

Міністерство освіти і науки України
Житомирський державний університет імені Івана Франка
Навчально-науковий інститут іноземної філології
Кафедра англійської мови

The Philological Universe^S

Збірка наукових робіт

Житомир – 2021

УДК: 811.11+821.111+81'25+81'23

Рекомендовано до друку Вченою радою Житомирського державного університету імені Івана Франка (Протокол № 12 від 25 червня 2021 р.)

Засновники: ННІ іноземної філології ЖДУ імені Івана Франка кафедра англійської мови

Редакційна колегія:

к.ф.н., доц. Білюк І. Л.

к.п.н., доц. Дячук Н. В.

к.ф.н., доц. Котнюк Л. Г.

к.ф.н., доц. Чумак Л. М.

к.ф.н. Кодубовська О.О.

Левченко О.М.

Рецензенти:

Нечипоренко Віолета Олександрівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземної філології та перекладу Вінницького торгівельно-економічного інституту КНТЕУ;

Данильченко Ірина Валеріївна – кандидат філологічних наук, асистент кафедри теорії та практики перекладу з англійської мови Київського національного університету імені Тараса Шевченка;

Шуба Юлія Володимирівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри практики англійської мови Черкаського національного університету ім. Б. Хмельницького.

The Philological Universe^S : Збірка наукових робіт. Житомир, 2021. – 81 с.

Збірка наукових робіт містить результати досліджень студентів та науковців з актуальних проблем сучасної лінгвістики та перекладознавства. Матеріали друкуються в авторській редакції.

© Житомирський державний університет імені Івана Франка, 2021

ЗМІСТ

Аліна Безуса, Людмила Чумак Особливості використання структурно-складних іменників лексико-семантичної групи “Дія” в сучасному англомовному медійному дискурсі.	6
Ірина Берчук, Людмила Чумак Суфіксальна система сучасної англійської мови: структурно-прагматичний аспект (на матеріалі медійних повідомлень за 2019-2020 рр.).	8
Вікторія Бовсунівська Лексичні засоби мови рекламного тексту.	9
Катерина Бубен, Людмила Чумак Особливості використання засобів мовної економії в сучасній англомовній художній літературі.	11
Ілона Войтенко, Людмила Чумак Англомовні скорочення як особливості віртуального спілкування.	13
Ірина Ганношина Композит як номінативна одиниця в сучасній англійській мові.	15
Юлія Гладюк Словотвірні способи формування англомовної інноваційної термінології.	17
Аліна Головин «Модні слова» у сучасній англійській мові (на матеріалі медійних повідомлень за 2019-2020рр.).	18
Христина Гриб, Ольга Левченко Граматичні девіації в текстах англомовних пісень.	20
Катерина Даниленко, Людмила Чумак Слова підсилювачі та кількісні слова: прагматичний аспект (на матеріалі сучасних англомовних медійних повідомлень).	22
Алтин Джумаєва, Людмила Чумак Функціонування префіксальних лексичних інновацій на матеріалі повідомлень сучасного англомовного медійного дискурсу у перекладознавчому аспекті.	24
Ольга Довгань, Наталія Дячук Чоловіче та жіноче мовлення в розмовній мові.	26
Дарья Кудельська, Наталія Дячук Пасивні та каузативні структури в художньому тексті.	29
Олександра Кожушко, Людмила Чумак Шляхи та способи творення англомовних неологізмів інтернет-сфери.	31
Яна Колесник, Людмила Чумак Лексико-семантична особливість подвійного заперечення в англійській мові (на матеріалі сучасних англомовних повідомлень).	32

Анастасія Костюкова Лексико-семантична група <i>emotions</i> в англійській мові.	35
Анна Кузьмінська, Наталія Дячук Метафора у рамках дискурсу художнього тексту.	36
Катя Кухар, Людмила Чумак Структурно-семантичні особливості аббревіатур та скорочень в сучасних англомовних медійних повідомленнях.	40
Вікторія Лежнюк, Людмила Чумак Типи скорочень та їх функціональне використання в сучасному англомовному медійному дискурсі.	42
Аліна Луцик, Людмила Чумак Англомовні неологізми у науково-фантастичних творах: структурно-прагматичний аспект.	44
Катерина Мазур, Наталія Дячук Підтекст як засіб вираження емоцій в художньому тексті.	46
Катерина Мартинчук, Людмила Чумак Телескопія як продуктивний спосіб словотворення на прикладі повідомлень сучасного англомовного інтернет-дискурсу.	48
Олександр Мартинюк Складнощі перекладу дитячої літератури.	50
Тетяна Марчук, Оксана Кодубовська Використання перекладацьких трансформацій у перекладі роману «Звіяні вітром».	52
Марина Мірова Перекладацькі прийоми та трансформації при адаптації слоганів.	55
Олександра Пшенична, Людмила Чумак Використання прямого та зворотного порядку слів у сучасному англійському реченні (на матеріалі повідомлень медійного дискурсу).	57
Наталія Радченко, Людмила Чумак Структурно-семантичні особливості англомовних субтитрів у медіа матеріалах.	60
Леся Ракович, Людмила Чумак Продуктивні словотвірні моделі у сучасному англомовному медійному дискурсі (на матеріалі медійних повідомлень за 2019-2020 рр.).	62
Марина Селезень, Людмила Чумак Субстантивація прикметників (на матеріалі сучасних англомовних медійних повідомлень).	64
Анна Середюк, Інна Білюк Засоби та особливості перекладу англомовного сленгу.	66
Юлія Слюсарчук, Ольга Левченко Лексико-граматичні особливості англомовних інтернет-блогів.	68
Вікторія Черниш, Наталія Дячук Стратегія як інструмент реалізації інтенції в лінгвістичній парадигмі.	70

Олена Цимбалюк, Людмила Котнюк Структурні особливості англійських паремій.	72
Олександра Українець, Інна Білюк Англомовні скорочення у сучасній пресі: функціональний і семантичний аспекти.	74
Інна Якубовська, Оксана Кодубовська Семний склад конститuentів лексико-семантичної групи <i>town/city/місто</i> в англійській та українській мовах.	76
Анастасія Яценко Особливості словотвору англійського молодіжного сленгу.	78
Марина Конопля Образ країни як предмет лінгвістичних досліджень	79

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СТРУКТУРНО-СКЛАДНИХ ІМЕННИКІВ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНОЇ ГРУПИ “ДІЯ” В СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

Розвиваючись мова завжди накопичує нові лексичні одиниці (інші терміни: неологізми, інновації, новотвори) - нові лексичні одиниці за формою, а також їх окремі значення, вислови, які з’явилися в мові на даному етапі її розвитку, і новизна яких усвідомлюється мовцями (загальномовні неологізми) або були вжиті тільки в якомусь акті мовлення, тексті чи мові певного автора [2, с. 84-85].

Іменник є тою частиною мови, яка в собі постійно накопичує нові одиниці.

Актуальність даного дослідження полягає у дослідженні поповнення англійської мови новими структурно-складними іменниковими лексичними одиницями, утвореними за допомогою морфологічних способів словотвору.

Метою нашого дослідження є дослідити особливості використання похідних іменників лексико-семантичної групи «Дія» в сучасному медійному дискурсі, а саме в медійних повідомленнях.

У роботі зазначені моделі словотворення, відповідно до класифікації Х. Марчанда. Вчений виділяє морфологічні та неморфологічні моделі словотворення в англійській мові [5, с. 65]. В нашій роботі аналізуються лексичні новотвори морфологічної моделі словотворення – суфіксація.

Розглянемо використання лексичної одиниці *treatment*, утвореної за допомогою суфікса *-ment*, сема якого ‘*used to form nouns that refer to an action or process, or its resul*’ [3] вказує на результат дії. Наприклад: *150,000 people turned out to protest the **treatment** of Palestinians in Gaza, Al-Aqsa Mosque, West Bank and Sheikh Jarrah by Israeli forces.* (https://www.instagram.com/p/CO5qrbrjka7/?utm_source=ig_web_copy_link).

Лексема *treatment* утворилась на основі морфологічної моделі суфіксації за допомогою додавання до дієслова *treat* у значенні “поводитись / лікувати” суфікса *-ment*. Аналізована лексема має 2 значення. У вище наведеному прикладі показано використання лексичної одиниці *treatment* – “поводитись”. Зазначена одиниця вживається у значенні поведінкової моделі “*the way you deal with or behave towards someone or something*” [3], що унаочнює функціонування похідної лексичної одиниці у медійному повідомленні. Інше трактування лексичної одиниці *treatment* – “лікувати” у значенні медичної термінології “*the use of drugs, exercises, etc. to cure a person of an illness or injury*” [3].

Автор використовує лексичну одиницю *treatment*, зображуючи приклад соціальної поведінки в пості сторінки «Middle East Eye» соціальної мережі Instagram, за 15 травня 2021 року.

Автор, демонструючи співчуття постраждалим внаслідок сутичок у Східному Єрусалимі, інформує про надзвичайні події в Ізраїлі, що сталися на початку травня, та мотивує читача підтримати протестуючих в знак солідарності

з палестинцями в боротьбі з Ізраїльтянами, про що свідчить використання іменника *treatment* та дієслова *to protest*.

Інший приклад використання лексичної одиниці в англomовному медійному дискурсі демонструє структурно-складний іменник, утворений за моделлю словоскладання у комбінації з суфіксацією *coronavirus restrictions: Coronavirus restrictions were broken, prompting officers to break up one of the protests*. (<https://www.bbc.com/news/live/world-middle-east-57099013>).

