторонньої комунікації, в якій адресат є пасивним учасником комунікативного акту. Всесвітня мережа Інтернет, об'єднавши технологічні можливості інших засобів масової інформації, сприяла перетворенню реклами на двосторонній вид комунікації, а адресата – на активного учасника рекламного процесу [4].

Концентруючи увагу саме на Інтернет-рекламі, важливо зазначити, що даний тип реклами все більше використовується як альтернативний канал інформаційного потоку у порівнянні з традиційними засобами реклами.

На відміну від інших інформаційних засобів Інтернет – реклама дозволяє потенційному споживачу сприймати інформацію і візуально, і акустично, представляти її як статично, так і динамічно, звертатися як індивідуально, так і масово, чого не можуть зробити одночасно інші рекламні засоби.

У Інтернет-рекламі великі можливості в силу того, що вона акумулює в собі всі елементи комплексу маркетингових комунікацій.

Інтернет – реклама представляє послуги споживачу та прискорює процес її реалізації [5].

Реклама – це одна з форм масової комунікації, та її призначення – інформувати про послуги чи товар та нарешті, спонукати їх реагувати на об'єкт, що рекламується. Інтернет-реклама – є однією з розповсюджених видів реклами, яка набуває все більшої і більшої популярності серед інших засобів ЗМІ. На нашу думку, перспективними в цьому аспекті є дослідження, пов'язані з жанрово – стилістичною своєрідністю рекламного дискурсу, особливостями синтаксису у рекламному дискурсі, а також типові лексичні одиниці, аббревіатури та комунікативно – когнітивний характер реклами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Карасик В.И. О типах дискурса / В.И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс : сб. науч. трудов. – Волгоград: Перемена, 2000. – 5–20 с.

2. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004. – 390 с.

3. Кочетова Л.А. Лингвокультурные характеристики английского рекламного дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Л.А. Кочетова. – Волгоград, 1999. – 18 с.

4. Крутько Т. В. Англомовна реклама у віртуальному просторі : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Крутько Тетяна Валеріївна. – Х., 2006. – 216 с.

5. Тельминов Г.Н. Интернет – реклама как вид креолизованного текста/ Тельминов Г.Н. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.unn.ru/pages/issues/vestnik/99999999_West_2009_5/47.pdf

6. Топачевський С.К. Синтаксичні засоби етикетизації англомовного рекламного дискурсу: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Топачевський Сергій Костянтинович. – Ж., 2011. – 257 с.

Н. В. Матушевська
викл., аспірант
(Житомирський державний університет
імені Івана Франка)

**Загальні характеристики дискурсу спокуси
(на матеріалі телевізійного серіалу «Desperate Housewives»)**

Дискурс є складним багатоплановим феноменом, що перебуває у центрі сучасної гуманітарної науки у цілому і лінгвістики зокрема. Вивченню цього явища присвячено чималу кількість наукових праць таких відомих дослідників, як Н. Арутюнова, А. Блекледж, М. Бахтін, Л. Вежбицька, Р. Водак, В. Дем'янков, Т. Ван Дейк, Ю. Караулов, Г. Почепцов, Н. Фейрклоу та ін.

Нами розглядається дискурс спокуси, який до тепер не був об'єктом лінгвістичного дослідження, за винятком поодиноких спроб Аурела Кодобана, Ріти Цісері, Десмонда Моріса та Жана Бодрійяра у філософії.

Дискурс спокуси – це комунікативна подія, що визначається як стратегічна і навмисна послідовність ходів, в яких основним мотивом є зваблення (як правило, статеве) іншої особи.

Релігії спокуса представлялась диявольськими хитрощами з чаклунськими або приворотними цілями. І це прокляття, накладене релігією на спокусу, без змін сприймається мораллю і філософією, а нині підхоплюється психоаналізом і дискурсом "звільняючого бажання". Може здатися парадоксальним, що сьогодні, коли так виріс попит на секс, на зло, коли все коли-небудь прокляте відроджується, спокуса все також, як і раніше, залишається в тіні, а то і зовсім огортається мороком [1].

Спокуса являє велику спритність. Їй немає потреби доводити і показувати себе, немає потреби себе обґрунтовувати – вона позначається безпосередньо в перевертанні будь-якої уявної глибини реального, психології, анатомії, істини, влади.

Етимологія латинського дієслова "seducere" (яке складається із *sed* «поділ» і *ducere* «приводити до», яке по-німецьки виходить як *Verführung* - зваблювання) показує, що слово приймає різні значення протягом століть і вказує на різноманітні і додаткові аспекти спокуси [2].

Негативне значення цього слова – "збити з правильної дороги", тобто обдурити іншу людину. У літературі, починаючи від класичної трагедії до декадентства, спокуса вважається непереборною силою, пасткою, яка була здатна привести людину на невірний шлях. Картина розподіляється на спокусника, мисливця, холодного і байдужого до почуття інших людей, і жертву спокусника, здобич і жертву своїх власних почуттів. Перший управляється головою, а другий серцем. Спокуса в комунікації це місця і засоби, які використовуються для створення пастки. Інше значення слова "seducere" це "бути веденим."

У більш широкому сенсі слово "спокуса" вказує на форму поведінки комунікативної стратегії. Залишаючи в стороні відтінок, який найбільше пов'язаний з відносинами між двома статтями, сьогодні термін "спокуса" означає суміш відносин і механізмів, які використовуються для того, щоб вийти з тіні та бути поміченим і вибраним.

У цьому сенсі спокуса працює у всіх соціальних сферах і контекстах, від приватних відносин до державної економіки, політики, засобів масової інформації та преси. Спокуса в комунікації має багато спільного із створенням і підтриманням образу, який повинен бути відповідно привабливим, щоб отримати бажане [10].

Спокуса в комунікації являє собою складну задачу для серця і для розуму. Вона використовується як планова, раціональна стратегія і закликає до дії, коли є емоційна залученість зі сторони спокусника. Різна кількість цих двох компонентів буде залежати від спокусника, його цілей, як далеко він хоче зайти і як багато поставлено на карту.

У зв'язку з останніми досягненнями в галузі психології та інтимної поведінки, висвітленими вченими Хьюз [4], Діндіа [9], Гівенса [3] і біо-соціальною моделлю, запропонованою Кендріком і Тростом [7], спокуса може бути визначена як стратегічна і навмисна послідовність

ходів, в яких основним мотивом є залучення (як правило, статеве) іншої особи (зазвичай протилежної статі). Головна мета спокуси полягає в побудові інтригуючого зв'язку між партнерами з метою досягнення інтимних відносин. В рамках цієї точки зору ми могли б описати спокусу як приурочений потік взаємодій, який характеризується різними «кроками» або фазами розгортання, так як це описано Д. Морісом [5].

Як показано на рисунку 1.1, відправна точка процесу спокуси – це вибір привабливого партнера, основується на потязі та зацікавленості (перший етап). Тоді суб'єкт, спрямований на встановлення контакту з потенційним партнером, використовує стратегію демонстрації, щоб привернути його або її увагу (другий етап). Далі суб'єкт намагається оцінити більш реально ступінь зацікавленості і привабливості, який він відчуває по відношенню до партнера (третій крок). Нарешті, процес спокуси переходить у фазу взаємного підходу з метою встановлення близьких відносин між партнерами шляхом поступового зниження рівня невизначеності (четвертий етап). Вся послідовність закінчується рішенням підтримувати стійкий зв'язок (п'ятий етап).

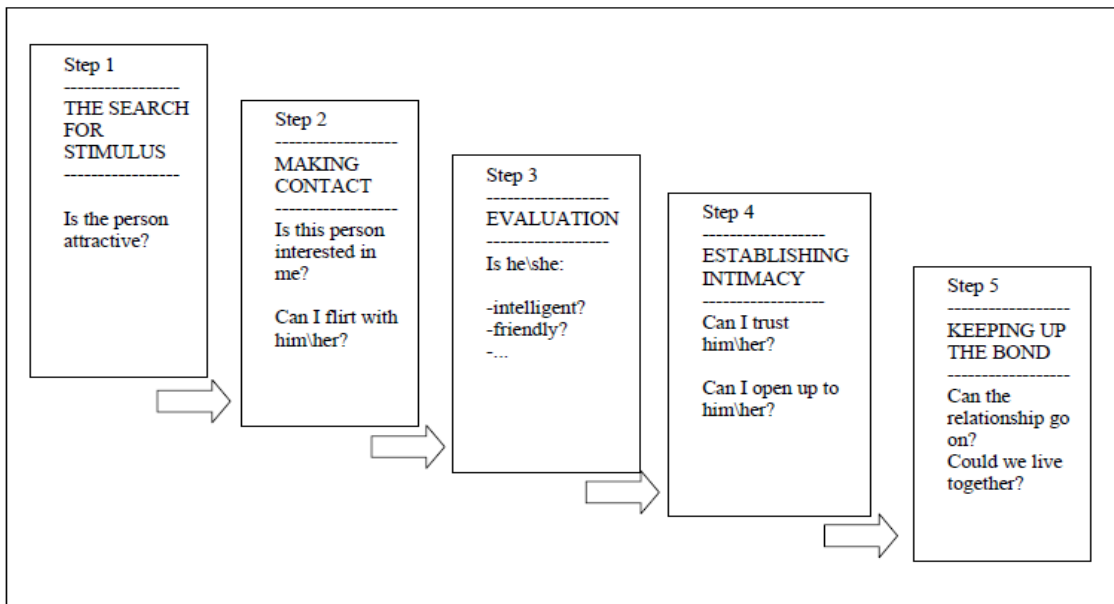


Рис. 1. 1. Кроки спокуси

Рисунок 1.1 показує процес процедури взаємодії у спокусі, часове відношення, яке структурно розділено на послідовні стадії, як це відображено Д. Морісом [6].

Така сегментація дозволяє виділити і проаналізувати наміри, стратегії і комунікативну поведінку на кожному етапі, також описати та проаналізувати спокусу в комунікації.

Наведемо приклад, у якому спокуса виступає як засіб, а не як безпосередня мета. Розглянемо приклад комунікативної ситуації із використанням **тактик лестощів та розгляду інформації під новим кутом зору**. Маніпулятором у даному діалозі виступає Габріель, яка представилась як Тіна, а адресатом – багатій.

[INT – Posh Restaurant – Day]

(Gabrielle and the older man are now sitting together at her table, and they are sharing a bottle of wine)

Gabrielle (flirting): So let me get this straight. You play tennis. You know wine. And you speak mandarin. Does every other man in the world want you dead?

Rich Man: (laughs) I'm not that impressive. I pulled a grey hair out of my chest this morning.

Gabrielle: Ha ha. I don't know. I'd watch your back.

Rich Man: (looks Gabrielle up and down) You know, I've really enjoyed talking to you. You uh, well you've made my day. I was thinking if you'd like to get together again.

Gabrielle: Well Sam, to tell the truth, I'm kind of in a relationship at the moment. I just wanted to be honest.

(Gabrielle reaches for his hand)

Rich Man: That's perfectly okay, Tina. (places his other hand on top of hers) By the way, this is on me.

Gabrielle: Oh no, you shouldn't (fake protestations).

Rich Man: Please. It's my pleasure [8]".

(He hands the bill and his card to the waiter, who looks at it unbelievably. He makes accusing eyes at Gabrielle, who looks back at him with a mix of 'what?' and 'say something I dare you'. The waiter walks away without saying anything).

Маніпулятор перебуває у скрутному матеріальному становищі. Її чоловік знаходиться за ґратами, а їх рахунки заморожені. Адресант використовує тактику лестощів, вона фліртує з адресатом. (*“So let me get this straight. You play tennis. You know wine. And you speak mandarin. Does every other man in the world want you dead”*)? Реципієнту приємно, але він применшує свої достоїнства. (*“I’m not that impressive. I pulled a grey hair out of my chest this morning”*). Маніпулятор вдається до натяку. (*“Ha ha. I don’t know. I’d watch your back”*). Адресант висловлює своє задоволення. (*“You know, I’ve really enjoyed talking to you. You uh, well you’ve made my day. I was thinking if you’d like to get together again”*). Маніпулятор активує тактику розгляду інформації під новим кутом зору і прикидається чесною. (*“Well Sam, to tell the truth, I’m kind of in a relationship at the moment. I just wanted to be honest”*). Адресант не має нічого проти. А хоче проявити увагу до адресанта і заплатити за рахунок (*“That’s perfectly okay, Tina. (places his other hand on top of hers) By the way, this is on me”*). Маніпулятор заперечує. (*“Oh no, you shouldn’t”*). Реципієнт просить йому дозволити розрахуватись, для нього це задоволення. (*“Please. It’s my pleasure”*). Адресант досягла успіху. Наведений приклад дає можливість стверджувати, що тактики, обрані адресантом, ефективно досягають маніпулятивної мети.

В подальшому планується розробка класифікації стратегій і тактик маніпуляції, які застосовуються в персонажному мовленні англomовного дискурсу спокуси.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ

1. Бодрийяр Ж. Соблазн. – М.: Ad Marginem. Москва, 2000. – 318с.
2. Ciceri R. Seductive Communication: Paradoxical Exhibition, Obliquity and Non Verbal Synchronization [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://www.neurovr.org/emerging/book3/3СНАРТ_04.PDF
3. D. B. Givens, The nonverbal basis of attraction: Flirtation, courtship, and seduction. *Psychiatry* 41, 1978. – 346-359 p.