Відомо, що значення суфікса *-tion* вживається на позначення дії, стану або ж абстрактних понять. Похідна лексична одиниця *restrictions* у значенні “*an official limit on something*” [3] у поєднанні з іменником *Coronavirus* у функції означення, утворилась з додаванням до дієслова *restrict* – “обмежити” суфікса *-tion*, який передає значення стану або результату, спричиненого дією коронавірусної інфекції Covid-19. Лексична одиниця *Coronavirus restrictions* використана у новинах телевізійної передачі ВВС за 15 травня 2021 року у повідомленні про палестинську підтримку на вулицях Європейських міст у час коронавірусної пандемії. Автор медійного повідомлення готує читача до подачі наступної інформації у вигляді переліку правил, які люди проігнорували, не дотримались під час пандемії, про що свідчить вживання іменника *restriction* та прикметника *broken*, що використовується автором з метою привернення уваги до необхідності введення більш жорстоких карантинних обмежень для населення міста Парижу.

Отже, як висновок зазначимо, що суфіксальна модель є продуктивною у процесах поповнення словникового складу сучасної англійської мови новими лексичними одиницями. Похідні іменники лексико-семантичної групи “Дія” активно використовується у сучасному англomовному медійному дискурсі. Структурно-складні іменники допомагають автору медійного повідомлення донести необхідну інформацію до читача, використовуючи такі лексичні одиниці у відповідному контексті шляхом інформування, привернення уваги, маніпулювання, порівняння тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Британська компанія суспільного телерадіомовлення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bbc.com/news/live/world-middle-east-57099013>
2. Заботкина В. И. Новая лексика современного английского языка / Заботкина В. И. – М. : Высшая школа, 1989. – 126 с.
3. Кембриджський словник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dictionary.cambridge.org>
4. Соціальна мережа Instagram [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.instagram.com/p/CO5qrbrjka7/?utm_source=ig_web_copy_link
5. Marchand H. Word-building in the English language / H. Marchand. – Cambridge: Cambridge University Press, 1980. – 293 p.

СУФІКСАЛЬНА СИСТЕМА СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ: СТРУКТУРНО-ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ (НА МАТЕРІАЛІ МЕДІЙНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ ЗА 2019-2020 РР.)

Розвиток мови зумовлено у значній мірі розвитком її словотвірної системи, становленням нових словотвірних моделей, збільшенням або зменшенням їх продуктивності та багатьма іншими мовними та позамовними факторами.

Словниковий склад сучасної англійської мови поповнюється, в основному, шляхом словотворення і запозичень. Словотворення визначають як сукупність діючих у мові правил і способів утворення нових слів на базі тих, що вже існують у мові. Словотворення тісно пов'язане, з одного боку, з лексикою, а з іншого – з граматикою. Зв'язок словотворення з лексикою полягає в тому, що кожне утворене слово є одиницею словникового складу мови. Але, оскільки процес утворення нових слів відбувається за моделями, притаманними даній мові, і кожне слово є тією чи іншою частиною мови, то в цьому простежується зв'язок словотворення з граматикою [1, с. 110].

Суфіксальна система англійської мови досліджувалась у працях як вітчизняних, так і зарубіжних мовознавців (І. Арнольд, В. Аракін, І. Берман, Р. Гінзбург, Ю. Зацний, С. Єнікеева, О. Лашкевич, З. Харитончик, В. Виноградов, Я. Грім, О. Кубрякова, М. Брус, Н. Іщенко, Х. Марчанд, Г. Новак, А. Норанович, С. Семенюк, А. Уфімцева,).

Суфіксація – спосіб творення нових слів шляхом приєднання до кореня або основи слова суфіксів. Суфікс є деривативним елементом, що додається до основи наприкінці слова, який є або був продуктивним елементом словотвору [3].

За допомогою суфікса зберігається одне лексико-граматичне значення, використання якого з основою конкретних груп слів спонукає до формування відповідних частин мови. Таким чином, суфіксація – важливий спосіб словотворення в англійській мові, що склалась історично.

Англомовна лексика утворюється за моделями словотвірної деривації, з позиції їх комунікативної та прагматичної значущості. Використання різних лексичних одиниць демонструє, як відбувається мовленнєвий вплив на читача в медійному дискурсі [2].

Наведемо приклад використання лексичної одиниці *co-producer*, утвореного за допомогою додавання іменникового суфікса *-er* та префікса *co-* твірної основи *produce* в медійному повідомленні “Death to 2020 review: Charlie Brooker’s Netflix mockumentary is a complete mess”: *So it's baffling that for this Netflix one-off, Death to 2020, he and his longtime **co-producer** Annabel Jones have taken their unbroken idea and tried to fix it, with the usual results.* (<https://www.independent.co.uk>).

Суфікс *-er* аналізованої лексеми *co-producer* унаочнює використання суфіксального способу творення лексичної одиниці, що вживається на позначення професії, роду заняття особи. А префікс *co-* у даному прикладі вказує на певну дію, що виконується з кимось спільно, та може трактуватись і перекладатись як «давній продюсер», з ким автор цього медійного повідомлення зреалізували свою незламну ідею та отримали довгоочікуваний результат.

Отже, як висновок зазначимо, що суттєве завдання словотвору полягає у дослідженні формальних, генетичних, семантичних особливостей і закономірностей формування нових лексичних одиниць, які свідчать про постійний розвиток мови.

На сьогодні місце словотвору в системі лінгвістичних дисциплін (стилістика, лексикологія, граматики, морфологія), а також певні особливості та процеси словотворчого аналізу є актуальними у розвитку сучасного англійського мовознавства та становлять предмет дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Алефіренко Л. Б. Особливості словотвірної структури суфіксальних збірних іменників у сучасній англійській мові. Полтава : Техсервіс, 2007. 110 с.
2. Жлуктенко Ю. А. Конверсія в сучасній англійській мові як морфологічносинтаксичний спосіб словотворення. К.: 1958. 250 с.
3. Малінко О. Г. Специфіка словотворення в англійській мові. URL: <https://grammarway.com/ua/suffixes> (дата звернення: 29.04.2021).

В. Бовсунівська
Житомирський державний університет імені Івана Франка

ЛЕКСИЧНІ ЗАСОБИ МОВИ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТУ

Реклама – явище багатогранне та багатоаспектне. Реклама – це маркетингова інформація, яку поширюють за допомогою різних засобів, і адресують певній аудиторії з метою залучення уваги до певного товару. Реклама сприяє підтримці інтересу потенційних покупців і забезпечує закріплення і просування товару на ринку.

Основною метою всіх рекламних текстів є не тільки інформування покупців про певний товар, але й вплив на їхню підсвідомість.

Реклама оточує нас всюди і є значною частиною сучасного життя. Будь-яке рекламне повідомлення, безсумнівно, має рекламний текст, який породжує науковий і практичний інтерес в лінгвістиці. Реклама впливає на суспільство і споживчу аудиторію, орієнтуючись на очікування, мотиви і запити споживачів.

Головною функцією реклами в економіці є не тільки формування попиту і пропозиції через надання всієї потрібної і корисної інформації про конкретні товари або послуги, а й створення певного образу продукту.

Текст – це структурована одиниця, що складається з більш дрібних одиниць. Для створення неповторного і яскравого образу рекламного продукту,

в рекламі використовуються множинні тропи. Тропи – це слова і вирази, завдяки яким можна домогтися більшої виразності художнього образу предмета. Вони живаються як порівняння, асоціації або гри слів, замінюючи буквально значення слів або накладаючи інше значення поверх буквального значення слова [4,с.92]. Серед найбільш ефективних і найпоширеніших тропів в рекламі можна виділити епітет, порівняння, метафору.

Епітет є художнім прийомом, словом або словосполученням, що надає предмету емоційне забарвлення. Найчастіше епітетами є прикметники. Головна роль епітетів – це посилення образу, яким володіє конкретний об'єкт [5,с. 45]. Використання епітетів у тексті рекламних роликів – один з найбільш ефективних способів управління пам'яттю покупця. Це можна пояснити тим, що епітети допомагають створювати образ продукту, який здатний викликати певні асоціації. Прикладом використання епітетів у тексті реклами є реклама популярних американських сухих сніданків Kellogg's «They're grreat!/ Вони найкращі!», або реклама Діснейленду «The happiest place on Earth/ Найщасливіше місце на землі» [5, с.50].

Порівняння – зіставлення двох предметів або явищ з метою пояснення одного з них за допомогою іншого. Рекламований товар, безсумнівно, повинен відрізнятися від інших продуктів-конкурентів. Крім того, використання порівнянь в сучасних рекламних текстах можна пояснити прагненням маркетологів якомога яскравіше виділити свій товар на ринку і домогтися оригінального звучання. Прикладом такої реклами є слоган шоколаду Bounty: A taste of paradise. Або один із слоганів компанії KFC: Nobody does chicken like KFC. Тим самим виробники прагнуть зробити свій товар яскравим і незабутнім серед своїх конкурентів.

Метафора в рекламному тексті бере на себе одну з головних ролей, заманюючи і спонукаючи потенційних покупців придбати рекламований продукт. За допомогою метафори чітко здійснюється принцип індивідуалізації, який акцентує свою увагу на унікальності і неповторності об'єктів зіставлення, що встановлює їхню подібність не більше ніж в якомусь конкретному ракурсі і загострює увагу на одній певній деталі [3,с.633]. Метафора слугує не тільки засобом виразності для створення «образу», але і допомагає сформулювати чітке твердження про всю цінність товару, яке несе за собою особливе інформаційне навантаження. Таким прикладом є реклама косметичного бренду Schwarzkopf Palette.»Your hair. Your canvas/ Ваше волосся – ваше полотно». В цій рекламі фарби для волосся Schwarzkopf Palette ключовим є слово «canvas». Можна сказати, що тут метафора передає всю красу волосся і багатство відтінків, чого можна домогтися, використовуючи фарбу для волосся бренду Schwarzkopf Palette. Так, автор реклами хоче сказати покупцеві, що на волоссі, як на полотні, можливо створити справжній шедевр, звичайно ж, користуючись фарбою для волосся цього бренду.

Таким чином, можна зробити висновок, що лексичні засоби, при написанні рекламного тексту, відіграють одну з головних ролей. Всі ці стилістичні привертають і утримують увагу потенційних покупців, насичуючи сам текст

значущими образами і елементами, що, безсумнівно, є одним з інструментів впливу і маніпулювання свідомістю та розумовим процесом покупців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Вернадская Ю.С. Текст в рекламе, 2008. – 288 с.
2. Желтухина М.Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ, 2003. – 65с.
3. Мачушенко Т. С. Метафора в рекламных текстах, 2017. – № 12. – С. 633-635.
4. Петров О.В. Риторика. Что такое эпитеты и какие они бывают, 2004. – 92 с.
5. Hornby AS. Oxford Advanced Learners Dictionary of Current English / Hornby A.S. – М.: Oxford: University Press, 1988. – 964 p.

**К. В. Бубен,
Л. М. Чумак**

Житомирський державний університет імені Івана Франка

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ МОВНОЇ ЕКОНОМІЇ В СУЧАСНІЙ АНГЛОМОВНІЙ ХУДОЖНІЙ ЛІТЕРАТУРІ

Принцип мовної економії, що міститься в основі багатьох мовних модифікацій, визнається багатьма лінгвістами світу (А. Мартіні, О. Єсперсен, Ш. Балі, Л. Блумфілд, Р. А. Будагова, І. О. Бодуен де Куртене, О. М. Пешковський, Б. О. Серебренніков).

В англomовних текстах скорочення займають значне місце. Вони функціонують самостійно і часом стають більш відомими, ніж їх джерела. Одним з найпоширеніших способів створення нових номінативних одиниць є аббревіація, а різні екстралінгвістичні і внутрішньомовні чинники прискорюють тенденцію до скорочення слів, в результаті чого мова змінюється, збагачується і постійно розвивається. Аббревіація виступає продуктивним і ефективним засобом поповнення лексичного складу сучасної англійської мови.

Розвиток мови відбувається постійно і здійснюється на всіх рівнях:

- піддається змінам звукова система;
- змінюється морфемний склад слова;
- зазнають семантичних змін слова і словосполучення;
- змінюється структура речення.

Найбільш помітні і відчутні трансформації відбуваються в словниковому складі мови, тобто в лексиці, яка в будь-який період свого розвитку є конгломератом різних за своїм характером і особливостям процесів.

На синтаксичному рівні мовна економія здійснюється, перш за все, шляхом еліпטיзації речень. Еліпсис розуміється, як пропуск або відсутність одного з членів речення, яке сприймається як його нульове вираження. До еліпсу в умовах художніх творів можуть піддаватися як головні, так і другорядні члени речення.

Наприклад: “*He's studying Latin.*” – “*Latin!*” “*He does not know his own language.*” [1]. У наведеному прикладі еліптизації піддається частина одночленних і безпідметово-безприсудкових речень, неповнота яких викликана ситуацією (повтори, перепитування, підхоплення).

Поряд з еліпсисом головних членів речення спостерігається, також і еліпсис службових слів (артиклі, прийменники), наприклад, в словосполученнях з порядковим числівником в функції означення: “*First thing I'll buy is a rug.*” [1]; в словосполученнях з означенням, вираженим найвищим ступенем прикметника, наприклад: “*Nicest guy in the world.*” [1]; в словосполученнях з прикметниками (*only, wrong, same, last, next, whole*), наприклад: “*Only reason I came out was to see you*” [1].

Будучи в основному факультативним, еліпсис, вживається в певних синтаксичних умовах, що свідчить про закономірності даного мовного явища і сприяє закріпленню ряду еліптичних конструкцій у мові, перетворенню їх в мовні штампи-кліше.

У художніх творах надзвичайно поширені слова-замінники, співвідносні з мовними одиницями різної протяжності, які вони замінюють, наприклад, “*Got any handkerchiefs, Julia?*”, *he asked.* “*Not a one. I'm using one of yours.*” [1].

У мовознавчій літературі виокремлюють структурні заміщення (у вигляді прономіналізації, проадвербіалізації), наприклад, “*Sit at the front desk. You can hear from here better.*” [1]; і неструктурне заміщення, які здійснюються на основі використання багатозначних іменників, таксисних конструкцій (віддієслівні форми), наприклад: “*To write*”, *Lily said.* “*... It is the greatest thing of all. It is the only thing. To write.*” [1].

У ході проведення емпіричного дослідження було виявлено та проаналізовано 51 приклад мовної економії. За кількісними підрахунками вживання еліпсу в простих реченнях виявилось найчастотнішим – 49%, слова-замінники – 37%, таксисні конструкції – 14%. Використання засобів мовної економії зумовлено такими екстралінгвістичними чинниками: на перший план висувається необхідність врахування інтересів мовця і слухача, їх емоцій, ясності, лаконічності, практичності думки і способів її вираження.

Саме тому явище мовної економії часто застосовуються драматургами, оскільки за його допомогою створюється певний образ персонажа, його емоційний настрій, надається експресивності мова героя.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Shaw Irwin, Rich Man, Poor Man, New English Library, 1989

АНГЛОМОВНІ СКОРОЧЕННЯ ЯК ОСОБЛИВОСТІ ВІРТУАЛЬНОГО СПІЛКУВАННЯ

У даний час у світі активно відбувається процес міжкультурного спілкування та інтеграції, і Інтернет здійснює в цей процес істотний внесок. Інтернет впливає на суспільство та мову людей на форумах і в соціальних мережах, в яких люди на сьогоднішній день проводять багато часу.

Соціальна мережа (від англ. *Social networking service*) – платформа, онлайн-сервіс або веб-сайт, призначені для побудови, відображення й організації соціальних взаємовідносин [2]. Соціальні мережі диктують власні правила спілкування, в число яких входить вживання скорочень, створення та використання яких зумовлено мовною економією.

Поняття «скорочення» включає в себе як процес усичення, так і результат цього процесу, стягнення фонем чи/та морфем слів та фраз без зміни їхнього лексико-граматичного значення.

В мережевих текстах використовуються специфічні форми скорочень: заміна слова, або його частини омонімічним за звучанням найменуванням букви або цифри. Такі скорочення виконують також певні функції: допомагають заощадити час перебування в мережі, підвищують експресивність тексту.

У лексикології англійської мови аббревіатурою (*shortening of words, abbreviation*) позначається морфологічне утворення слова, при якому деяка частина звукового складу вихідного слова опускається.

Аббревіатури найбільш часто використовуються в соціальних мережах. Відзначається, що аббревіація властива всім англійським мовним жанрам, проте аббревіатури інтенсивніше з'являються на розмовному рівні і, часто, на рівні сленгу, словники якого багаті всілякими скороченнями.

Сленг застосовується не тільки в розмовній мові представників молоді, а й у художній літературі, в журналах і газетах, в періодичних виданнях, а також на сцені і в рекламних афішах.

Питання про класифікацію аббревіатур до сих пір не отримало однозначного рішення частково через варіантність термінології. За класифікацією І. В. Арнольд, скорочення в англійській мові поділяються на два основних типи: графічні скорочення і лексичні [1].

Графічні скорочення – це скорочення, властиві тільки писемному мовленню, так як в усному мовленні вони реалізуються в повній формі. Графічні скорочення використовуються для позначення днів тижня і місяців (*Sun* – *Sunday*, *Apr* – *April*), заходів, одиниць часу (*Sec* – *second*).

Лексичні аббревіатури діляться на три види: ініціальні, складові і частково скорочені.

Ініціальні аббревіатури (ініціалізми) – це скорочення, утворені з початкових букв слів, що позначають поняття. В англійській мові існують два різновиди ініціальних аббревіатур:

1. Акроніми, які читаються як слова. Фактично, акронім – слово, яке є скороченням, яке можна вимовити разом. Наприклад: *PIN* (Personal Identification Number) – “особистий ідентифікаційний номер”.

2. Ініціальні аббревіатури з буквеним прочитанням, наприклад, *BUP* (British United Press), *CND* (Campaign for Nuclear Disarmament).

Ініціальні аббревіатури часто бувають багатозначними.

Наступний вид лексичних аббревіатур – складові – скорочення, утворені за початковими складами слів, що входять в складні найменування, зокрема, наприклад: *Internet* (International Network) – “всесвітня комп'ютерна мережа зв'язку”.

Частково скорочені слова – скорочення, утворені з початкових складів слів першого слова з повним другим словом, як-то, наприклад: *T-shirt* (tee-shirt).