4. D. E. Hewes, *The cognitive bases of interpersonal communication*. Hillsdale: Erlbaum, 1995. – 260 p.
5. D. Morris, *Manwatching: A field to human behavior*. London: Triad Panther, 1978. – 264 p.
6. D. Morris, *The human sexes: A natural history of man and woman*. London: Network Books, 1997. – 271 p.
7. D. T. Kendrick, and M. R. Trost, *A biosocial theory of heterosexual relationships*, in: *Females, males and sexuality: Theories and research*, K. Kelley, Ed. Albany: State University of New York Press. – 149 -169 p.
8. *Desperate Housewives* [Электроний ресурс]. – Режим доступу: http://www.sidereel.com/Desperate_Housewives
9. K. Dindia, *Sex differences in self-disclosure, reciprocity of self-disclosure, and self-disclosure and liking: Three meta-analyses reviewed*, in: *Balancing the secrets of private disclosures. LEA's communication series*, S. Petronio, Ed. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2000. – 21-35 p.
10. R. E. Taylor, M. G. Hoy, and E. Haley, *How French advertising professionals develop creative strategy*. *Journal of Advertising* 25, 1996. – 1-14 p.

В.О. Папіжук
канд. пед. наук, ст. викладач
(Житомирський державний університет
імені Івана Франка)

Навчання третьої іноземної мови студентів-лінгвістів

Згідно з Концепцією мовної освіти в Україні оволодіння мовами є одним з визначальних засобів формування людської особистості, основним стрижнем якого є всебічний розвиток усного та писемного мовлення, підпорядкованого опануванню мовою як засобом спілкування і пізнання.

Європейське співтовариство вважає створення спільного мовного простору однією з найважливіших цілей своєї діяльності. Це зумовлює і визначає велику увагу, зусилля офіційних та громадських міждержавних і національних організацій та об'єднань до вирішення проблеми навчання мов на всіх рівнях освіти.

Як зазначив Pascal Fieschi, посол Франції в Україні, для Європи важливо, щоб всі європейці навчилися спілкуватися щонайменше двома мовами, крім рідної, адже «мови відчиняють двері» у перспективах працевлаштування та у кар'єрі, у культурному збагаченні та у кращому взаєморозумінні. Перед загрозою культурної уніфікації сучасного світу важливо, щоб кожний отримав можливість розвивати свою індивідуальність, не замикаючись в собі, а посилюючи, завдяки пізнанню інших, багатство і привабливість мовного та культурного різноманіття [8; 166].

Прагнення України стати повноправним членом європейської спільноти в усіх сферах суспільно-політичного життя спонукає фахівців до вивчення зарубіжного освітнього досвіду, в якому внаслідок розширення сфери міжнаціонального співробітництва, особливо на європейському континенті з формуванням поняття європейський вимір та акценту на формуванні багатомовності, серйозної теоретичної і практичної розробки набула проблема навчання сучасних (іноземних) мов.

В Україні спроби зробити вивчення іноземних мов більш привабливим привели до значної дослідницької і експериментальної діяльності з пошуків ефективних технологій, методів і форм навчання іноземних мов. Формується тенденція до розмаїття іноземних мов, пропонованих у навчанні, впровадження курсів іноземних мов, виділення різних рівнів освітніх досягнень із навчальної дисципліни, змінюється роль і місце іноземної мови в школі та вузі. В умовах входження України у спільний Європейський освітній простір, що реалізується через послідовне впровадження міжнародних освітніх стандартів та ідей Болонського процесу, володіння декількома іноземними мовами стає ознакою загальної освіченості і професійного кругозору.

Друга іноземна мова вже давно успішно вирішує завдання вищої, а з недавнього часу і середньої школи – підвищення якості знань студентів, підготовка фахівців до професійної діяльності в умовах жорсткої конкуренції. Але з кожним роком все більше студентів мовного факультету вибирають третю і навіть четверту іноземну мову. У зв'язку з цим актуальним стає питання про пошук ефективних шляхів навчання третьої іноземної мови у мовному вузі.

Навчання другої і третьої іноземної мови, будучи частиною загальної підготовки фахівців - лінгвістів, виконує також певні загальноосвітні завдання, спрямовані на розширення кругозору студентів, розуміння особливостей культури, пов'язаної з етнічними, геополітичними та іншими умовами, що пізнаються в процесі навчання іноземної мови та інших дисциплін [1;23].

Проблема навчання другої та наступних іноземних мов не нова, крім того вона стрімко розвивається в даний час. Аналіз літератури показує, що навчання другої і наступних іноземних мов значно відрізняється від навчання першої іноземної мови, оскільки в студентів:

- сформований досвід вивчення іноземної мови, тобто навчальний досвід;
- сформований мовний досвід, тобто можливість перемикатися з одного мовного коду на інший;

- розвинена мовна здогадка, мовна інтуїція;
- значною мірою розвинене лінгвістичне мислення;
- вироблені механізми самооцінки і рефлексії.

Тим не менш, існує ряд труднощів, серед яких:

- відсутність навчальних посібників (у тому числі з французької мови), що враховують сформований лінгвістичний і навчальний досвід студентів;

- наявність мовних явищ англійської та французької мов, які інтерферують [6; 68].

Методична організація процесу навчання завжди визначається поставленою метою. Основною метою навчання французької мови як третьої іноземної в мовному вузі є формування сукупності компетенцій (комунікативної, полілінгвальної, міжкультурної, дискурсивної та соціокультурної), під якою ми розуміємо володіння студентами цілим рядом умінь і навичок, що дозволяє використовувати третю іноземну мову як в професійної діяльності, так і для подальшої самоосвіти. Мета навчання третьої іноземної мови в полікультурному середовищі зумовлена низкою завдань, які даний предмет виконує в загальній системі освіти та розвитку студента - виховання фахівця, формування багатомовної особистості, готової до полікультурного діалогу.

Визначення та формулювання мети навчання третьої іноземної мови у вузі є основоположним моментом у розробці всього комплексу проблем навчання третьої іноземної мови у вищому навчальному закладі.

Так, Н.Д. Гальскова пропонує в якості основної мети навчання другої та третьої іноземної мови "формування у студента здібності, готовності та бажання брати участь у міжкультурній комунікації та самовдосконалюватися в комунікативній діяльності, якою він оволодіває" [2; 23].

Міжкультурна мотивація є адекватна соціальна взаємодія двох або більше учасників комунікативного акту - представників різних лінгвоетнокультур, що усвідомлюють свою "інакшість", "чужорідність" [2; 24]. Звідси названа вище мета навчання третьої

іноземної мови являє собою складне інтегративне ціле, що виходить не тільки на комунікативну, але і на міжкультурну компетенцію. Прагматичний аспект мети навчання третьої іноземної мови пов'язаний з формуванням у студентів комунікативної компетенції, що дозволяє їм відповідно до їх реальних і актуальних потреб та інтересів використовувати французьку мову на базовому рівні в найбільш типових соціально детермінованих ситуаціях мовного безпосереднього і опосередкованого спілкування.

Даний рівень володіння комунікативною компетенцією передбачає наявність у студентів:

- знань про систему французької мови та навичок оперування мовними засобами спілкування даної мови;
- комунікативних умінь, тобто умінь розуміти і породжувати висловлювання французькою мовою відповідно до конкретної сфери, тематики і ситуації спілкування.

Дані знання, навички та вміння покликані забезпечити студентам здатність:

- в усній і письмовій формі встановлювати і підтримувати контакт з партнером по спілкуванню, повідомляти і запитувати інформацію різного обсягу та характеру, логічно і послідовно висловлюватися і адекватно реагувати на висловлювання партнера по спілкуванню;
- використовувати різні стратегії добування інформації зі звукового або письмового тексту і інтерпретувати отриману інформацію.

До педагогічного аспекту мети навчання третьої іноземної мови відноситься подальші вдосконалення мовних здібностей студентів, розвиток здібностей розуміти спільність і відмінність рідної культури і культур країн першої, другої і третьої мов.

У процесі навчання третьої іноземної мови студент розширює свою індивідуальну картину світу за рахунок прилучення до мовної картини світу носіїв цієї мови, до їх духовної спадщини, національно - специфічним способом досягнення міжкультурного взаєморозуміння. Він навчається також пояснювати їх спосіб життя, поведінку. При

цьому у свідомості студента здійснюється синтез знань як про специфіку рідної культури, культури першої і наступних мов, так і про спільність знань про культури та комунікації. Саме за рахунок критичного осмислення чужого способу життя і здійснюється процес збагачення картини світу студента.

Курс «Французька мова як третя іноземна» орієнтований на підвищення рівня мовної компетенції і комунікативної здатності студентів шляхом вдосконалення методики викладання, впровадження у практику новітніх технологій, ефективних методів і прийомів навчання як інтенсивних так і традиційних. Навчальний матеріал побудований на співставленні явищ французької мови з відповідними явищами базової іноземної та рідної мови.

Мета вивчення французької мови як третьої іноземної полягає у засвоєнні мовного матеріалу та у набутті орфографічних, лексичних та граматичних навичок, а також практичного використання лінгвістичних знань у мовленнєвій діяльності, а саме: в читанні, в діалогічному та монологічному мовленні, аудіюванні, перекладу зворотнього і двостороннього та в реферуванні прочитаного тексту.

Завдання дисципліни – навчити студентів:

- читати французькою мовою і розуміти прочитане;
- спілкуватися французькою мовою в типових мовних ситуаціях;
- одержувати необхідну інформацію з французькомовних джерел шляхом перекладу фахової та загальноосвітньої літератури.

При визначенні практичних цілей змісту навчання необхідна інтеграція всіх комунікативних умінь: говоріння, аудіювання, читання та письма.

Досвід показує, що для реалізації комунікативного підходу і ефективного навчання третьої іноземної мови в полікультурному середовищі необхідно відбирати автентичні тексти, що відповідають сучасним реаліям (автентичні інноваційні матеріали, що ілюструють іншомовний дискурс як досліджуваної французької, так і досліджуваних раніше іноземних мов). Відбір предметного змісту зумовлений рівнем знань і загальним кругозором студентів з урахуванням характеру тематики і культурного компонента, а також з

урахуванням розвитку вмінь критично мислити, що допомагає у навчанні іноземних мов, а в майбутньому допоможе конструктивно спілкуватися, продуктивно вирішуючи проблеми, що виникають, і досягти успіху в міжнародному спілкуванні.

Безумовно, як у навчанні іноземної мови взагалі, так і в навчанні французької мови як третьої в мовному ВНЗ зокрема, в першу чергу реалізуються принципи, що забезпечують доцільність і результативність його вивчення.

Можна виділити наступні принципи полікультурного підходу до навчання багатомовності: принцип комунікативності; принцип контрастивності (врахування рідної і досліджуваної мов); принцип диференційованого підходу; принцип опори на лінгвістичний і навчальний досвід студентів; принцип когнітивної спрямованості процесу навчання іноземної мови.

Когнітивний досвід рідної мови, безумовно, сприяє формуванню полікультурної складової багатомовної особистості. При навчанні французької мови врахування інтерферуючого впливу і використання позитивного переносу з раніше досліджуваних мов у процесі навчання третьої іноземної, а також використання дискурс-аналізу, дозволяють помітно інтенсифікувати процес навчання і сформувати комплекс компетенцій, необхідних для розвитку полілінгвальної особистості: комунікативної, полілінгвальної, міжкультурної, дискурсивної та соціокультурної.

Комунікативна компетенція передбачає знання, як використовувати мову для різних цілей і функцій; вміння створювати, читати і розуміти тексти різного типу і характеру (оповідання, інтерв'ю, діалоги, доповіді); вміння підтримувати розмову навіть з обмеженою лексичною і граматичною базами [3; 4].

Полілінгвальна компетенція - це знання лексичних, граматичних, морфологічних, синтаксичних структур; знання особливостей функціонування різних засобів відповідно типу тексту; знання способів вираження комунікацій і т.д. Дискурсивна компетенція передбачає навички використання мовних засобів і стилістичного оформлення відповідно до типу створюваного тексту.

Формування в студентів соціокультурної компетентності передбачає наявність знань про національно-культурні особливості країни, мова якої вивчається, про норми мовленнєвої та немовленнєвої поведінки її носіїв і вміння будувати свою поведінку відповідно до цих особливостей і норм [8; 167].

Таким чином, навчання студентів-лінгвістів французької мови як третьої іноземної на базі англійської та німецької мов буде більш ефективним і сприятиме розвитку полілінгвальної особистості, яка має багатомовну компетенцією, когнітивно - дискурсивне мислення і культурний інтелект, якщо при цьому будуть враховуватися: 1) когнітивні та лінгводидактичні аспекти навчання французької мови як третьої іноземної в полікультурному середовищі; 2) позитивний перенос і інтерферентні мовні явища англійської, німецької та української мов при навчанні французької мови; 3) організація навчального процесу в рамках дискурс-аналізу; 4) використання білінгвальних текстів при навчанні третій іноземній мові, що сприяють отриманню більш глибоких знань.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Барышников, Н.В. Дидактика многоязычия: теория и факты Текст. / Н.В. Барышников, М.А. Бодоньи // Иностранные языки в школе. — 2008. — № 2. 22-24 с.
2. Гальскова, Н.Д. Межкультурное обучение: проблема целей и содержания обучения иностранным языкам Текст. / Н.Д. Гальскова // Иностранные языки в школе. 2004. - № 1. – 4-7 с.
3. Galisson R. D 'hier à aujourd'hui, la didactique générale des langues étrangères. – Paris: Cle international, 1980.—234p.
4. Germain C. Evolution de l'enseignement des langues: 5.000 ans d'histoire. – Paris: CLE INTERNATIONAL, Col. DLE, 1993.—124p.
5. Евдокимова, Н.В. Формирование основ многоязычия. [Текст] / Н.В. Евдокимова // Монография. Ростов-на-Дону: РГЭУ «РИНХ», 2008. – 157 с.
6. Martinez, P. La didactique des langues étrangères / P. Martinez. Paris: PUF, 2008 . – 127 p.

7. Чеванина, Т.Н. Просодические особенности чтения и говорения в многоязычном пространстве (русско-франко-английский трилингвизм) : автореф. дис. . канд. филол. наук / Т.Н. Чеванина. Волгоград, 2008.— 26 с.

8. Чернуха Н.М., Мурзіна А.В. Умови формування соціокультурної компетентності майбутніх учителів філологів / Н.М. Чернуха, А.В. Мурзіна // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. – 2009 – № 9 (172). – 165 – 173 с.

9. Щепилова, А.В. Коммуникативно-когнитивный подход к обучению французскому языку как второму иностранному / А.В. Щепилова. М. : ГОМЦ «Школьная книга», 2003. – 488 с.

І.М. Рудик
канд. філол. наук, доцент
(Житомирський державний університет
імені Івана Франка)

Зловживання ідеологічною владою в медійному дискурсі

Дослідження маніпулятивних вербальних дій є нині актуальним напрямком сучасної лінгвістики. Перш, ніж аналізувати такі дії в медійному дискурсі, визначимо маніпуляцію: розглядаємо її як **вид навмисного й прихованого психологічного впливу, метою якого є збудження в адресата неусвідомлених і безпідставних для нього переконань, бажань і емоцій.**

Т. ван Дейк визначає маніпуляцію як «комунікативну й інтерактивну практику, під час якої маніпулятор здійснює контроль над іншими людьми, зазвичай всупереч їхній волі або інтересам» [3]. Маніпуляція як прояв (а водночас і засіб встановлення!) домінування базується не просто на владі, а на зловживанні владою.

Н. Ферклау виокремлює економічну, державну й ідеологічну владу. Економічна влада пов'язана з відносинами між соціальними класами в процесі виробництва матеріальних цінностей; державна влада здійснюється урядом, армією, поліцією та різноманітними соціальними установами; а ідеологічна влада суттєво доповнює і підсилює два перших різновиди, оскільки здійснюється через дискурс і полягає у здатності видавати власний світогляд і поведінку за дещо саме собою зрозуміле й загально прийнятне.

Існує два способи, за допомогою яких можна утримувати й використовувати владу, в термінології Н. Ферклау це примус і згода (*coercion and consent*); перший полягає у примушенні об'єкта впливу до певних дій, наприклад, через застосування фізичного насилля, а другий – у своєрідному „вмовлянні” співрозмовника [2; 28-29]. Очевидним є той факт, що саме „вмовляння” є менш ризикованим і менш затратним способом прояву й утримання влади.

Вважаємо, що саме маніпуляція базується на механізмі „вмовляння” співрозмовника, оскільки вона спирається на інтереси й потреби останнього, але при цьому не задовольняє їх, а лише використовує для задоволення власних інтересів.

Як саме відбувається процес „вмовляння” співрозмовника, особливо масового співрозмовника? Дослідження ряду вчених доводять, що в дискурсі, в якому один з учасників має більшу владу, ніж інший (інші), має місце контроль і обмеження комунікативного доробку співрозмовника з боку більш сильної сторони. Н. Ферклау виділяє три основних типи таких обмежень: обмеження на зміст висловлення; на соціальні стосунки, в які вступають співрозмовники; й на суб’єктні позиції співрозмовників [2].

Описані обмеження можна спостерігати як в персональному (чи особистісному) дискурсі (на прикладі взаємодії ведучого й додзвонювача в ток-шоу на радіо), так і в інституціональному дискурсі (на прикладі судових засідань, взаємодії між лікарем і пацієнтом, між вчителем і учнем і т.д.).

Незважаючи на відмінності між особистісним та інституціональним дискурсом, в усіх зазначених формах взаємодії спільним є те, що їх учасники взаємодіють один з одним безпосередньо, face-to-face. По-іншому складається взаємодія учасників медійного дискурсу (представлений у термінології Г. Почепцова теле- і радіо дискурсами, а також газетним дискурсом [1]). Мовець / автор і слухач / читач під час спілкування роз’єднані простором і часом, тому в масмедійному дискурсі не відбувається перехід мовленнєвого ходу від адресанта до адресата, що створює можливість необмеженого контролю з боку мовця / автора, і в першу чергу, контролю над змістом висловлення. Більше того, за таких умов у мовця з’являється можливість самостійно визначати, які теми слід висвітлювати, а які – обходити мовчанням. У цьому випадку маємо справу з замовчуванням або маніпулятивним мовчанням, яке дозволяє маніпулятору непомітно впливати на формування ментальних моделей адресата, тобто, індивідуальних, суб’єктивних поглядів й емоцій, асоційованих у нього з певним словом, темою, подією.

Озвучуючи певні теми й замовчуючи інші, можна активізувати бажані фрейми і представити інформацію під потрібним кутом. Досягти значно масштабніших результатів, однак, дозволяє маніпулювання не індивідуальною, а соціальною свідомістю.

Таким чином, маніпулятивне мовчання є зловживанням ідеологічною владою, яке полягає у навмисному приховуванні від читача / слухача важливої інформації у власних корисливих інтересах, і прояви якого у медійному дискурсі ще належить дослідити.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Почепцов Г. ЗМІ не можуть нести відповідальність за інформаційну війну / Г.Г. Почепцов // Телекритика. – 20.01.2009. Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/daidzhest/2009-01-20/43217>
2. Fairclough N. Language and Power / N. Fairclough. – Harlow, England: Pearson Education Limited, 2001. – 226 p.
3. Van Dijk T.A. Discourse and Manipulation / T.A. Van Dijk // Discourse & Society. – 2006. – Vol. 17(3). – 359-383 p.

Л.Ф. Соловійова
канд. філол. наук, доцент
(Житомирський державний університет
імені Івана Франка)

Іменники з семантикою оцінки у сучасній англійській мові

Загальна орієнтація сучасного мовознавства на дослідження людського чинника, комунікативно-прагматична спрямованість мовознавства, недостатнє дослідження засобів вербалізації категорії оцінки робить актуальним семантичні розвідки. У цьому зв'язку дослідження оцінної лексики є на часі.

Відповідно до визначення О.В. Куніна оцінка – об'єктивно-суб'єктивне чи суб'єктивно-об'єктивне ставлення людини до об'єкта, виражене мовним засобами експліцитно чи імпліцитно [3; 169], що найбільш точно відображає складну сутність оцінки.

Пізнаючи об'єкти реальної дійсності, людина закріплює результати свого пізнання в одиницях мови. При цьому вона фіксує у значеннях слів не тільки об'єктивні характеристики предметів і явищ (понятійні категорії) але і свою суб'єктивну оцінку цих предметів і явищ (аксіологічні категорії). Як слушно зауважує Н.А. Торопова, важливість оцінної функції мови виступає з ще більшою очевидністю, якщо врахувати, що норми можуть фіксуватися, передаватися або змінюватися в реальності тільки в мовних формах [7; 93]. Оцінність лежить в основі самого процесу номінації. Вважаємо за потрібне вслід за Г.І. Приходько підкреслити важливість того, що оцінка прихована в самій мові, оскільки властивості одиниць містять потенційні можливості не тільки називати якесь явище, а й характеризувати його. А одним із способів характеристизації і є оцінка [5].

За справедливим твердженням О.М. Шрамма, оцінка як вираження відношення суб'єкта до предмета знаходить найбільш адекватне вираження у сфері прикметників [8; 25].

Зв'язок дескриптивних значень і оцінних конотацій особливо яскраво проявляється саме в системі іменника, семантика якого включає різноманітні поєднання ідентифікуючих і предикатних сем.

Багато іменників є первісно (інгерентно) оцінними, наприклад, *devil, monster, rascal, scoundrel, renegade, cad, crook, double-crosser, prig, moron, stink, crum-bum, treachery, filth* та ін (знак “-“); *angel, beauty, pleasure, genius, joy* та ін (знак “+”). В.І. Жельвис зазначає, що в англійській мові, як в більшості сучасних мов, превалюють оцінні іменники негативного забарвлення [1; 122]. Дану обставину М.С. Ретунська пояснює тим, що негативні сторони буття сприймаються людиною набагато гостріше, ніж позитивні, сприяючі комфорту фактори, які розглядаються як природні, нормальні, а тому і менш емоціогенні [6; 29].

На думку О.С. Кубрякової, специфіка похідних іменників з семантикою оцінки полягає в тому, що вони мають властивість розчленованого уявлення про те, що називається [2: 226].

Кількість іменників з інгерентною оцінкою постійно поповнюється за рахунок словотворення:

- афіксації: *hireling* (презир.) – “найманець”; *cheapo* – (зневажл.) – “дешевина”, “барахло”, *cutie* – “красуня” (амер.), *bunny* – ласк. “зайчик”, “кішечка”, “кицюня” (про дівчину); *hammer* – “хлопець хоч куди”, “молоток”;

- словоскладання: *rod-boy* – “бандит”; *squander-bug* – “марнотрат”; *banana-head* – “тупак”, “бовдур”;

- редуплікації: *actor-schmactor* (зневажл.) – “бездарний актор”; *picture-schmicture* (зневажл.) – “халтурна картина”; *talk-talk* (зневажл.) – “пусті балачки”;

- телескопії: *pojam* (*poet* + *jam*) (зневажл.) – “бездарна поема”; *paytriotism* (*pay* + *patriotism*) (зневажл., ірон.) “показний патріотизм з корисливих міркувань”.

Другу групу оцінних іменників становлять лексичні одиниці, утворені в результаті вторинної номінації, при якій новий об'єкт позначається не безпосередньо за сукупністю своїх ознак, а, як

зауважує М.С. Лебедєва, “непрямим шляхом, через призму опорного, базового значення мовної форми” [4; 4].

В результаті вторинної номінації між вихідним і виниклим оцінними словами встановлюються різні об’єми твірного і похідного значень:

1. Відносини перетину. У цьому випадку семантичні об’єми обох найменувань включають одну і ту ж ознакову сему, наприклад: *echo* 1. “відлуння” → 2. (зневажл.) – “імітатор”, “епігон”.

2. Відносини послідовності ознаки (метафоричне перенесення): *wart* 1. “бородавка” → 2. (зневажл.) – “прищ” (про людину).

3. Відносини включення, при яких семантичний об’єм одного найменування покриває об’єм співвіднесеного найменування (метонімічне перенесення): *pointy-head* (зневажл.) – “інтелігент”, “очкарик”, “розумник”.

Для оцінних іменників вторинної номінації характерною є позиція предикатива, в якій вони набувають метафоричний оцінний зміст: *He was a terror when he was in drink – cursing and swearing that he'd bash her head in* (A.Christie). “*Jim, this is my wife. She's put up with me for thirty years and she's a prince*” (Th.Wilder).

Подібні іменники можуть також виконувати функції інших членів речення, наприклад, додатка, за умови, що передуюче висловлення містить пряму назву даного об’єкта: “*Home? / ... / Your twenty-room 'cottage' in Connecticut?*” “*Connecticut? Oh, my darling boy, I sold that horror last year / ... /*” (K.Michaels).

У функції підмета аксіологічні іменники вторинної номінації, в яких переважають предикатні семи, як правило, не вживаються: * *The terror was drunk.* * *The prince's put up with me thirty years.* * *The horror was sold last year.*

Оцінні висловлення іноді утворюють складні комплекси, що включають як прямі позначення, так і метафоричні: “*The death of a hero! What mockery, what bloody cant! What sickening, putrid cant! George's death is a symbol to me of the whole sickening bloody waste of it, the damnable stupid waste and torture of it*” (R.Aldington).

Весь цей текст містить негативну оцінку, яка реалізується як в інгерентно оціночних іменниках (*death, mockery, cant* (в значенні “лицемірство”, “святенництво”) *waste, torture*), так і в метафоричних атрибутах зі знаком “–” (*bloody, sickening, putrid, stupid*).

Слід зазначити, що оцінні іменники внаслідок різноманітності своїх синтаксичних функцій не утворюють якогось функціонально-семантичного класу, відрізняючись цим від оцінних прикметників.

Таким чином, своєрідність категорії оцінки, що об’єднує суб’єктивну та об’єктивну характеристику навколишнього світу, а значить виражає ставлення мовця як до реальної дійсності, так і до себе самого, потребує створення ґрунтовної класифікації оцінної лексики. Багатогранність оцінки дозволяє аналізувати її лінгвістичну природу в когнітивному, лексичному, стилістичному та дискурсивно-прагматичному напрямках. Потребує певного упорядкування презентація аксіологічної лексики та система супроводжуючих позначок у словниках різних типів. Заслугує детального аналізу національно-культурна і соціолінгвістична специфіка аксіологічних номінацій, а також зміна оцінних стереотипів у сучасних англомовних соціумах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Жельвис В.И. Эмотивный аспект речи: Психологическая интерпретация речевого воздействия / В.И. Жельвис. – Ярославль: Изд-во Яр.ГУ, 1990. – 150 с.

2. Кубрякова Е.С. Теория номинации и словообразования / Е.С. Кубрякова // Языковая номинация. Виды наименований. – М.: Наука, 1977. – 222–303 с.