Абревіація представлена різними типами: усічення кінцевої частини слова, як у випадку *semi* від *semicolons*, *jock* від *jockey*, *quest* від *question*; усічення початкової частини слова: *Net* від *Internet*.

Найбільш популярним видом абревіації вважається буквене скорочення будь-яких словосполучень і навіть речень, наприклад, *TFTT* – Thanks For The Thought; *HAND* – Have A Nice Day; *LOL* – laughing out loud; *IMHO* – In My Humble Opinion; *LYLAB* – Love You Like A Brother.

Скорочення в соціальних мережах пов'язані і зі сленгом. Інтернет-сленг відрізняють такі риси, як відкритість, перехід в розмовну мову різних верств населення, велика кількість запозичень і сленгізмів, створених на їх базі [3].

Отже, можливість створення аббревіатури англійською мовою є значно вищою через складність мови і схожості вимови різних слів. Перевагою створення англійських аббревіатур є той факт, що англійська мова є інтернаціональною мовою, тобто використовується у всьому світі. Саме тому англійське скорочення може бути зрозумілим навіть тим, хто не є носієм англійської мови.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Arnold I. V. *The English Word*. Москва, 1973. 304 с.
2. Єнчева Г.Г. Переклад аббревіатур та акронімів фахової мови авіації. Серія: Філологічні науки. Соціум. Наука. Культура. Київ, 2007. 104 с.
3. Сидорук Г. І. Сучасні способи компресії лексичних одиниць в інтернет-просторі / Г. І. Сидорук // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія : Філологічні науки. 2015. Вип. 225. С. 125-131. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnau_fil.

КОМПОЗИТ ЯК НОМІНАТИВНА ОДИНИЦЯ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Основним массивом будь-якої мови є слова, а словотвір перетворився у окремий розділ науки про мову. Проблемами словотвору в англійській мові займалися вітчизняні і зарубіжні мовознавці (О.С. Кубрякова, О.Д. Мешков, Л.Ф. Омельченко, Л.Ф. Соловійова, Н.Фабб, В. Адамс, Л. Блумфілд, Л. Бауер та інші), у дослідженнях яких значна увага приділяється проблемам розмежування складних слів і словосполучень.

В англійській мові процеси словотворення характеризуються накопиченням багатослівних найменувань, номіналізацією найменувань, а також пов'язані із глобальною тенденцією мов до економії лексичного матеріалу, чим і викликаний так званий «компаративний вибух», який проявляється в різних функціональних сферах та характеризується широким спектром комунікативно-стилістичних конотацій [1].

Після афіксації словоскладання є найпродуктивнішим способом словотворення. За даними П.В. Царьова, серед загального обсягу англійських новоутворень похідні слова складають 37%, тоді як складні – 63% [4, с. 28], що переконливо свідчить про особливе значення цього способу в системі продуктивного словотворення англійської мови.

Складному слову, як слушно зауважує О.Д. Мешков, відведено особливе місце в ієрархії лінгвістичних одиниць, а отже, воно заслуговує бути описаним в особливому циклі лінгвістичних дисциплін – в ученні про складне слово, назва якому – композитологія [2, с. 6].

Лінгвісти виділяють два основні спрямування в теорії композитології – *семантико-орієнтоване (лексикологічне)*, в основу якого покладено складне слово як лексико-семантичний феномен, та *синтактико-орієнтоване (синтактичне)*, що розглядає складне слово як продукт перетворення синтаксичних конструкцій [3].

Наявність композитів є однією із особливостей англійської мови. Зокрема, найбільшу кількість композитів в англійській мові зафіксовано серед іменників та прикметників. Композити досить розповсюджені проте є найменш вивченими в сучасній англійській мові структурно-складними утвореннями, які мають високий експресивно-стилістичний потенціал і широкий спектр комунікативно-стилістичних конотацій. Композитами (від лат. *compositus* – складний, складений з частин) прийнято вважати лексичні одиниці, які в процесі еволюції мови створили систему вторинної номінації з особливим структурно-семантичним статусом, складаються з двох або декількох повнозначних елементів, характеризуються єдністю значень із співвіднесеністю в лексико-граматичній системі мови з тією чи іншою частиною мови [1].

Використання композитних одиниць як сталих словникових утворень проявляється через утворення з їх допомогою нових лексем, як, наприклад, *to*

moonshine – нелегально виробляти, продавати алкогольні напої, *moonshiner* – контрабандист, постачальник нелегального алкоголю, *moonshining* – самогонваріння, нелегальний збут алкоголю; *to pussyfoot* – шахраювати, говорити натяками, *pussyfooter* – шахрай, людина, яка не висловлюється однозначно, *pussyfooting* – шахрайство, плутні, махінації; *apple-polisher* – підлабузник, підлесник, *apple-polishing* – підлабузництво, підлещування [3].

Вплив морфологічних властивостей частин мови, особливості категоріального значення проявляються у семантичних особливостях композитів та в їхніх лексичних значеннях. Категоріальне, морфологічне, лексичне і словотвірне значення композитів у цілому становлять семантичний комплекс, що відзначається складністю, тому що всі його одиниці взаємопов'язані між собою і взаємодіють одне з одним.

У процесі аналізу композитів допускається, що до семантичної структури слова (крім диференціальних сем, які розглядаються як приналежність денотативно-сигніфікативного компонента) входять конотативні семи оцінності, емоційності, експресивності. Конотативний аспект лексичного значення розглядається як єдність емоційного, експресивного та функціонально-стилістичного компонентів, що знаходяться у тісному зв'язку між собою [3].

Отже, поява в англійській мові композитів – один із проявів загального процесу семантичної конденсації лексики. З одного боку, композити функціонують як індивідуальні лексичні одиниці, що виражають зв'язки між компонентами, кожній з яких притаманні специфічні характеристики, а з іншого – кожному з них притаманні специфічні експресивно-стилістичні характеристики та комунікативно-стилістичні конотації. Виникнення композитів вмотивоване зручністю у використанні, стислістю, а також потребою в певних ситуаціях у більш експресивних, яскравих метафоричних конструкціях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Доміненко Н. В., Кіслухіна М. В. Функціональне словоскладання в термінології сучасної англійської мови. *Litera*. 2019. № 5. С. 93–104. URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=30969
2. Мешков О. Д. Семантические аспекты словосложения английского языка. Москва : Наука, 1986. 208 с.
3. Онищенко І., Яновець А. Композити в сучасній англійській мові як складова семантичної конденсації лексики. *Нова педагогічна думка*. 2020. № 3 (103). С. 114-117
4. Царев П. В. Продуктивное именное словообразование в современном английском языке. Москва : Изд-во МГУ, 1984. 225 с.

СЛОВОТВІРНІ СПОСОБИ ФОРМУВАННЯ АНГЛОМОВНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Лексичний склад мови більш, ніж інші її рівні (фонетичний, граматичний або синтаксичний), реагує на зміни в суспільно-політичному і культурному характері життя народу – носія мови. Інновації в словниковому складі являють собою мовну відповідь на нові реалії і факти об'єктивної дійсності, характерні для конкретного періоду.

Неологізми охоплюють практично всі сфери життя, використовуються для характеристики нових понять в економіці, політиці, моді, журналістиці. Часто використовуються нові, незнайомі терміни, значення яких незрозуміле читачеві, оскільки вони означають абсолютно нові поняття і явища.

Неологія англійської мови знаходиться ще на початковому етапі розвитку. На початку ХХІ століття з'явився ряд наукових праць, в яких розкриваються різні аспекти неології як перспективного напрямку сучасних лінгвістичних досліджень. Серед них особливо актуальними є дериваційний, стилістичний, лексико-граматичний, функціональний [1].

Лексична інновація – це нове слово (стійке поєднання слів), нове за формою, або за змістом (або і за формою, і за змістом) [2]. В словниковому запасі неологізмів виділяють:

1) власне неологізми (новизна форми поєднується з новизною змісту), наприклад: *decoding* – «декодування», *thought-processor* – «комп'ютер, логічно вибудовує і розвиває ідеї»;

2) трансномінації, які поєднують новизну форми слова зі значенням, яке вже передавали раніше іншою формою, наприклад: *weirdo* – «геній», *btw* – «by the way»;

3) семантичні інновації, або переосмислення (нове значення позначається формою, вже наявною в мові), наприклад: *drag* – «нудьга», *lemon* – «мільйон».

Семантичні неологізми в більшій мірі, ніж інші види новоутворень, вживаються в слензі. Викладена вище класифікація не враховує спосіб утворення нових слів. Тим часом, дослідження нової лексики у функціональному аспекті передбачає аналіз способів появи неологізмів, бо подібний аналіз готує ґрунт для переходу до прагматичного аспекту нових слів. В. І. Заботкіна поділяє неологізми на:

- 1) фонологічні;
- 2) запозичення;
- 3) семантичні;
- 4) синтаксичні, створені шляхом комбінації існуючих в мові знаків (словотвір, словосполучення).

Закріплення лексичних інновацій в мові є доволі складним процесом. Це пов'язано з тим, що з'являються труднощі в розрізненні таких понять, як «неологізм», «оказіоналізм» і «потенційне слово». Для здобуття «законного»

статусу неологізм англійської мови повинен пройти стадії соціалізації (закріплення в суспільстві) і лексикалізації (закріплення в мові) [3].