3. Кунин А.В. Механизм окказиональной фразеологической номинации и проблема оценки / А.В. Кунин // Сборник научных трудов МГПИИЯ. – М.: МГПИИЯ, – 1980. – Вып. 168.– 158 – 185 с.

4. Лебедева М.С. Образные аспекты семантики имени существительного в современном английском языке: автореф. дисс. на получение науч. степени канд. филол. наук / М.С. Лебедева. – М., 1981. – 20 с.

5. Приходько Г.І. Способи вираження оцінки в сучасній англійській мові / Г.І. Приходько. – Запоріжжя: ЗДУ, 2001. – 362 с.
6. Ретунская М.С. Английская аксиологическая лексика / М.С. Ретунская – Н.Новгород: Изд-во ННГУ, 1996. – 272 с.
7. Торопова Н.А. Два аспекта прагматических функций языковых единиц / Н.А. Торопова // Вестник ХГУ. – Харьков, 1985. – Вып. 274. – 92–96 с.
8. Шрамм А. Н. Аспекты семасиологического исследования качественных прилагательных (на материале современного русского языка): Автореф. дисс. на получение науч. степени докт. филол. наук / А.Н. Шрамм – Л., 1980. – 40 с.

Н.А. Тарабріна
викладач
(Житомирський державний університет
імені Івана Франка)

Мовний конфлікт та його вплив на комунікацію

Метою спілкування є розуміння, тобто успішність комунікативної діяльності. Неможливо описати гармонійне спілкування без виявлення його якостей та властивостей, які вносять певну дисгармонію в мовленнєву діяльність комунікантів, руйнують розуміння, викликають негативні емоції та психологічні стани партнерів комунікації. Таким чином, у поле уваги дослідників включаються такі явища, як *комунікативна невдача* та *мовний конфлікт*.

Комунікація являє собою двосторонній процес: породження мовлення і його сприйняття. **Комунікативна невдача** - це збій у спілкуванні через повне або часткове нерозуміння комунікативними партнерами мовленнєвого повідомлення. **Конфлікт** – це взаємодія двох суб'єктів, які мають несумісні цілі і шляхи їх досягнення. Проблеми комунікативних невдач перебувають у фокусі уваги таких вчених, як П. Коен, Б. Грош, М. Рінгл, Б. Брюс (комунікативні невдачі у сфері наукового інтелекту) [1], Б.А. Гудман (огляд комунікативних невдач, пов'язаних з ідентифікацією референта) [2], Б.Ю. Городецький (згрупування комунікативних невдач за їх джерелами та наслідками) [1], О.А. Земська (класифікація комунікативних невдач на матеріалі російської мови). Значну увагу лінгвістів привертають проблеми дослідження мовлення, комунікативних актів, міжособистісного та міжкультурного спілкування індивідів. Сучасні дослідження конфліктного спілкування спрямовані на створення лінгвістичної моделі конфліктної мовленнєвої взаємодії, що, в свою чергу, потребує системного аналізу конфліктного дискурсу.

Причини і умови конфліктної і гармонійної соціально-комунікативної взаємодії залишаються менш дослідженими, що зумовлює **актуальність** наших розвідок. **Метою дослідження** є

встановлення та аналіз основних видів прояву конфліктної мовленнєвої ситуації. **Матеріалом** дослідження слугують фрагменти діалогів, які містять конфліктну мовленнєву ситуацію, виділених методом суцільної вибірки з творів американських та англійських письменників ХХ століття.

Виділяють три основні види спілкування – співробітництво, суперництво і конфронтацію. Спрямованість на консенсус характеризує співробітництво, на дисенсус – конфронтацію. Слід відмітити, що поряд з принципом співробітництва, який був запропонований Г. П. Грайсом, у спілкуванні велику роль грає також принцип суперництва [3], останній приводить до суперечок, полеміки, конфліктів тощо. Кожен акт комунікації передбачає наявність мовця і слухача, між якими існує комунікативний контакт, код, тобто мова, що має бути єдиною для комунікантів та обставини спілкування. У більшості випадків людина здатна моделювати своє мовлення і досягати бажаного комунікативного ефекту. Проте іноді з тих чи інших причин комунікантам не вдається прийти до взаєморозуміння, що призводить до конфлікту. При конфліктному спілкуванні не можуть бути досягнутими позитивні результати. В наступному прикладі ми бачимо, що чоловік не задоволений результатом роботи художника, тому він починає ображати його, висміювати його майстерність, а потім і взагалі перериває розмову.

- *It is a portrait that you wanted, sir.*

- *Is it a joke? You call yourself a painter? I wouldn't let you paint a house of mine. I asked you to paint a portrait, and this-this-this is the result.*

- *Yes, sir.*

- *Oh, go away. (P. S. Wodehouse)*

Можливість виникнення конфлікту існує практично в будь-якій ситуації [4;191]. Під **мовленнєвим конфліктом** розуміють мовленнєвий прояв зіткнення суперечливих поглядів, цілей, намірів комунікантів [5; 148]. Навмисна комунікативна неузгодженість, яка, як правило, пов'язана з нездійсненими очікуваннями реактивного мовленнєвого акту, може виникнути тоді, коли на питання мовця слідує запитання або мовчання, чим демонструється небажання продовжувати

комунікативний акт. Комунікативний партнер може проявляти протилежну мовленнєву поведінку, *уникаючи* розмови. Наприклад, в наступному діалозі ми бачимо, як одна зі сторін постійно повторює категоричне *No, sir* (ні, хазяїн). Тобто раб намагається уникнути розмови зі своїм новим власником, щоб не зіпсувати з ним стосунки.

- *Tell them, Jenny. You live any better on any place before mine?*

- *No, sir. No place.*

- *How long were you at Sweet Home?*

- *Ten years, I believe.*

- *Ever go hungry?*

- *No, sir.*

- *Cold?*

- *No, sir.*

- *Anybody laid a hand on you?*

- *No, sir. (T. Morrison)*

Показником комунікативної ініціативи може бути *перебивання*, коли індивід бере мовця "силою", і при цьому він звичайно не турбується про "комунікативний комфорт" свого співрозмовника. Наведемо приклад:

- *But Phyll, I didn't even know she was coming to London.*

- *Where did she get my address?*

- *Well, the office perhaps, but...*

- *It's never you, is it? What are you getting at? She said I'd put my hooks on you because you were meat for a floozy.*

- *But you needn't mind her. She's only a silly old...*

- *Not mind her! (J. Cary)*

Як бачимо в цьому прикладі, чоловік дуже розгніваний на свою дружину за те, що її мати постійно втручається в їхнє подружнє життя. Тому емоційне постійне перебивання своєї дружини під час розмови вказує на те, що терпіти це більше він не може і не буде.

Наслідками конфліктного спілкування можуть бути негативні дії, які призводять до припинення процесу комунікації, тобто до комунікативних невдач. Виникнення негативних дій є реакцією особистості на перешкоди, які трапляються на досягненні своєї мети.

Якщо перешкоди створюються з вини адресата, то він стає об'єктом ворожості у свідомості адресанта. У побутовій конфліктній ситуації спілкування агресивно діюча особистість ставить метою своєї поведінки моральну перемогу, а розв'язання конфлікту – це комунікативний процес. У ході дослідження встановлено, що в конфліктній мовленнєвій взаємодії спостерігається відмова від принципу співробітництва, а, отже, і неминуче порушення всіх основних максим.

Основними видами прояву конфліктної мовленнєвої ситуації є *сварка та суперечка*. Відзначається певна специфіка порушення максим в ситуаціях суперечки і сварки.

Наступний приклад ілюструє ситуацію суперечки:

JAMES: *Look - I feel sorry for Frank. After all he hasn't been very successful and...*

PAULA: *Perhaps that's his fault!*

JAMES: *I'm not so sure about that. And - in view of the past - I can't just ignore him. It may be silly of him. It may be silly of me, but I feel in a way I'm responsible for him.*

PAULA: *Responsible!*

JAMES: *Look. You only met Frank for the first time last night. I can't understand how you can take such an instant dislike to him. For heaven's sake - give him a chance!*

PAULA: *I just think you might have told me, that's all. (D. Benfield)*

У наведеному прикладі розмова закінчується тим, що Паула демонструє своє незадоволення та виходить з кімнати. Дане конфліктне спілкування привело до припинення комунікації.

Отже, при конфліктному спілкуванні не можуть бути досягнутими позитивні результати для обох сторін. Якщо при кооперативному спілкуванні кожен з комунікантів робить певний внесок для досягнення взаєморозуміння та успішного протікання комунікації, то при конфліктному їх внесок спрямовано на досягнення руйнівних результатів, проявами яких є суперечка, лайка і т. п.

Стан конфлікту та кооперації визначається співвідношенням потреб комунікантів і спроможністю чи неспроможністю досягти бажаного

результату. При цьому до уваги береться, чи наносить мовець шкоду іншим, тобто сприяє або заважає він задоволенню потреб свого співрозмовника. Шкода визначається невербально, а комунікант відчуває дискомфорт.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Городецкий Б. Ю., Кобозева И. М., Сабурова И. П. К типологии коммуникативных неудач // Диалогическое взаимодействие и представление знаний. – Новосибирск: АН СССР Сибирское отделение ВЦ, 1985. – 254с.

2. Земская Е. А. К построению типологии коммуникативных неудач // Русский язык в его функционировании. Коммуникативно-прагматический аспект. – М.: Наука, 1993. - 354с.

3. Грайс Г. П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1985. – Вып. 16. Лингвистическая прагматика. – 237с.

4. Фадеева Е. В. Основные виды конфликтного речевого взаимодействия. – Х.: Константа, 1999. –160с.

5. Фролова И. Е. Конфликтное речевое взаимодействие. – Х.: Константа, 2001. – 160с.

6. Benfield D. In For the Kill. – L.: Samuel French, 1981. – 77р.

7. Cary J. Period Piece. – М.: Rolf, 2001. – 15р.

8. Morrison t. Beloved. – N. Y.: Penguin Books, 1998. – 275р.

9. Maugham S. The Moon and Sixpence. – L.: The Companion Book, 1955. – 270р.

10. Wodehouse P. G. Jeeves and Friends. – L.: Vintage, 1991. – 158р.

Н.С. Татуревич
асистент
(Житомирський державний університет
імені Івана Франка)

Функціонування явних (*overt*) підметів у структурі наказових речень ранньоновоанглійської мови

Питання синтаксису германських мов не є настільки дослідженими та проаналізованими, як питання морфології або лексикології. Тому питання функціонування явних підметів в імперативних реченнях в ранньоновоанглійській період розвитку англійської мови можна вважати актуальним і перспективним для наукових досліджень.

В англійській мові виділяють імперативні речення, які мають явний підмет, представлений займенником другої особи (*you*) або виразом третьої особи:

(1) *You say true. (Christopher Marlowe, History of D. Faustus)*

(2) *Now, Faustus, examine them of their several names and dispositions. (Christopher Marlowe, History of D. Faustus)*

В імперативних реченнях підмет *you* наголошується та емоційно-підкреслюється [4], що є характерною рисою сучасної англійської мови, однак досить рідко зустрічалося у ранньоновоанглійській мові.

Однак, кількість та варіативність явних підметів, що використовуються в англійських наказових реченнях є обмеженою на сучасному етапі розвитку мови і була досить обмеженою у ранньоновоанглійській мові. Як вже зазначалося, найбільш вживаним серед них є займенник другої особи однини та множини *you*.

У ролі лексичного підмета можуть також виступати, наприклад:

1. Квантифікатори (*quantifiers*):

(3) *Nobody move!*

2. Неозначені означальні слова (*indefinites*) (наприклад, *nobody*, *someone*, а також фрази, які розпочинаються словом *whoever*):

(4) *Someone pick up the phone, please, before it drives me mad!*

(5) *Whoever took the money return it immediately!*

3. Партитивні (відокремлюючі) вирази (*partitive expressions*):

(6) *The tallest of you sit at the back!*

(7) *One of you bring me the coffee!*

4. Означені фрази (*definite phrases*):

(8) *Those in the first row stop talking!*

(9) *The girl at the last table stand up!*

5. Ізольовані іменники в множині (*bare noun plurals*):

(10) *(You) pupils listen to me!*

(11) *People interested in the book come closer!*

6. Власні назви, імена (*proper nouns / names*):

(12) *Mary open the door and Sarah clean the board!*

(13) *Bill take the suitcase and Rob the box!*

Таке розмаїття підметів є особливістю сучасної англійської мови, у той час як ранньоновоанглійські тексти характеризуються широким використанням власних імен у ролі явного підмета та іменника *friend*:

(14) *My God, my God, look not so fierce on me! (Christopher Marlowe, History of D. Faustus)*

(15) *Sweet friend, tempt not God. (Christopher Marlowe, History of D. Faustus)*

У вищенаведених прикладах досить легко сплутати наказовий підмет та звертання. У ранньоновоанглійській мові такі слова могли функціонувати у ролі імперативного речення і у ролі звертання. Різниця полягає в тому, що підмет завжди передує дієслову, а звертання може бути розташоване на початку, в середині та в кінці речення; звертання, розташоване на початку речення, вимовляється як окрема інтонаційна група і має специфічні інтонаційні особливості вимови.

Звертання, як зауважив Б. Даунінг [2], так само, як і наказові підмети перераховані вище, використовуються з метою привернення уваги тих, до кого спрямоване звернення. Однак для звертання характерним буде особлива інтонаційна модель та орфографічне відділення комою.

Таким чином, різниця між звертанням в розповідних реченнях та наказовими підметами полягає в наступному: у випадку використання

кличного відмінку в розповідних реченнях без його виділення за допомогою інтонації, речення є граматично невірними.

(16) *Those in the front row we are about to begin.*

Тобто, звертання обов'язково повинне формувати нову інтонаційну групу.

Варто також відрізнити підмет особового розповідного речення від підмету наказового речення. Ця різниця базується на синтаксичних особливостях і змушує деяких дослідників виділяти наказові підмети як окрему категорію. Для кращого розуміння цього питання наведемо наступні приклади:

(17) *Faustus, lay thy damned book aside,*

And gaze not on it. (Christopher Marlowe, History of D. Faustus)

(18) *Faustus layed thy damned book aside,*

And gazed not on it.

Так, відповідно до ідей К. Платзака та І. Розенгрена (Platzack, Rosengren 1997) [3], власне ім'я *Faustus* буде по-різному інтерпретоване в прикладі 17 та прикладі 18: у першому випадку до референта звертаються, у другому – про нього розповідають.

Деякі дослідники синтаксису (Beukema, Coorpmans 1989) стверджують, що усі інші наказові підмети (окрім *you*) обмежуються тільки квантифікаторами, інші вважають (Levenstone 1969) – неозначеними словами на зразок *someone* [5].

Однією з важливих функцій, які виконують квантифікатори, є їхня здатність обмежувати або розширювати коло адресантів. Так, за допомогою квантифікатора *everybody* мовець підкреслює необхідність виконання дії усіма адресантами. І навпаки, використання неозначеного *someone* говорить про байдужість мовця до того факту, хто виконає певну дію. Однак можливості реалізації підмета в наказових реченнях не обмежуються лише перерахованими факторами. Досить часто, підмети в таких реченнях вказують на конкретного адресанта (6-13).

Варто зазначити, що таке широке розмаїття підметів у наказових реченнях є особливістю сучасної англійської мови. У результаті аналізу значної кількості творів ранньоновоанглійського періоду нам

не вдалося знайти відповідні приклади використання партитивних виразів, означених фраз, хоча випадки використання ізольованих займенників у множині та власних імен зустрічаються досить часто, що було проілюстровано вищенаведеними прикладами.

Для наказових речень ранньоновоанглійського періоду підмет, виражений займенником другої особи, є більш характерним та часто вживаним, аніж у сучасній англійській мові. Усі перші граматики, написані в даний період, наводять приклади наказових речень з підметом [1].

Цікавим є той факт, що підмет в імперативних реченнях часто розташовувався після дієслова, наприклад:

(19) *But hear you Gossip, I pray you tell mee...* (Thomas Deloney, *Jack of Newbury*)

(20) *Be thou my speaker, taintless pleader, Unblotted lawyer, true proceeder!* (Sir Walter Raleigh, *The Passionate Man's Pilgrimage*)

(21) *Speak thou and speed where will or power ought helpeth.* (Sir Thomas Wyatt, *That Speaking or Proffering Brings Always Speeding*).

В результаті проведеного нами дослідження, було визначено, що для ранньоновоанглійської мови використання даних займенників було можливим, що не є типовим для сучасної англійської мови:

(22) *Wel, sit we downe...* (W. Shakespeare, *Hamlet*)

Однак можуть використовуватися також підмети, виражені займенником третьої особи:

(23) *Our lorde encrease your honour and estate* (More, *Lament*)

(24) *A curse vpon him, die he like a theefe* (Shakespeare, *Pericles*)

(25) *Good Gentleman goe your gate and let poore volke passe...* (Shakespeare, *King Lear*)

На основі прикладу 25 можемо зробити висновок, що порядок слів не обов'язково повинен бути зворотнім, особливо якщо у ролі підмета виступає іменник.

На основі наведених вище прикладів, можемо стверджувати, що порядок $S+V$ у наказових реченнях був досить поширеним в давньоанглійській та середньоанглійській мові, практично зник у ранньоновоанглійській, і відродився наприкінці XVII ст.

Однак, закономірним ми вважаємо зауважити, що окрім займенників другої особи однини та множини, у ролі явного підмета могли використовуватися також займенники третьої особи однини та множини, що не є характерним для англійської мови на сучасному етапі її розвитку. Іншою відмінністю між ранньоновоанглійською мовою та сучасною англійською мовою є порядок розташування підмета та дієслова: у сучасній англійській, як правило, *S+V*, у той час як у ранньоновоанглійському періоді – *V+S*.

Отже, основними структурно-семантичними характеристиками ранньоновоанглійського імперативного речення є функціонування у ньому явних підметів. У ранньоновоанглійських текстах найбільш вживаними явними підметами виявилися наступні: *thou, you, my God, my Lord, Father* та власні імена. Рідше зустрічалися іменники у формі множини і не було знайдено прикладів використання партитивних та означених виразів. Ми також дійшли висновку, що у ролі явного підмета в ранньоновоанглійській мові використовувалися переважно займенники другої та третьої особи (останнє не є характерним для сучасної англійської мови).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Расторгуева Т. А. История английского языка: учебник / Т. А. Расторгуева. – М.: ООО "Издательство Астрель", 2003. – 348 с.
2. Downing B. Imperative Clauses in Generative Grammar: studies in honour of Frits beukema, edited by Wim van der Wurff / B. Downing // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://books.google.com.ua/books?id=B7Tfe51fYEC&pg=PA87&lpg=PA87&dq=Downing,+B.+1969.+%E2%80%98Vocatives+and+Thirdperson+Imperatives+in+English&source=bl&ots=Q60XhEo0ux&sig=ljfCsHahoG3irL1y3l1bKyD67eo&hl=ru&sa=X&ei=ost9T_64AsGbOuL0wLMM&sqi=2&ved=0CB8Q6AEwAA#v=onepage&q=Downing%2C%20B.%201969.%20%E2%80%98Vocatives%20and%20Third-person%20Imperatives%20in%20English&f=false

3. Potsdam E. Analysing Word Order in the English Imperative / Eric Potsdam // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.clas.ufl.edu/users/potsdam/papers/Englishimperatives.pdf>

4. Quirk R. A Comprehensive Grammar of the English Language / R. Quirk, S. Greenbaum, G. Leech, J. Svartvik. – New York: Longman, 1985. – 1779 p.

5. Stefanowich A. The English imperative: A construction-based approach / Anatol Stefanowich // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.stefanowitsch.de/anatol/files/ms-stefanowitsch2003.pdf>

Г.М.Цюник
викладач
(Житомирський державний університет
імені Івана Франка)

Збагачення лексичного запасу студентів з французької мови в процесі формування комунікативної компетенції

Сьогодні Європа перебуває в пошуках нових цінностей, що пов'язані із взаєморозумінням, співробітництвом, згодою, прагненням створити полікультурну, полілінгвістичну й поліетнічну Європу.

Як зазначає О.А.Смірнова, побудова єдиного культурного простору - одне із завдань європейських інститутів, кожна держава ЄС намагається не тільки зробити внесок у розвиток власної внутрішньої культури, а й сприяти становленню загальноєвропейської [3; 1].

Провідним інструментом об'єднання визнано мову. Стосовно загальних підходів до проблеми мови в Європі, то стратегічним спрямуванням мовної політики на континенті є мультилінгвальність з перспективою оволодіння кожним європейцем трьома і більше мовами.

Навчання французькій мові як третьої іноземної сприяє міжкультурному спілкуванню, що передбачає формування позитивного переносу знань, умінь і навичок, отриманих при вивченні першої іноземної мови, у галузь вивчення третьої іноземної мови, а також формуванню комунікативної компетенції.

Основною метою навчання французькій мові як третьої іноземної на першому етапі є досягнення студентами елементарного рівня володіння комунікативною компетенцією. Комунікативна компетенція — це здатність вступати в контакт, висловлювати свою точку зору, слухати і розуміти точку зору співрозмовника, вести дискусію і т.д. [2; 15].

Свідоме ставлення до певної мови починається із вивчення її лексичного багатства. Оскільки слово — найактивніша одиниця мовлення, то вивченню лексеми слід приділяти належну увагу на всіх

освітніх рівнях. Лексична робота повинна здійснюватись у трьох напрямках: збагачення словника учнів новими словами, уточнення значення вже відомих слів, переведення слів з пасивного в активний словник.

Згідно з А. П. Боклан, О. М. Мусійчук у французькій мові, як і в інших мовах, існують традиційні словотворчі засоби мови як напрямок збагачення словникового запасу. Аналіз складу мови показує, що розширення словникового запасу відбувається такими шляхами: 1) морфологічним у результаті афіксального перетворення; 2) семантичним — через переосмислення наявного значення слова; 3) шляхом складання; 4) шляхом абрєвіації; 5) запозиченням [6; 1].

Група слів, яка виникає за стандартним правилом, за продуктивними моделями словотворення, що включав одну або дві афіксальні морфеми (суфікс або префікс), є найбільш представленою. Такий спосіб словозбагачення утворюється за допомогою словотворчих афіксів. Словотворчий афікс — це префікс або суфікс, який приєднується до твірної основи для творення нового слова.

Суфіксація — явище дуже поширене у французькій мові. Наведемо декілька прикладів суфіксів, які беруть активну участь у процесі утворення нових одиниць:

- age — **un bavardage** (балачки), **un passage** (перехід)
- ment — **un changement** (зміна), **un adoucissement** (пом'якшення)
- iste — **un visagiste** (візажист), **un, une dogmatiste** (догматик)
- isme — **un fanatisme** (фанатизм), **un conformisme** (конформізм)

Що стосується префіксації, то вона продовжує залишатися одним з активних способів словотворення та словозбачення словникового складу. Префіксація — афіксальний спосіб словотворення, коли словотворче значення виражається за допомогою префіксів [1: с. 2].

Видаляють дві семантичні групи найбільш продуктивних і активних префіксів у сучасній французькій мові. До першої належать префікси інтенсивності: *super-*, *ultra-*, *archi-*, *extra-*, *sur-*, які виражають найвищий ступінь чого-небудь: **superproduction** - фільм-бойовик, **supermarché** - універсам; **ultramoderne** - надсучасний, **ultrafiltre** - ультрафільтр; **archifaux** - вкрай помилковий; **extrafort** - надмісний.

Другою семантичною групою активних префіксів є префікси негативного значення. Наприклад, префікс *dé-(des-)* приєднується до дієслів: **débrancher** — вимикати; **décharger** — розвантажувати; **disparaître** — зникати.

Поряд з розглянутими вище морфологічними способами утворення нових одиниць також широко застосовуються словоскладання і розширення значення слова, конверсія, аббревіація та запозичення з інших мов.

Вивчення третьої іноземної мови на базі першої буде ефективним, якщо активно використовувати знання саме з першої мови. З цією метою доцільно застосовувати метод зіставлення.

З досвіду вивчення першої іноземної мови (англійської) студенти знають, як узагалі вивчається іноземна мова, мають свою стратегію запам'ятовування, яку вони застосовують при вивченні третьої іноземної мови (французької).

Рідна, перша іноземна, друга іноземна мови та третя утворюють унікальне явище – штучну поліглісію, на тлі якої реалізується оволодіння учнями третьою іноземною мовою.

М.Л. Шацкова вважає, що в навчанні третій іноземній мові велике значення має попередній лінгвістичний досвід учнів, який включає знання, уміння і навички, набуті ними при вивченні рідної та першої іноземної мов, позитивно впливає на засвоєння третьої іноземної мови. Лінгвістичний досвід, по суті, визначає особливості методики викладання третьої іноземної мови [5; 44].

Як зазначає А.В. Щепілова, існують єдині вихідні теоретичні позиції, загальні закономірності навчання французькій мові на базі англійської, урахування яких необхідне для досягнення ефективності навчального процесу. Одна з основних вимог — реалізація порівняльного підходу [6; 24].

На методику викладання французької мови як другої іноземної суттєво впливає схожість французької та англійської мов, а також; відмінності між ними.

У методиці добре відома «позитивна» і «негативна» роль попереднього лінгвістичного досвіду. Опора на подібне явище мов,

що вивчаються, осмислення їх відмінностей сприяє більш міцному оволодінню мов.

У момент початку вивчення другої іноземної мови в пам'яті студентів уже зберігається чималий обсяг слів першої іноземної та рідної мови, лексичні одиниці другої іноземної повинні зайняти своє місце в системі інших, їх семантичні значення повинні бути скоординовані. Таким чином, засвоєння слів другої іноземної мови пов'язане з великим навантаженням на пам'ять. Тому процес навчання лексиці другої іноземної мови повинен вибудовуватися з урахуванням закономірностей роботи пам'яті як накопичувача і носія вербальної інформації в мозку людини, що впливають на продуктивність засвоєння слів іноземної мови.

Як стверджує О.М. Шапкіна, досвід у вивченні рідної мови та іноземних мов дає можливість здійснювати позитивний перенос уже отриманих знань, умінь і навичок у сферу навчання третій іноземній мові. Це перенесення можливе, насамперед, на рівні навчальних умінь: студенти застосовують при вивченні третьої іноземної мови вже відомі їм навчальні стратегії, в тому числі компенсаторні прийоми, що дозволяють уникати труднощі. Їх розвиток вкрай важливий для навчання другій іноземній мові.

Наявність подібних лінгвістичних явищ у досліджуваних мовах полегшує їх засвоєння, студенти схильні порівнювати мовні явища іноземних мов, знаходити аналогії, робити власні узагальнення на основі спостережень [4; 24].

Позитивний перенос суттєво може полегшити оволодіння французькою мовою як другою іноземною, якщо його послідовно використовувати. Позитивний вплив англійської мови при ознайомленні студентів з новими лексичними одиницями французької мови досить помітний.