Так, згідно з проведеним аналізом новоутворених лексичних одиниць англійської мови, найпродуктивнішим способом словотворення є контамінація, де максимально продуктивною виявилася модель: N + N.

Другим найбільш продуктивним способом утворення неологізмів є спосіб афіксації, а саме суфіксація.

Третім за чисельністю є абревіація, де найбільш продуктивним виявився спосіб утворення – апокопа.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Грицай І. С. Сучасні підходи до вивчення неологізмів [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.kamts1.kpi.ua/node/1010>.
2. Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. Видавництво: Вища школа. Київ. 1985. 360 с.
3. Дзюбіна О. І. Диференціальні ознаки неологізмів і окаяоналізмів (на матеріалі художньої літератури та Інтернет-реклами англійської мови). Вісник ЛНУ ім. І. Франка. Сер.: іноземні мови. 2014. № 22. С. 78–84.

А. С. Головин

Житомирський державний університет імені Івана Франка

«МОДНІ СЛОВА» У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ (НА МАТЕРІАЛІ МЕДІЙНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ ЗА 2019-2020РР.)

Процес розвитку будь-якої мови, зокрема англійської, є неможливим без змін. Важливу роль у цьому відіграє поповнення її словникового складу новими лексичними одиницями [1].

Актуальність роботи зумовлена тим фактом, що інноваційна лексика, будучи невід'ємною складовою мови, на даний період вимагає більш розгорнутої аргументації. Окремі теоретичні засади дослідження інноваційної лексики представлено у працях вітчизняних та зарубіжних науковців, таких як Ю. А. Зацний, В. І. Заботкіна, В. О. Чередниченко, D. Crystal та багато інших.

Метою дослідження є аналіз «модних» слів у лексичному складі сучасної англійської мови на матеріалі медійних повідомлень англомовної преси за 2019-2020рр.

Щодня в світі відбуваються різноманітні зміни в суспільному житті людства, прогрес в науці та техніці, поява нових понять та явищ тощо. Все це певною мірою потребує від мови забезпечити певну кількість нових слів, які позначали б те чи інше явище. З огляду на те, що словниковий склад англійської мови систематично поповнюється новими лексичними одиницями, у науковців виникла необхідність не лише фіксувати їх, але й аналізувати.

Неологізми являють собою слово або мовний зворот, створений для позначення нового предмета чи вираження нового поняття [2, с. 151]. Інакше

кажучи, їх можна визначити і як новостворені лексичні одиниці, так само як і такі, що вже існують, але семантика їх дещо змінилася.

Для того, щоб з'ясувати причини, чому виникає мода на деякі слова, доречно пояснити значення поняття «модного слова». Це стійке слово чи сполучення слів, яке використовується в певній сфері діяльності, в переважній більшості для легшого сприйняття інформації. мода на окремі слова виникає у зв'язку з потребою задовольнити конкретний мовний запит. Саме тому з'являється певне співвідношення – «модне» слово – необхідність.

Щоб віднести слово до категорії «модного» воно розглядається за певними критеріями. Перш за все, це критерій сучасності – адже слово, яке відповідає своєму часу, стає особливо актуальним завдяки своїй семантиці. В процесі комунікації модне слово слугує маркером, який через свою демонстративність дозволяє адекватно та швидко оцінити об'єкт спілкування. Про універсальність можна говорити, якщо слово перейшло певний «порог частотності». Одним з ключових параметрів визначення модного слова О. Гофман назвав гру, пояснивши це тим, що «модне слово не може означати новий денотат, воно завжди є новим позначенням відомого явища» [3, с. 21].

Що стосується власне словотвору, то найбільш продуктивними способами творення нових слів виявилася афіксація, що поділяється на префіксацію та суфіксацію (творення слів за допомогою афіксів), скорочення, що вважається відносно новим способом творення нових слів та словоскладання, яке являє собою спосіб творення нової одиниці шляхом поєднання кількох інших [5].

Доречно приділити увагу ролі іншомовних запозичень, оскільки вони складають велику частку англійського вокабуляру [4]. Велика увага тут приділялася саме французькій мові. Проте, коли англійська мова отримала статус *lingua franca*, і тепер вона є «мовою спілкування», ситуація дещо змінилася. У даний час вона не стільки «приймає» нові слова, скільки «віддає» їх іншим мовам. Прикладом цього може слугувати лексична одиниця *lockdown*, яке ввійшло до українського словника з англійської мови.

Основне завдання «модного слова» – надати предмету, явищу тощо спеціального значення, а також унікальності. Згідно з розвитком суспільства та широким спектром численних подій світового масштабу найбільш вживані (або «модні») слова полегшують процес сприйняття інформації, певною мірою можуть вживатися для надання оцінки ситуації, предмету або явища. Також вони дозволяють впевнитися у тому, що їх використання значно посилює інтерес у читача, зробивши тексти щоденної стрічки новин більш сучасними.

Таким чином, можна дійти висновку, що інноваційна лексика є невід'ємним пластом в словниковій системі сучасної англійської мови, який свідчить про її динамічний характер. Медійні повідомлення англійської преси (зокрема журнал «Time») показали, що найбільша кількість слів, якими поповнився англійський вокабуляр, з'явилася саме у зв'язку із світовою пандемією коронавірусу кінця 2019 – початку 2020 рр. Тут найбільш вживаними виявилися такі слова, як *Covid-19*, *coronavirus*, *lockdown*, *pandemic*, *self-isolation*

та багато інших лексичних одиниць політико-економічного й соціокультурного характеру.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Вострецова В. О., Мініна О. В. Динамічність лексичного складу мов / В. О. Вострецова, О. В. Мініна // Актуальні питання науки та практики: досягнення та перспективи: матеріали наук.-практ. конф. Полтава, 2008. С. 29–31.
2. Ганич І. Д., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. Київ : Вища школа, 1985. 360 с.
3. Дорда В. О. Параметри мовної моди американських студентів / В. О. Дорда // Філологічні трактати. 2011. Т. 3. Вип. 3. С. 18–22.
4. Зацний Ю. А., Янков А. В. Іншомовні запозичення як засоби поповнення інноваційного словникового фонду сучасної англійської мови // Актуальні проблеми іноземної філології: лінгвістика та літературознавство. 2009. Вип. 3. С. 186–193.
5. Nikolenko A. G. English Lexicology. Theory and Practice. Vinnytsya : Nova Knyha, 2007. 528 p.

**Х. С. Гриб,
О. М. Левченко**

Житомирський державний університет ім. І. Франка

ГРАМАТИЧНІ ДЕВІАЦІЇ В ТЕКСТАХ АНГЛОМОВНИХ ПІСЕНЬ

Одним із жанрів масової комунікації - є популярна пісня, не залежно від того, якою мовою вона виконується. Пісня проявляє характерні якості, як для поезії, так і медіатекстів, відображаючи ментальні установки носіїв певної лінгвокультури і загальних тенденцій розвитку мови в цілому. Будучи продуктом масової культури, сучасна поп-пісня має суттєві відмінності від пісні ліричної, яка в свою чергу має традиційне уявлення, адже на поп пісню, як і на музику в цілому, впливає розмовна мова, що в більшості випадків і є причиною виникнення девіацій.

Загалом поняття «девіація» пішло від латинського слова «deviatio», що в перекладі означає «відхилення». Це слово можна замінити й іншими синонімічними словами та фразами, такими як: «відступ від правила або стандарту», «порушення», «виключення», «неправильність», «нерегулярність», «незвичайність». В лінгвістичному плані, девіація є відхиленням мовної норми. В свою чергу мовна норма базується на літературній мові [2; 24]. Девіації, що стосуються текстів пісень поділяються на ненавмисні та свідомі, які використовуються найчастіше для збереження рими та ритму пісні.

В англомовних піснях зустрічаються такі граматичні девіації як:

1. Девіації в утворенні заперечення (подвійне заперечення, утворення заперечення без використання допоміжного дієслова, вживання too/somebody в негативному реченні):

But I won't lose no sleep on that

'Cause I've got a plan (James Blunt, You're Beautiful)

You love me, you love me

Never love me not, not, oh no (Katy Perry, Hummingbird Heartbeat)

I wish that I could dance on a single prayer

I wish I could be strong without somebody there (Lady Gaga, Scheiße).

2. Відсутність узгодження (між підметом та присудком, у використанні часових форм):

There's someone in the game that people plays

What they say, but I just cannot see (Монатік, Spinning)

I wish I knew then

What I know now

Wouldn't dive in

Wouldn't bow down (Katy Perry, Wide Awake).

3. Неправильна зміна чи перехід дієслів:

Lay still, I know you are breathing (Sophie Ellis-Bextor, Synchronised)

4. Неправильне утворення вищих ступенів порівняння прикметників:

I say you the bestest

Lean in for a big kiss

Put his favorite perfume on (Lana Del Rey, Video Games).

5. Вживання дієслів стану в тривалій формі з –ing:

Only worth living if somebody is loving you

Baby now you do (Lana Del Rey, Video Games).

6. Заміна прислівника формою прикметника та навпаки:

It's good to live expensive you know it but

My knees get weak, intensive (Lady Gaga, Money Honey).

7. Девіації у вживанні артиклів:

From London, Paris, Japan back to USA

Yeah I was born on the road

I was born to be brave (Lady Gaga, Born This Way (Country Road Version)).

8. Неправильне вживання прийменників:

There's a fire starting in my heart

Reaching a fever pitch and it's bringing me out the dark (Adele, Rolling In The Deep).

9. Девіації у вживанні роду:

Who's there to save the hero

When she's left all alone

And she's crying out for help (Beyoncé, Save The Hero)

10. Неправильне вживання відмінка особових займенників:

You and me are thrifty, so go all you can eat

Fill up your bag and I fill up a plate (Ed Sheeran, Shape of You)

11. Нестандартне вживання дієслова get:

We've got to find another way

To make the world go 'round (No Doubt, World Go 'Round).

12. Вживання подвійного підмета:

Not sure what it means

But this photo of us it don't have a price (Lady Gaga, Paparazzi).

13. Девіації у вживанні займенника you:

It's all artificial sweetener

I'm faking I love you's

You're forcing me to (No Doubt, Artificial Sweetener)

Підводячи підсумки даного дослідження, присвяченого вивченню граматичних девіацій в текстах англомовних поп пісень, написаних американськими, британськими та іншомовними авторами, можна сказати, що, по-перше, граматичні девіації найчастіше зустрічаються в текстах американських англомовних поп-пісень і найменше в текстах пісень написаних не носіями мови. По-друге, в більшості випадків, в піснях використовується розмовна мова, що є головною причиною появи аналізованих мовних явищ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Арутюнова, Н.Д. Аномалии и язык [Текст]/ Н.Д. Арутюнова // Вопросы языкознания. - 1987. - №3. - С. 3-19.

2. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної девіатології : монографія/ Ф. С. Бацевич - Львів : Вид. центр Львів. нац. ун-ту, 2000. - 237 с.

3. Девкин, В.Д. Проблематика работ в кн. Никифорова В.Г. [Текст]/ В.Д. Девкин. - М.: Прометей, 1995. - 81с.

4. Нефедова, Л.А. Девиации в языке и коммуникации [Текст]: учеб. пособие / Л.А. Нефедова. — М.: Прометей, 2000. — 105 с.

5. Переклади і тексти пісень [Електронний ресурс]-Режим доступу: <https://www.amalgama-lab.com/songs/>

К. О. Даниленко,

Л. М. Чумак

Житомирський державний університет імені Івана Франка

СЛОВА ПІДСИЛЮВАЧІ ТА КІЛЬКІСНІ СЛОВА: ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ (НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНИХ АНГЛОМОВНИХ МЕДІЙНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ)

У мові на позначення кількості використовуються різні лексичні засоби, в яких сема кількості має не схожі на інші способи вираження та має відмінну структуру. В загальному понятті, кількість – це одна загальна група, але в яку добавляють ще інші категорії, які подібні до значення кількості.

Разом із тим у мовознавстві існує думка, що інтенсифікатори виступають модифікаторами до прикметників або прислівників, тобто інтенсифікатор стоїть перед прикметником для того, щоб наділити це слово певним акцентом або трактувати його деталі. Інтенсифікатори є доволі поширені в сучасних англомовних медійних повідомленнях.

Мета нашого дослідження – проаналізувати засоби вираження підсилення та кількості на матеріалі англомовних повідомлень в онлайн версії.

Відомо, що до самостійних частин мови належать збірні іменники, які в англійській мові позначають групу людей, предметів або явищ. Нами було розглянуто іменники *company, team, group*, що використовуються у медійних повідомленнях тематики медицина.

З числа дієслів, які означають дію, стан, почуття, процеси мислення, було проаналізовано смислові структури лексичних одиниць, які пов'язуються із засобами вираження кількості, а саме: *to increase, to decrease* (наприклад: *to reflect a decrease in kidney function*). Такі одиниці здебільшого використовуються у медійних повідомленнях тематики спорту, коли автор медійного повідомлення акцентує увагу на збільшенні динаміки розвитку подій, ситуацій.

З поміж прислівників, які вживаються для позначення того як, де, коли або в якій мірі відбувається певна дія, було розглянуто такі лексеми, як *too* у значенні «вище, більше ніж допустимо або можливо», *enough* у значенні «необхідна норма чого-небудь / достатня кількість чогось»; *how, so* в окличних реченнях в ініціальной позиції для того, щоб підсилити емоційне забарвлення прикметника або прислівника; *very* як підсилювальне слово перед прикметниками з маловираженим ступенем якості, ознаки. У ході дослідження було зроблено висновок, що проаналізовані прислівники ступеня та міри використовуються у медійних повідомленнях як інтенсифікатори зображення певного стану або дії.

Також у роботі у контексті слів підсилювачів та кількісних слів було проаналізовано вживання займенників *all, several, some*. Було встановлено, що зазначені лексеми називають неозначено-кількісними займенниками або квантифікаторами, які позначають множину одиниць [3]. Займенник *all* в англійській мові може вживатися як прикметник або як зчислювальний та незчислювальний іменник. Використання лексичної одиниці *all*, як, наприклад, *despite all the effort*, визначає його прикметникові характеристики у значенні «весь / вся / все / всі». Займенник *several* перекладається як «кілька / деякі» і означає більше ніж два, використовується для того, щоб позначити кількість предметів або людей, але не дуже багато і так, щоб це можна було порахувати. *Some* є неозначеним займенником. Він може використовуватись як займенник-іменник або займенник-прикметник і вживатись його коли мова йде про невизначену кількість чи якість, тобто точна кількість, число не є важливими для контексту. Перекладається по різному, це залежить від контексту.

Кількісні займенникові прикметники *much, many, few, little* вказують на невизначену кількість чогось. Займенник *much* вживається з незчислюваними іменниками. Займенник *many* навпаки, зі зчислюваними і обидва слова

означають велику кількість чогось. Протилежним до *much* може бути *little*, який означає, що чогось дуже мало, а до *many* – *few*, перекладається, як «кілька».

Отже, як висновок зазначимо, що без допомоги слів-підсилювачів та кількісних слів важко уявити сучасне англомовне медійне повідомлення, оскільки такі лексеми вказують не лише на кількість найрізноманітніших класів предметів, процесів, станів, дій сучасного світу, а й відтворюють динаміку їх відношень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Горпинич В.О. Морфологія української мови / В. О. Горпинич. – К.: Академія, 2004. С. 336
2. Examples of Collective Nouns List in English. [Електронний ресурс]. Режим доступу - <https://englishstudypage.com/collective-nouns/examples-of-collective-nouns-list-in-english> (<https://englishstudypage.com/collective-nouns/examples-of-collective-nouns-list-in-english/>)
3. Dooley J. Evans V. Grammarway 3 / J. Dooley V. Evans. - Berkshire, UK: Express Publishing, 2007. 272 p.

**А. В. Джумасва,
Л. М. Чумак**

Житомирський державний університет імені Івана Франко

ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРЕФІКСАЛЬНИХ ЛЕКСИЧНИХ ІННОВАЦІЙ НА МАТЕРІАЛІ ПОВІДОМЛЕНЬ СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ У ПЕРЕКЛАДОЗНАВЧОМУ АСПЕКТІ

У сучасному світі відбуваються активні зміни політичного, економічного, соціального і науково-технічного характеру. Ці процеси є причиною появи лексичних інновацій в мові і переосмислення старих понять. Утворення нових слів – це пряме свідчення життєздатності мови, її прагнення висловити все багатство людських знань і прогресу цивілізації. Лексика англійської мови знаходиться в стані постійної зміни. Однією з закономірностей розвитку словникового складу мови є безперервне збільшення кількості лексичних одиниць в ній. Поповнення лексики будь-якої мови відбувається двома шляхами: по-перше, за рахунок запозичення з інших мов, а по-друге, шляхом утворення нових слів, тобто за допомогою словотворення.

У своєму другому значенні термін словотвір позначає розділ науки, що займається вивченням процесу утворення лексичних одиниць. В даному значенні основне завдання словотвору полягає у вивченні формальних, генетичних, семантичних та інших закономірностей і особливостей утворення нових лексичних одиниць, що виникають в процесі розвитку мови. Нове розуміння словотворення як джерела не тільки готових назв, а й правил їх утворення за певними моделями та схемами, у співвідношенні з екстралінгвістичними

факторами, дозволило значно поглибити і уточнити уявлення про механізм словотворення відповідно до визначених принципів [1, с. 76–83].

Таким чином, сам термін словотвір набув двоякого значення. З одного боку, він означає процес і правила утворення слів, а з іншого боку, це поняття означає певний аспект лінгвістичної науки.

Словотвір – це інструмент збагачення мови в англійській мові. Думки фахівців щодо кількості способів словотвору розходяться. Різні точки зору щодо цієї теми можна пояснити тим, що різні способи змінюють свою активність з плином часу. Можна спостерігати тенденцію збільшення або зменшення продуктивності певного способу, або навіть його повне завмирання.

Традиційно виділяються три групи способів словотвору в залежності від результату. До першої групи належать афіксація (*brotherhood*), реверсія (*to burgle*) і конверсія (*to bank, to book*), тому як результатом цих словотворів є похідне слово. До другої групи входить словоскладання (*penholder, matchmaker*), використання якого дозволяє отримати складне слово. В останню групу зазвичай включають словозлиття (телескопія – *Euroshima*) і скорочення, при застосуванні яких можливе утворення скорочень (*doc – doctor*) і акронімів (*MP – Member of Parliament*). Важливо відзначити, що обидва ці способи об'єднані загальним характером основної операційної одиниці [2].