Таким чином, існують великі можливості для позитивного переносу та інтенсифікації процесу навчання французької мови на базі англійської. Порівняльний підхід, залишаючись одним з основоположних принципів навчання другої іноземної мови, протягом усього курсу навчання французької мови відіграє різну за значимістю

роль. З розвитком і поліпшенням якості умінь і навичок у третій іноземній мові, збільшенням обсягу засвоєного мовного матеріалу відбувається поступове зменшення впливу першої іноземної мови на третю іноземну мову. З часом студенти починають усвідомлювати внутрішні закони побудови системи французької мови, формується «відчуття мови» [4; 29]. Наприклад, у галузі навчання лексиці на перших етапах студенти запам'ятовують і вживають нові лексеми не стільки за формальною подібністю зі словами першою іноземною мови, скільки за асоціативним зв'язком, ототожненням з уже відомим у третій іноземній мові. Хоча все ще можливі як тривалий перенос, так і інтерференція, наприклад, через розбіжність значення слова в різних мовах. Порівняльний підхід при вивченні третьої іноземної мови створює умови для інтенсифікації процесу навчання, для досягнення його результативності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Боклан А.П., Мусійчук С.М. Способи утворення неологізмів в термінології в сучасній французькій мові// [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://elibrary.nubip.edu.ua/10647/3/Стаття_Боклан.pdf
2. Саланович Н.А. Проблемы мотивации и роль упражнений при обучении французскому языку/Саланович Н.А.//ИЯШ - 1998.- №1.- 15-17 с.
3. Смирнова О.А. Французский язык в современном мире // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.unn.ru/pages/vestniki_journals/99990200_West_MO_2004_1\(2\)/24.pdf](http://www.unn.ru/pages/vestniki_journals/99990200_West_MO_2004_1(2)/24.pdf)
4. Шапкіна О.М. Питання романо-германської філології та методики викладання іноземної мови. Вип.6 -К., 1979. – 151-156 с.
5. Шацкова М.Л. Некоторые приемы опоры на английский язык при обучении французскому как второму иностранному (на базе английского) / М.Л.Шацкова // ИЯШ. -2003. - №3. – 44-48 с.
6. Щепилова А.В. Реализация сопоставительного подхода при обучении французскому языку как второму иностранному (на базе английского) / Щепилова А.В. //ИЯШ. 2000. –56 с.

О.А. Черниш
викл., аспірант
(Житомирський державний університет
імені І. Франка)

Мовна особистість в структурі мас-медійного дискурсу

Характерною рисою розвитку дискурсології на сучасному етапі мовознавства є інтеграція комунікативного та діяльнісного напрямів дослідження. В межах діяльнісного підходу, за яким мова є одним із засобів забезпечення соціальної активності мовної особистості [15; 7], дискурс розглядається як соціальне конструювання реальності та форма вияву знань [2]. З огляду на це виділяють різні види дискурсу, серед яких науковий, політичний, економічний, мас-медійний тощо.

Проблемами мас-медійного дискурсу займалася велика когорта вітчизняних та зарубіжних мовознавців: Р. Фаулер (1991), К. Спаркс (1994), Т.Г. Добросклонська (2000), О.О. Анісімова (2003), Г. Горнмоен (2003), П.Б. Паршин (2008), Дж. Річардсон (2012), та ін. У сучасному лінгвістичному доробку є розвідки мас-медійного дискурсу, здійснені з позицій когнітивної лінгвістики (Г. Горнмоен, Р. Фаулер), психолінгвістики (П.Б. Паршин, Г.А. Шишков), прагмалінгвістики (С.В. Заборовська, Г.Л. Рябоконт, М.О. Столярова, Л.Г. Трельбіцька), лінгвокультурології (В.Г. Згурська, Л.Л. Славова, Л.Ф. Компанцева) тощо. Однак деякі питання ще не отримали належного висвітлення. Зокрема, невирішеним залишається питання щодо структури мас-медійного дискурсу та принципів його організації.

Мета даної розвідки полягає у розгляді принципів структурної організації мас-медійного дискурсу як процесу і результату діяльності мовної особистості.

З позицій діяльнісного підходу мас-медійний дискурс розглядають як реальність, створену засобами масової комунікації [10; 15], [21; 25], які визначають продукування, зберігання, а також поширення та використання суспільно значимої інформації [7; 163]. Це реальність,

формування якої визначається фактором мовної особистості, сукупності здібностей і властивостей людини, що зумовлюють породження та сприйняття мовленнєвих творів [7; 3]. Модель мовної особистості втілює риси учасників комунікації як образ носія культурно-мовних цінностей, настанов, знань і поведінкових реакцій [5; 22]. Тобто мас-медійний дискурс є процесом та результатом діяльності мовної особистості [15; 12]. З огляду на це, ми розглядатимемо принципи його організації та структуру, проводячи віхи від моделі мовної особистості.

У просторі медіа-дискурсу модель мовної особистості включає структурно-мовний (медійно-орієнтаційний), лінгвокогнітивний та мотиваційний рівні, між якими встановлюється ієрархічна взаємозалежність [6; 37]. Розглянемо кожен з рівнів детальніше.

Трактування медіа (до медіа, у широкому розумінні, відносять повітря, світло, усне мовлення, писемність, числа, рекламу, масову інформацію тощо [11; 22]) як засобу розширення діяльності людини, зокрема її тіла та органів чуттів, дає підстави стверджувати про існування не структурно-мовного, а медійно-орієнтаційного рівня мовної особистості, пов'язаного з різними засобами доступу людини до оточуючого середовища та його сприйняття [11; 115]. Завдяки технологічним, суспільним та особистісним аспектам ЗМІ виводить взаємодію мови та перцепції на якісно новий рівень репрезентації реальної дійсності, а сутність мас-медійного дискурсу розглядає сприйняття як творчий процес врахування того, як людина спрямовує свою увагу та вивчає об'єкти, відбирає необхідне з доступної інформації [цит. за 15; 16]. При цьому мовознавці розглядають різний ступінь єдності мови та сприйняття. Замість концентрації на власне мовному матеріалі, Є.С. Кубрякова вважає за необхідне співвідносити мовні дані з сенсомоторним досвідом людини, тобто мовний матеріал слід аналізувати на тлі біологічного, психологічного, культурологічного і соціального характеру [10; 479].

Соціальний чинник функціонування мас-медіа виявляється у їх зв'язку з економікою, політикою, інституційними практиками тощо [21; 36], а соціальні позиції, інтереси адресантів медіатекстів не лише

відображають реальність, але й кодуючи, передають її у певній перспективі [цит. за 15; 17]. ЗМІ, інформуючи про певні події, подають їх у відповідному ракурсі, чим і формують відображувально-конструктивістську реальність. Ця реальність визначається процесами медіатизації, що полягають у перетворювальній ролі медіа. Тобто, ЗМІ видозмінюють факти під час їх збору, обробки та передачі [4; 206]

Принциповим для медіа-дискурсу є розмежування індивідуального та суспільного орієнтування. Під індивідуальним орієнтуванням розуміють задоволення різноманітних потреб людини щодо надання всебічної інформації для встановлення факту існування певних явищ, а також їх значущості та наряду розвитку [17; 53]; під суспільним спрямуванням розглядають орієнтування широкої аудиторії, різних прошарків суспільства [цит. за 15; 18].

Отже, завдяки орієнтаційній взаємодії перцепції, мови та ЗМІ медіа-дискурс постає одним зі способів відображувально-конструктивістського творення реальності з урахуванням стану лінгвокогнітивного та мотиваційного рівнів мовної особистості.

Лінгвокогнітивний рівень мовної особистості представлений картиною світу, концептами та схемами їхньої взаємодії: спочатку активуються загальні структури, які дозволяють людині визначити своє місце у світі, а потім – окремі референти, між якими встановлюється відношення з метою виконання певної діяльності [15; 30]. Картину світу тлумачать як образ світу, відображений у найбільш загальному плані [14; 48]. У даному аспекті протиставляють універсальний та індивідуальний (суб'єктивний) компоненти картини світу [19; 148], встановлюється кореляція суспільно сформованого та власного набутого суб'єктивного досвіду.

З точки зору засобів активації виділяють знакову, мовну та медійні картини світу. Знакове відображення картини світу в певній традиції розглядають як модель світу [12; 16]. Під мовною картиною світу розуміють репрезентацію пізнавальної діяльності різних груп людей, яка зумовлена історичними, географічними, культурними чинниками в межах єдиного об'єктивного світу [8; 31]. Медійна картина світу

становить продукт безперервної інформаційної діяльності, у якій опредметнюється ментальна діяльність людини, спрямована на пізнання світу, в результаті постійної екстерналізації змісту свідомості окремих осіб, що стає частиною свідомості або картин світу багатьох людей унаслідок її актуалізації в медіатекстах [16: 140].

Членування картини світу здійснюється за допомогою ментальних структур різного ступеня узагальнення [15; 31]:

- бінарні опозиції, що ґрунтуються на протилежних ознаках, які мають перцептивні витоки (соціальні категорії свій/чужий, близький/далекий, внутрішній/зовнішній) [18; 26];

- концепти, які розглядаються як оперативні змістові одиниці пам'яті, концептуальної системи та мови мозку, всієї картини світу, репрезентованій у людській психіці [9; 90], тобто як етно-соціо-психолінгво-культурний феномен [цит. за 15; 31]. Концепти як макроодиниці структурують картину світу, забезпечують встановлення адресатом свого місця у світі та дискурсі, а як мінімальні одиниці формують референти – об'єкти екстралінгвальної дійсності, які автор має на увазі, промовляючи певний мовленнєвий відрізок [1; 410].

- фрейми, у яких втілено конкретні схеми взаємодії концептів.

Отже, концептуальна картина світу визначає місце адресата у світі та дискурсі, концепти структурують картину світу та конструюють референти, а ментальні схеми їх взаємодії відображають стан речей у визначений момент комунікації.

Мотиваційний рівень мовної особистості пов'язаний із потребами, які зумовлюють розвиток і поведінку людини, визначають побудову текстів, а також встановлюють ієрархію смислів і цінностей у мовній моделі світу [6; 37]. Так, взаємодію людини з мас-медійним дискурсом пов'язують з потребою у соціальному спілкуванні [13; 97].

Медійно-орієнтаційний, лінгвокогнітивний та мотиваційний рівні мовної особистості підпорядковують організацію мас-медійного дискурсу чотирьом структурним етапам діяльності адресата [15; 9]:

- загальному орієнтуванню;
- побудові референтів, про які повідомляє медіа;

- встановлення відношень між даними референтами;
- конструювання подій і їхніх послідовностей.

Дана схема відтворення медіаподій здійснюється за допомогою вербальних засобів, що утворюють відповідні виміри сучасного медіа-дискурсу: гіпертекстовий, номінативно-референційний, номінативно-синтаксичний і текстовий, що одночасно взаємодіють та знаходяться у гетерархічних відношеннях [15; 9],

Таким чином, мас-медійний дискурс, будучи процесом і результатом діяльності мовної особистості, має три рівні організації – медійно-орієнтаційний, лінгвокогнітивний та мотиваційний, які перебувають в ієрархічному співвідношенні. Кожний рівень має свої особливості щодо утвердження мовної особистості у соціально-культурному просторі сучасного англомовного медіа-дискурсу, а разом вони підпорядковують організацію дискурсу ЗМІ чотирьом структурним елементами, починаючи від загального орієнтування, встановлення референтів та міжреферентних зв'язків та закінчуючи конструюванням подієвої послідовності.

Перспективу подальшої розвідки становить дослідження вербальних засобів репрезентації вимірів сучасного медіадискурсу, а саме гіпертекстового, номінативно-референційного, номінативно-синтаксичного та текстового.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Булыгина Т.В., Крылой С.А. Функциональная грамматика //Лингвистический энциклопедический словарь /Гл. ред. В.Н.Ярцева: М., 1990. – 566 с.
2. Дейк Т.А. ван Язык. Познание. Коммуникация. Пер. с англ. / Сост. В.В.Петрова; Под ред. В.И.Герасимова; Вступ. ст. Ю.Н.Караулова и В.В.Петрова. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
3. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь: учебн. пособ. / Т.Г. Добросклонская. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 264 с.

4. Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004. – 416 с.
5. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс: монография / В.И. Карасик. – 2-е изд. – М.: Гнозис, 2004. – 390 с.
6. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М.: Наука, 1987. – 263 с.
7. Караулов Ю.Н. Предисловие. Русская языковая личность и задачи ее изучения / Ю.Н. Караулов // Язык и личность. – М.: Наука, 1989. – 261 с.
8. Колшанский Г.В. Объективная картина мира в познании и в языке / Г.В. Колшанский. – М.: Наука, 1990. – 108 с.
9. Кубрякова Е.С. Концепт // Краткий словарь когнитивных терминов. / Е.С. Кубрякова. – М., 1996. – 245 с.
10. Кубрякова Е.С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в понимании мира / Рос. академия наук. Ин-т языкознания. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
11. Маклюэн Г.М. Понимание медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.
12. Маковский М.М. Сравнительный словарь мифологической символики в индоевропейских языках: Образ мира и миры образов. – М.: Гуманит. изд. центр. ВЛАДОС, 1996. – 416 с.
13. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследование / М.М. Назаров. – М.: Авантиплюс, 2004. – 428 с.
14. Постовалова В.И. Картина мира в жизнедеятельности человека / В.И.Постовалова // Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира. – М., 1988. – 254 с.
15. Потапенко С.І. Сучасний англомовний медіа-дискурс: лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти: Монографія. – Ніжин: Видавництво НДУ імені Миколи Гоголя, 2009. – 391 с.

16. Рогозина И.В. Функции и структура медиа-картины мира // Методология современной лингвистики: Сборник статей. – Москва; Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2003. – 204 с.
17. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учебное пособие. — М.: Аспект Пресс, 2000. – 310 с.
18. Цивьян Т.В. Лингвистические основы балканской модели мира / Ин-т славяноведения и балканистики. Отв. ред. В.Н. Топоров. – М.: Наука, 1990. – 207 с.
19. Щирова И.А., Гончарова Е.А. Многомерность текста: понимание и интерпретация: Учебн. пособие. – Спб.: ООО «Книжный Дом», 2007. – 472 с.
20. Blommaert J. Discourse: A Critical Introduction Cambridge – Cambridge University Press, 2005. – 299 p.
21. Faircough N. Media Discourse. – London, Arnold, 1995. – 283 с.

В. В. Шилюк
магістрант
(Житомирський державний університет
імені Івана Франка)

Функціонування хеджингу в англomовному академічному дискурсі (на основі корпусу MICASE)

На сучасному етапі розвитку мовознавчої науки актуальним є вивчення мовлення крізь специфіку його реалізації у різноманітних мовних ситуаціях. В нашому дослідженні ми розглядаємо маркери хеджингу як засоби соціолінгвістичної характеристики взаємодії учасників академічного дискурсу. Актуальність обраної проблематики визначається все ширшим проникненням соціальної детермінанти у лінгвістичну сферу та необхідністю системного опису засобів соціолінгвістичної ідентифікації мовця.

Соціолінгвістична ідентифікація мовця в академічному дискурсі вивчалася такими дослідниками, як Л. Куликова, І. Шпенюк, Ю. Щербіна, Р. Аликаєв, Н. Сушкова. Вслід за М. Каменським, основною операційною одиницею соціолінгвістичного аналізу соціальної диференціації мови ми визначаємо, так звані, соціолінгвістичні змінні (*sociolinguistic variables*), тобто соціально марковані мовні кореляти стратифікаційної і ситуативної варіативності мови [2; 171], що виступають у нашій роботі як соціально марковані мовні одиниці – маркери позиції суб'єкта.

Необхідно зазначити, що висловлення учасників академічного дискурсу зумовлені насамперед статусною, представницькою функцією комуніканта. Таким чином, саме за допомогою модальності у матерії мови відображається її антропоцентричність. Виходячи зі сказаного, позиція суб'єкта визначається, як вимір ставлення, та включає риси, які стосуються шляхів, за допомогою яких автори презентують себе та повідомляють власні судження, думки та зобов'язання [8; 176].

В нашому дослідженні ми розглядаємо один із засобів вираження позиції суб'єкта дискурсивної діяльності – *'hedging'* (хеджинг – переклад С. В. Адамович) [1; 19]. К. Хайленд визначає хеджи як: «лінгвістичні засоби, які використовуються для позначення а) нестачі повного висвітлення правди супроводжувального твердження або б) бажання не виражати висвітлення правди категорично. Хеджи є, таким чином, засобами, за допомогою яких автор може представляти твердження як думку, а не факт» [6; 478].

Для вивчення функціонування лексико-граматичних маркерів хеджингу як засобів ідентифікації мовців в академічному дискурсі на першому етапі ми виділили потенційні маркери хеджингу, взявши за основу класифікацію К. Хайленда, яка представлена у працях “Metadiscourse” (2005) та “Hedging in Scientific Research Articles” (1998) [7: 218]. Матеріалом нашого дослідження стало 90 маркерів хеджингу, що були про класифіковані на 5 груп. Так, до групи **епістемічних модальних дієслів** (*epistemic modal verbs*) ми включаємо 8 маркерів (*could, may, might, ought, should та інші*), до групи **епістемічних лексичних дієслів** (*epistemic lexical verbs*), як маркерів хеджингу, ми включаємо 16 маркерів (*argue, assume, appear, believe, claim та ін.*); до групи **епістемічних прислівників** (*epistemic adverbs*) відносимо 47 маркерів хеджингу (*about, almost, apparently, around, approximately та ін.*); до групи **епістемічних прикметників** (*epistemic adjectives*) включаємо 10 маркерів (*apparent, doubtful, likely, possible, probable та ін.*); а до групи **епістемічних іменників** (*epistemic nouns*) ми відносимо 9 маркерів (*assumption, claim, estimate, doubt, hypothesis та ін.*). На другому етапі ми перевірили наявність виділених маркерів хеджингу в базі спеціалізованого Мічиганського корпусу усної академічної англійської мови MICASE (The Michigan Corpus of Academic Spoken English). Далі ми здійснили кількісний аналіз маркерів хеджингу відповідно до основних соціолінгвістичних параметрів: 1) гендерної приналежності мовця (мовлення чоловіків та жінок); 2) предметної галузі, в якій відбувається академічна комунікація (точні науки, до яких входять Biological and Health Sciences, Physical Sciences and Engineering та гуманітарні науки, до

яких відносяться Humanities and Arts, Social Sciences and Education); 3) академіної ролі комунікантів (мовлення викладачів: junior faculty, senior faculty та мовлення студентів: senior undergraduate, junior undergraduate, senior graduate, junior graduate).

Надалі за допомогою методу кількісних підрахунків та порівняння були визначені особливості соціолінгвістичної ідентифікації мовців-учасників академічного дискурсу. Оскільки вибірки мовлення учасників академічної комунікації згідно з зазначеними нами параметрами дослідження не однакові, то для визначення відмінностей у вживанні аналізованих маркерів ми брали до уваги не абсолютну частоту вживання конкретних одиниць, а частоту їх вживання на 100 000 слововживань [3; 62].

Спершу ми проаналізували функціонування маркерів з огляду на гендерну приналежність мовців, адже саме гендер є одним із важливих екстралінгвістичних факторів, що впливають на мовну репрезентацію і позиціонування соціолінгвістичної сутності мовця. Дж. Вуд наголошує на тому, що багато в чому жінки та чоловіки мають різні погляди на цілі та стратегії спілкування [10; 138].

Представимо кількісний аналіз використання маркерів хеджингу чоловіками та жінками в академічному мовленні у Рис. 1:

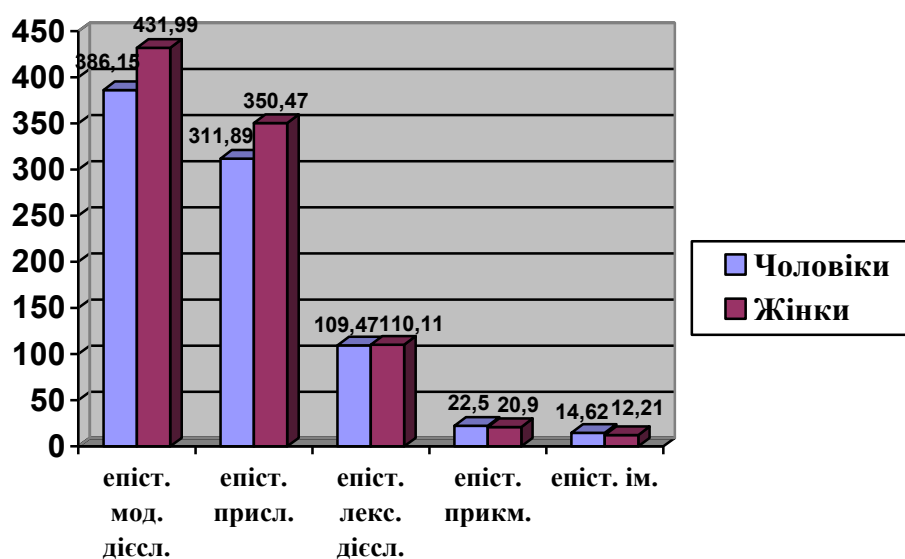


Рис. 1. Використання маркерів хеджингу чоловіками та жінками в академічному мовленні

Зазначимо, що чоловіки і жінки виявляють тенденції до різних стилів ведення полеміки. Чоловіки рідше погоджуються з критикою, частіше вдаються до іронії, посилення на авторитети, використовують менше мовних засобів, що виражають невпевненість, і в результаті справляють враження більш компетентних і впевнених у собі і своїй правоті фахівців, тобто більш успішно домагаються так званого „статусу експерта”.

Далі ми розглянули функціонування маркерів хеджингу у мовленні представників точних та гуманітарних наук. Отримані дані представлено на Рис. 2.

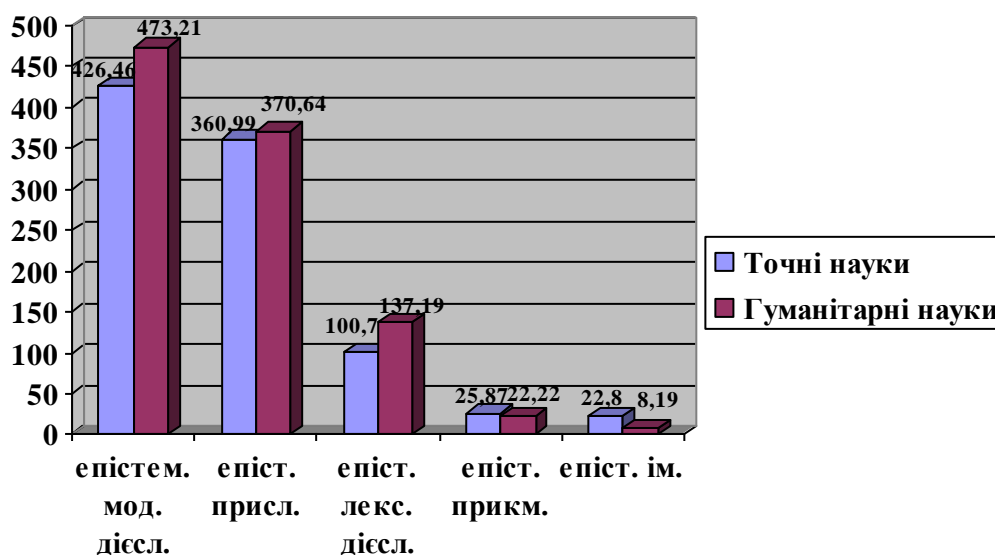


Рис. 2. Використання маркерів хеджингу представниками точних та гуманітарних наук в академічному мовленні

Як свідчить матеріал нашого аналізу, маркери хеджингу вдвічі частіше зустрічаються в гуманітарних науках, оскільки виклад матеріалу в зазначеній предметній галузі є більш вільним, в порівнянні з предметною галуззю точних наук. У представників, що здійснюють мовлення у предметній галузі гуманітарних наук є більша здатність до міркувань, тлумачень та відсутність абстрагованості у викладі матеріалу, у порівнянні зі сферою точних наук. Гуманітарні науки є менш формальними та виявляють сильну залежність об’єкту пізнання від його суб’єкту. Такий розподіл відповідає загальному

уявленню про більшу категоричність дискурсу природничо-технічних дисциплін та твердженню про те, що соціально-гуманітарним наукам не в такій мірі властива точність об'єктів дослідження та аналізу.

Останнім параметром, згідно якого здійснювалася соціолінгвістична ідентифікація учасників академічної комунікації, є академіна роль комунікантів. Кількісний аналіз використання хеджингу викладачами та студентами в академічному мовленні представимо у Рис. 3.

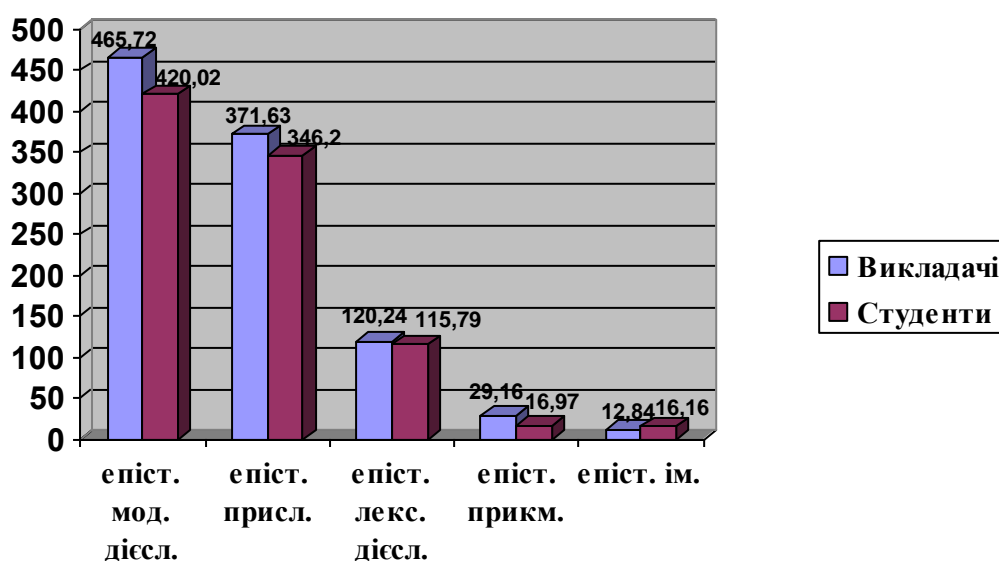


Рис. 3. Використання маркерів хеджингу викладачами та студентами в академічному мовленні

Згідно з результатами нашого дослідження, викладачі частіше використовують хеджинг, що допомагає підкреслити об'єктивне ставлення до матеріалу, що подається на розгляд студентів, надати мовленню відтінок некатегоричності та зменшити відповідальність за істинність певних фактів. Таким чином, за допомогою маркерів хеджингу можна визначити професійну ідентичність мовця. В даному випадку, хоча викладачу і приписується позиція авторитетного експерта і виділяється позиція студента – як підлеглого, але Дж. Коатс вважає, що статус експерта інколи є небажаним при кооперативному спілкуванні [5; 338]. Підкреслимо, що викладачі вживають маркери хеджингу в своєму мовленні для

зменшення категоричності висловлень та для сприяння кооперації зі студентами у процесі викладання. Оскільки однією з лінгвокультурних рис академічного дискурсу є уникнення категоричності при вираженні власної думки, викладач намагається не нав'язувати свою думку, не висловлювати свої судження прямо та уникати однозначних відповідей [11; 294].