Виникнення скорочень можна пояснити «принципом найменшого зусилля» і «законом економії мовних засобів» [3]. «Тенденція економії в мові проявляється в створенні скорочених одиниць, які проникають в усі сфери діяльності людини в якості своєрідної реакції проти надмірної витрати фізіологічних зусиль, проти всякого роду незручностей, що ускладнюють роботу пам'яті, здійснення деяких функцій головного мозку, пов'язаних з виробництвом і відтворенням мови». Дослідження на тему економії мови проводилися як у вітчизняній, так і в зарубіжній лінгвістичній літературі (І. О. Бодуен де Куртене, А. Мартіне, Л. В. Щерба). Абревіація пов'язана з основною комунікативною функцією мови і забезпечує потреби спілкування не за рахунок «економії зусиль», а конденсуючи інформацію за рахунок підвищення інформаційної цінності певних елементів формального мовного матеріалу.

Способи скорочення лексичної одиниці різнорідні, більш того, в лексичних інноваціях часто спостерігається комбінація різних способів скорочення всередині однієї одиниці, що є відносно новою тенденцією. Таким чином, акроніми, контамінація і абревіація як основні способи скорочення лексичної одиниці поєднуються не тільки один з одним, але й з афіксацією [с. 81-85].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Бондаренко О. Особливості перекладу абревіатур, акронімів і скорочень. Теоретичні й прикладні проблеми сучасної філології. 2014. № 1. С. 76–83.
2. Верба Л. Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов. Вінниця: Нова Книга, 2008. 248 с.

3. Ніколенко А. Г. Лексикологія англійської мови – теорія і практика. – Вінниця: Нова Книга, 2007. 528 с.

4. Шаповалова Г.А. Аббревіація у мові засобів масової інформації. / Г.А. Шаповалова. // Актуальні проблеми журналістики. 2001. с. 81–85.

**О.С. Довгань,
Н.В. Дячук**

Житомирський державний університет ім. Івана Франка

ЧОЛОВІЧЕ ТА ЖІНОЧЕ МОВЛЕННЯ В РОЗМОВНІЙ МОВІ

Проблема гендерної лінгвістики була актуальною завжди. В останні десятиліття особливе місце у дослідженнях займають «гендерні дослідження, які зосереджуються на соціальних факторах, що визначають ставлення суспільства до чоловіків та жінок, поведінці людей щодо статі, стереотипах щодо якості чоловіків та жінок». [2, с. 39]. Гендерна лінгвістика на сучасному етапі розвитку досліджує дискурс між жіночністю та маскулінністю; вивчаються різні методологічні проблеми, такі як варіаційна та інтерактивна соціолінгвістика, лінгвістична етнографія, аналіз мовлення, аналіз критичного дискурсу, дискурсивна психологія.

Отже, актуальність дослідження чоловічого та жіночого мовлення у сучасному суспільстві зосереджена на вивченні різних аспектів людського життя стосовно статі та є предметом багатьох дослідників. У центрі уваги гендерних досліджень є також культурні та соціально-психологічні фактори, що формують уявлення про чоловічі та жіночі якості та механізми побудови власної системи стереотипів, заснованих на різних мовах.

В наш час існує безліч стереотипів. Одним з таких стереотипів є так звана гендерно дискримінаційна, або сексистська мова.

Сексистська мова відображає переваги однієї статі і, таким чином, дискримінує іншу. Як правило, це дискримінація жінок по відношенню до чоловіків. Таке сексистське спрямування мови, яке робить жінок начебто непомітними в процесі спілкування, припускає, що жінка є нижче за чоловіка. Недискримінаційна, або несексистська, або гендерно рівна мова визнає відмінності між статями, але ставиться до обох з позиції рівності. Несексистська мова уникає хибних стереотипів щодо природи та ролі жінок та чоловіків у суспільстві [3, с. 134].

Гендерні студії в лінгвістиці засвідчують зміну дослідницької парадигми. Науковці щоразу частіше досліджують, як гендер функціонує в дискурсі [4, р. 548], тобто як впливає на продукування писемних текстів. "Дискурсний" поворот у гендерних дослідженнях пройшов у мовознавстві два етапи: від "дефіцитності" жіночого мовлення (Р. Лакофф) до його диференціації: чоловіче vs жіноче мовлення (П. Браун).

Р. Лакофф у своїх дослідженнях відмітив, що мовна поведінка жінки є невпевненою, менш агресивною, ніж чоловіки, більш гуманною та

зосередженою на своєму партнері в процесі спілкування. Жінка уважніше вислуховує думку співрозмовника, не прагне домінувати в розмові. Чоловіки в діалозі більш агресивні, прагнуть «тримати ситуацію під контролем» у розмові, менш схильні до компромісів [5, с. 24].

Р. Лакофф вважає, що в англійській мові існують мовні особливості, притаманні жінкам: перевага для розділення питань, використання інтонації вгору, використання семантично зруйнованої лексики, особливі шари лексики, що описують традиційно жіночі сфери життя. Крім того, "жіночі" модальні вирази набагато різноманітніші і вживаються жінками частіше. Якщо жінка починає використовувати "чоловічу" мовну тактику, її сприймають як нежіночу, нахабну, феміністичну. Р. Лакофф вважає, що така мовна поведінка жінок часто призводить до невдач у спілкуванні. Вчений називає такий стан речей "ситуацією подвійного зв'язку".

Виходячи зі структурно-стилістичного принципу, можна виділити 4 групи видів лікування англійських жінок у гендерній лінгвістиці:

1. Назви зі структурним типом "іменник + слово-адреса". Це ввічливі форми звертання, такі як міс Сміт. Серед сучасних тенденцій, що впливають на поведінку, що належить до першої групи, ми відзначаємо появу аббревіатури MS для позначення як заміжніх, так і незаміжніх жінок, що викликало багато суперечок серед лінгвістів. Для деяких це позначення є зручним, поки не буде з'ясовано сімейний стан жінки. Інші вважають, що PC використовується для позначення розлучених або незаміжніх жінок, феміністок [1, с. 85].

2. Слово-адреса є ключовим і характеризує адресата за професією, віком, зовнішніми якостями та характером: стюардеса, медсестра, прибиральниця. Це нейтральні, розмовні або жаргонні імена.

3. Слова-назви спорідненості, їх небагато. Спілкування з родичами передбачає відсутність офіційності, тому адреса-ім'я спорідненості, що позначає родичів, крім нейтральних матері та бабусі, належить до розмовної мови або жаргону: sis (адекватна російській вульгарній адресі "сестра").

4. Квазіадреси («прізвиська»), в яких на місці імен жінки з'являються зневажливі та образливі лексичні одиниці: Агов, свиня, сюди! (Іди сюди, свиня). Англійською мовою ввічливе ставлення до жінок є окремим аспектом гендерно нейтральної мови. Ввічливі звернення - це мовне кодування соціальних відносин у дискурсі.

Практичним матеріалом є неологізми англійської мови міжнародної економічної сфери з гендерною складовою, що використовуються для ділового спілкування. Економіка швидко розвивається, і трансформації в економіці спричиняють зміни у словниковому запасі. Інтерес, що виник в економіці серед широких верств населення, фахівців, підприємців, характеризує сучасне суспільство загалом. Гендерно нейтральні неологізми – це слова, в яких не вказано, що об'єкт належить до чоловічого чи жіночого роду (наприклад activist investor, pentpreneur, edupreneur, bankster, funt, office plankton, knowledge angel, sugar daddy, glow boy). Неологізм activist investor – someone who buys shares in a company in order to use the influence in a major change in the company

перекладається як активний інвестор, людина, котра купує акції компанії з метою використання впливу в ході проведення кампаній. Гендерно-нейтральні неологізми означають професійну сферу особистості, не поділяючи її на жіночу та чоловічу сфери

Якщо провести певні дослідження, можна помітити, що на відміну від чоловіків, жінок видають навіть розділові знаки при розмові. Наприклад: “Oh my God! It’s awful!”, “Unfortunately, I can't help you”, “Strange situation, isn't it?”, “Think what you're saying!”. В даних прикладах помітна специфіка жіночого мовлення, а саме вигуків. Чоловікам властиво починати речення з таких слів, як «Я думаю...», «Я вважаю». Тому, можна сказати, що жінкам притаманно виражати свої емоції з використанням більшої емоційності та розширенням словесного ряду, використовуючи епітети, метафори, порівняння і так далі.

Чоловіки частіше вживають сленгові слова і вирази, а також нелітературну та ненормативну лексику, в той час як жінки використовують зменшувально-пестливі слова, висловлюючись зовсім інакше, ніж протилежну стать.

У жінок є ще одна особливість мовлення- жінка ставить запитання і сама на них відповідає, що зумовлює створення структури "питання-відповідь". А чоловік, оформлюють свою мову тільки вступними конструкціями.