Розглянувши кількісні переваги у вживанні певних маркерів хеджингу у кожній з виділених груп, ми прийшли до висновку, що серед епістемічних модальних дієслів найчастіше зустрічається маркер “*would*” (у мовленні жінок з частотою 251,58 вживань, у мовленні чоловіків частота вживання становить 230,39 одиниць; у мовленні представників точних наук – 246,7 одиниць, та гуманітарних – 281,98 випадків; частота вживання 267,61 одиниць – в мовленні викладачів та частота 254,46 випадків – в мовленні студентів). Таку тенденцію можливо пояснити прямим епістемічним значенням даного модального дієслова, а також твердженням Дж. Коутс про те, що дане модальне дієслово вживається переважно в епістемічному значенні та є гіпотетичним варіантом маркера передбачення дії [Цит. за: 5]. Наприклад:

- *So i i would say the same thing with Spanish. You have Puerto Rican English and you probably have Colombian English (Female) [MICASE, STP355MG011].*

З даного прикладу слід зазначити, що основна частина виразів з “*would*” вживаються в активному стані, а одними з найчастіших дієслів, що слідують за “*would*” є “*be*”, “*say*”, “*appear*”, “*suggest*”.

Групою, яка стоїть на другому місці за частотою вживання є епістемічні прислівники. Згідно з дослідженням П. Браун епістемічні прислівники є основними маркерами вираження позитивної/негативної ввічливості, оскільки допомагають встановити певні відносини між мовцями, що в свою чергу змінює силу мовленнєвого акту [4; 120]. Найчастотнішим маркером серед аналізованих епістемічних прислівників є прислівник “*maybe*” (у мовленні чоловіків частота вживання становить 61,16 одиниць, натомість у жіночому мовленні цей прислівник становить частоту 85,25 вживань; у

мовленні представників точних наук – з частотою 59,34 слововживань, представників гуманітарних наук – 99,41 одиниць; у мовленні студентів зареєстровано частоту вживання 104,4 одиниць, а в мовленні викладачів – 58,24 слововживань). Наприклад:

- (...) *it was the top half of one percent uh highly gifted, kids, uh who were followed over, i think it's maybe sixty years now (Male) [MICASE, LES500JU136].*

У даному твердженні спостерігаємо сполучення епістемічного прислівника “*maybe*” з числівником “*sixty*”. Цей випадок не є поодиноким, адже у академічному мовленні популярним є сполучення епістемічних прислівників “*about*”, “*almost*”, “*around*”, “*approximately*” з числівниками.

Наступними за частотністю у вживанні чоловіками та жінками є епістемічні лексичні дієслова. Найбільш вживаним епістемічним лексичним дієсловом є дієслово “*guess*” (частота вживання серед чоловіків 34,97 одиниць та серед жінок – 35, 2 випадків; частота вживання 41,17 одиниць у мовленні представників гуманітарних наук та 35,66 одиниць у мовленні представників точних наук; у мовленні викладачів з частотою 20,46 одиниць, а студентів – з частотою 57,52 слововживань). Наприклад:

- (...) *so i guess the idea is that, well we run the G-A to optimize some pulse shape, or to optimize some feedback (...) (Physical Sciences and Engineering) [MICASE, MTG485SG142].*

У наведених прикладах ми спостерігаємо суб’єктивізацію висловлення [9: 68-69]. Зазначена стратегія є найбільш частотним виявом хеджингу у корпусі та реалізується за допомогою використання займенника “*I*” та дієслів міркування.

Четвертою за частотністю групою маркерів хеджингу, що аналізувалися, є епістемічні прикметники. Дані нашого дослідження свідчать, що найчастотнішим епістемічним прикметником є “*likely*” (частота його вживання у мовленні чоловіків становить 7,88 одиниць, а у мовленні жінок – 7,26 слововживань; у мовленні викладачів зареєстровано частоту 11,99 слововживань, а у мовленні студентів –

частоту 3,91 випадків; у мовленні представників точних наук частота 10,52 слововживань, а гуманітарних – 6,55 одиниць). Наприклад:

- *And so if the decision goes against the University of Michigan, it's likely that you could see a decrease in that percentage maybe to, five to ten percent like that i don't know (Senior Undergraduate) [MICASE, SEM495SU111].*

В представленому прикладі ми спостерігаємо стратегію хеджингу, яка визначається як провокаційний/ замаскований хеджинг [9; 68-69].

Останню групу, що є найменш частотною, складають епістемічні іменники. Найменш частотним серед усіх мовців є епістемічний іменник “*probability*” (у мовленні чоловіків частота вживання 3,31 одиниць, а у мовленні жінок частота 5,98 слововживань; у мовленні представників точних наук з частотою 22,8 одиниць, а представників гуманітарних наук – з частотою 8,19 вживань; у мовленні викладачів – з частотою 2,31 слововживань, а в мовленні студентів – з частотою 7,68 одиниць). Наприклад:

- *There's some probability, that people believe_ there's some probability people place on, whether or not their effort is gonna produce a given performance (Male) [MICASE, LEL185SU066].*

Зазначимо, що не всі виділені маркери хеджингу реалізувались у мовленні представників академічного дискурсу. Наприклад, такі маркери, як “*from our perspective*”, “*from this perspective*”, “*in most instances*”, “*slightly to my knowledge*”, “*uncertainly*”, “*unclearly*” взагалі відсутні у корпусі.

Підсумовуючи всі зазначені соціолінгвістичні параметри, зазначимо, що ідентифікація суб'єктів дискурсивної діяльності часто відбувається за допомогою їх висловлень, тому для ефективної комунікації необхідно не лише вдало конструювати маркери вираження позиції суб'єкта дискурсивної діяльності у дискурсі, а й вміти розпізнавати позиції партнерів по комунікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Адамович С. В. Семантическая категория аппроксимации и система средств ее выражения / С. В. Адамович. – Гродно: ГрГУ, 2011. – 183с.

2. Каменский М. В. К вопросу о социолингвистической парадигме дискурсных маркеров английского языка / М. В. Каменский // Вестник Ставропольского государственного университета. – 2007. – № 50. – 171-178 с.
3. Biber D. Register, genre, and style / D. Biber, S. Conrad. – NY: Cambridge University Press, 2009. – 352 p.
4. Brown P. How and why are women more polite: some evidence from a Mayan community/ P. Brown// S. McConnell-Ginet, R. Borker & N. Furman (eds.). – New York: Praeger, 1980. – 111-136 p.
5. Coates J. The role of epistemic modality in women's talk/ J. Coates// Modality in Contemporary English. – 2001. – 331-348 p.
6. Hyland K. Nurturing hedges in the ESP curriculum. // System. – 1996. – № 24 (4). – 477-490 p.
7. Hyland K. Hedging in Scientific Research Articles / K. Hyland. – Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1998. – 318 p.
8. Hyland Ken Stance and engagement: a model of interaction in academic discourse / Ken Hyland. – London: SAGE Publications, 2005, 173- 192 p.
9. Markkanen R. Hedging and discourse: approaches to the analysis of a pragmatic phenomenon in academic texts / R. Markkanen, H. Schröder. – Berlin: Walter De Gruyter, 1991. – 280 p.
10. Wood J. T. Who cares? Women, care and culture / J. T. Wood. – USA: Southern Illinois University Press, 1994. – 138 p.
11. Шпенюк І. Є. Лінгвокультурні особливості американського науково-академічного дискурсу / І. Є. Шпенюк. – Режим доступу: http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/lingv/2012/Shpeniuk%20288-296.pdf

СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ

12. Michigan Corpus of Academic Spoken English (MICASE). – Режим доступу: <http://www.helsinki.fi/varieng/CoRD/corpora/MICASE/index.html>

К.В. Шморгун
викл.,аспірант
(Житомирський державний університет
імені Івана Франка)

Лексико-граматичні та функціональні аспекти термінологічної лексики в професійній комунікації

Проблемами становлення, семантикою та розвитком термінологічних одиниць фахової лексики займались вітчизняні та зарубіжні дослідники, зокрема В. Виноградов, В. Лейчик, Г. Винокур, Б. Головін, Т. Кияк, В. Даниленко, К. Кусько, А. Крижанівська, Е. Жильбер, А. Ширмер, Й. Сміт, Ф. Дорнер та інші. Термінологія є найбільш динамічним складником лексичної системи мови, що характеризується постійним розвитком та неологізацією.

Утворення сучасної термінологічної лексики англійської мови починається з часів Чосера. У своїй праці «*Treatise on the astrolabe*» Чосер вперше вжив терміни *declination*, *ecliptic*, *latitude*, *longitude*, *meridian*, *zodiac* у тому значенні, в якому вони вживаються дотепер. Він також ввів до вжитку, крім грецьких і латинських, арабські терміни *nadir*, *zenith*, *azimuth*.

Короткий тлумачний словник дає таке визначення слова “термін”: **термін** (лат. *terminus* “границя, кінець, межа”) – це спеціальне слово чи словосполучення, що прийняте в певній професійній сфері і застосовується в особливих умовах. Термін представляє собою словесне означення поняття, яке входить в систему понять певної області професійних знань [1].

Характерними та найточнішими ознаками терміну є:

1. Стилiстична лаконiчнiсть.
2. Присутнiсть дефiнiцiї (визначення) в термiнах.
3. Вiдсутнiсть образностi, експресiї та семантичного забарвлення.
4. Моносемiчнiсть (однозначнiсть) термiна в межах однiєї галузi, наукової дисциплiни, або сфери дiяльностi.

5. Системність терміна (зв'язок з іншими термінами даної предметної сфери) [2].

Е.Ф. Скороходько виділяє три групи термінів, які функціонують в межах одного тексту: інтрагалузеві, тобто спеціальні терміни тієї галузі, до якої належить конкретний текст; екстрагалузеві, тобто спеціальні терміни інших галузей; загальнонаукові, загальнотехнічні та міжгалузеві терміни [3].

Ми проаналізували специфіку термінів різних галузей на основі англomовних текстів та термінологічних словників і побачили, що терміни за своєю структурою є різносемантичними та мають свої стилістичні та лексичні особливості вживання. Розглянемо лексико-граматичні та функціональні аспекти на прикладі термінології медичної галузі.

Кожна частина мови характеризується певним набором афіксів (суфіксів і префіксів), які застосовуються для утворення нових слів (основ), що відносяться до цієї частини мови. Існують певні афікси іменників, дієслів, прикметників, прислівників. На відміну від звичайних (невіддільних) суфіксів окремі суфікси мають наголос, пишуться окремо від вивідної основи і можуть бути відокремлені від неї іншими словами, наприклад: *lack of proper nutrition*- відсутність правильного харчування.

Внаслідок конверсійного словотворення з'являються слова-омоніми, що збігаються за формою основ, але мають різні значення і відносяться до різних частин мови (*necrosis bacillus* – некроз бацила [4]).

Для утворення іменників найбільш вживані такі суфікси: суфікс-[er], який утворює іменники від дієслів: *flashbacker* - повторення пам'яті, почуття, сприйняття досвіду з минулого.

Суфікс-[ist], який утворює іменники від іменників (рідше-прикметників) вживається в тому ж значенні, що і український суфікс-іст- в слові –соціаліст- тобто означає приналежність до певної партії, суспільної групи, професії: *gynecologist* – гінеколог.

Утворення іменників за допомогою словоскладання. Складні іменники утворюються найчастіше з двох основ іменників: disabilities – інвалідність.

Складні іменники, що пишуться разом або через дефіс: bird-arm - атрофічні укорочення передпліччя.

Складні іменники утворюються також поєднанням основ прикметника та іменника: hillock - горбок аксони.[5]

У сучасному світі термінологія відіграє важливу роль у професійній комунікації людей, будучи джерелом отримання і передачі наукової інформації, а також інструментом оволодіння спеціальністю. Проведене на матеріалі англомовної медичної термінології дослідження є розробкою однієї з проблем залежностей між когнітивними структурами свідомості та семантики терміна.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Гринчишина Д. Г. Короткий тлумачний словник української мови.//Просвіта, 2010 р. — 245 с.

2. Зубков М.Г. Сучасне ділове мовлення. //Торсінг – Харків, 2001 р.— 63с.

3. Скороходько Е. Ф. Термін у науковому тексті (до створення терміноцентричної теорії наукового дискурсу). – К., 2006. – 99 с.

4. Heather Vareman, Ruth Hillmore, Daisy Jackson. Dictionary of Medical Terms. Fourth Edition.//Bloomsbury Publishing. - London, 2004. —13,357,214,723,57 р.

5. Mattew Cahill. Living longer and better with health problems.//Springhouse Corporation. - Pennsylvania, 1996.— 305р.