Отже, відмінності в розмовній мові чоловіків і жінок зумовлюється тим, що кожна стать має свої певні картини світу, уявлення, роздуми, процеси сприйняття, різну психіку. На поведінку й спілкування жінок і чоловіків істотно впливають два чинники: психофізіологічні особливості та гендерні стереотипи (механізми, що забезпечують закріплення й трансляцію гендерних ролей від покоління до покоління).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Архангельська А. М. Маскулінність та фемінінність як соціокультурні категорії на тлі слов'янського антропонімікону / А. М. Архангельська // Мовознавство. – 2016. – № 1. – С. 84–85.
2. Белова А.Д., Д'яконова І.Л. Гендерні ознаки вербальної поведінки в комунікативній ситуації флірту // Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. – К.: ЛОГОС, 2017.– С. 38-55.
3. Мартинюк А. П. Конструювання гендера в англomовному дискурсі / Алла Петрівна Мартинюк. – Харків: Константа, 2018. – 292
4. Keith Sheree Women Who Spoke for Themselves: Working Women, Suffrage, and the Construction of Women’s Rhetorical Style / Sh. Keith // Gender and Political Communication in America: Rhetoric, Representation, and Display / ed. by Janis L. Edwards. – New York ; Toronto : Lexington books, 2009.
5. Кирилина А. В. Гендер: лингвистические аспекты / А. В. Кирилина. – М.: Просвещение, 2019. – 108 с.

ПАСИВНІ ТА КАУЗАТИВНІ СТРУКТУРИ В ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ

Пасивні та каузативні структури потребують особливо уваги при перекладі. Це зумовлено тим, що такі структури не мають прямих відповідників в українській мові. Каузативні конструкції представляють собою предикативні структури, які передають складний комплекс категоріальних значень причини, наслідків і зв'язків, що виникають між центрами предикативності [4, с. 5].

Отже, **актуальність** теми зумовлена зацікавленістю до пасивних та каузальних конструкцій в англійській мові та їх відповідників в українській мові. Цю тему вивчали такі дослідники як О. Журавльова, Я. І. Рецкер та інші.

Граматична конструкція (структура) може визначатися як упорядкована комбінація простих репрезентацій, стала в результаті багаторазового вживання єдиної складною репрезентацією розумової категорії у вигляді особливої конфігурації понятійних компонентів (образів, які є складовими змісту цього поняття) [1, с.11].

Каузативні конструкції перш за все спонукають до дії. Основними дієсловами-зв'язками з каузативним значенням в англійській мові є дієслова *let, make, get, have*, а в українському мовою - дієслова дозволити, робити, давати. Наприклад: *My mom never lets me go to parties.* – Моя мама ніколи не дозволяє мені ходити на вечірки. *She should be made to repeat that.* – Слід заставити її повторити це.

З даних прикладів ми можемо побачити, що ядром каузативності є дієслово. Функціонально-семантична категорія каузативності має різні значення «причини виникнення і варіанти каузації стану, буття, залежно від того, яку константу вони виразити. [4, с. 6].

Пасивні конструкції є точкою перетину різних рівнів мови: морфології, синтаксису і лексики. Такі конструкції поділяються на прямі та непрямі. Конструкція *the Direct Passive* є найбільш частотною і може використовуватися з більшістю перехідних дієслів (*The book was written in the 19th century.* - Книга була написана в 19 столітті.) [2, с. 40]. Конструкція *the Indirect Passive*, в якій залежне слово відповідає непрямому доповненню, найбільш обмежене у використанні і вживається тільки з певними дієсловами: *allow, award, give, grant, hand, leave, lend, offer, owe, pass, pay, promise, refuse, send, show, tell, throw* [6, с. 89-90] Мальчевская. Наприклад: *He was given a book.* – Йому дали книгу.

Непрямий пасив можливий з стійкими виразами, що містять дієслово *give* (*give a chance, give a task*), *grant* (*grant an audience, grant leave*): *I have not been given any choice; I have been granted leave of absence.*

Щодо граматичної структури, то каузативна ситуація складається з простої події, каузатора і каузативних відносин між цими подіями [5, с.22] Колчерин А.М.,. Каузативну конструкцію можна представити у вигляді моделі, для якої типовим є наявність каузатор дії-, і. Розглянемо приклад: *I have gott my car by a*

mechanist. “Mechanist” – каузатор дії, “car” - об'єкт каузації,, ”have got repaired” - результат каузації.

Для порівняння пасивних конструкцій в українській та англійській мовах, ми проаналізували твір «Сяйво» (автор - С.Кінг) та визначили особливості передачі англійських пасивних конструкцій українською мовою. В більшості випадків, при перекладі англійською, пасивний інфінітив передається українським активним інфінітивом в безособових речень, вжитим в супроводі зі словами категорії стану, яке виражає відтінки модального значення можливості, бажаності, необхідності дії. Наприклад:

Now he dialed the operator and she told him that for a dollar eighty-five he could be put in touch with Al two thousand miles away for three minutes [7, с.16].

Український переклад:

В цю мить Джек набрав оператора, і та повідомила, що за один долар вісімдесят центів можна на три хвилини зв'язатися з Елом. [3, с.17]

Отже, каузативні та пасивні конструкції найчастіше використовуються в текстах для виразності. Такі конструкції збагачують текст та роблять його більш виразним. Головна проблема з якою може зіткнутися перекладач це пошук правильних відповідників. Адже, такі конструкції більш притаманні англійській мові, а не українській.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Блох М.Я. Теоретическая грамматика английского языка. М. : Высшая школа, 2016. 381 с.
2. Жигadlo В.Н, Иванова И.П., Иофик Л.Л. Современный английский язык. Теоретический курс грамматики. М. : Изд-во литературы на иностранных языках, 2015. 349 с.
3. Кінг С. Сяйво / пер. О.Красюк К. : КК «КСД», 2019. 640 с.
4. Клубков П.А. Семантика и синтаксис двучленных залоговых конструкций : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Душанбе, 1979. 22 с
5. Колчерин А.М., Муртазина Д.А. Перевод временных форм страдательного залога с английского языка на русский в текстах научно-технической тематики // Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки : сб. ст. по мат-лам XLII студенческой международ. науч.-практ. конф. Новосибирск : СибАК. 2016. № 5 (42). 230с.
6. Мальчевская Т.Н. Сборник упражнений по переводу гуманитарных текстов с английского языка на русский. Л. : Наука, 2018. 214 с.
7. Stephen King. The Shining. Random House, Inc., 2015. 688 p.

ШЛЯХИ ТА СПОСОБИ ТВОРЕННЯ АНГЛОМОВНИХ НЕОЛОГІЗМІВ ІНТЕРНЕТ-СФЕРИ

Найважливішою ознакою існування мови є її безперервний розвиток, який виражається в появі нових слів – неологізмів. Процес пізнання світу, поява нових понять, зміни в суспільному житті, прогрес науки й техніки відбуваються безперервно, що вимагає від мови забезпечення її носіїв необхідною кількістю нових лексичних одиниць. Щорічно в англійській мові з'являється велика кількість нових слів, що вимагає від дослідників не тільки фіксування, а й аналізування нових мовних одиниць. Найбільших успіхів у розробці теоретичних і методичних питань неології досягли французькі лексикологи, проте вивченням питання неології також займалися видатні українські вчені, дослідники, зокрема: Ю. А. Жлуктенко, Ю. А. Зацний, О. А. Стишов, О. М. Головка та інші.

Мета полягає в розкритті найважливіших джерел і способів виникнення неологізмів у житті суспільства та визначенні ролі нових слів.

Неологізм є різновидом історично змінним, одним із категорій пасивного словника, тобто це одиниці, які не змогли ще увійти (або вже не ввійдуть, оскільки, виникнувши, майже відразу ж і зникли) до активного слововжитку [2]. Виникнення численної кількості нових слів і необхідність їх дослідження зумовили створення нової сфери лексикології – неології – науки про неологізми. В англійській мові за рік виникає приблизно 800 нових слів – більше, ніж у будь-якій іншій мові світу.

Залежно від матеріальних засобів вираження розрізняють морфологічні і неморфологічні способи словотвору. Морфологічний спосіб словотвору – це механізм творення нових слів на основі існуючих в мові основ і словотворчих елементів та правил їх поєднання в словесні єдності [3]. Неморфологічні способи не використовують афіксальних словотворчих засобів.

Неологізми, що виникли в таких соціальних мережах, як Facebook описують явища, що виникають саме тут і тісно пов'язані з їхнім функціонуванням, а тому є незрозумілими для людей, що не належать до групи користувачів цих соціальних мереж. Емпіричний аналіз проведеного дослідження показав частоту вживання таких способів творення як телескопія, скорочення, афіксація, конверсія.

Скорочення відіграють провідну роль у процесі творення новотворів у віртуальній реальності (скорочення складає 17,14% від загальної статистики всього дослідження). Користувачі соціальних мереж постійно придумують нові сленги та аббревіатури, у зв'язку з необхідністю швидкого набору повідомлення. Вони постають у вигляді різних графічних та лексичних скорочень, написання буквосполучень цифрами тощо. Наприклад, *G2G* – got to go, *PPL* – people, *HAND* – have a nice day, *IIRC* – if I remember correctly, *2moro* – tomorrow.

Творення неологізмів способом телескопії є досить поширеним засобом Інтернет-комунікації та вважається одним із найрезультативніших способів словотвору (словоскладання складає 40% від загальної статистики всього дослідження). Даний спосіб словотвору знайшов відклик серед користувачів соціальних мереж завдяки здатності поєднувати в одному слові певні ідеї, наприклад, термін *messenger* було складено з основ двох слів *message* та *manager*. Інші приклади телескопії використовуються в Інтернет сфері у номінативній функції, називаючи різноманітні поняття, наприклад: *sharebait* «вміст веб-сайту, який існує лише для спільного використання, спрямований від прибутку реклами, особливо за рахунок якості або точності, спираючись на сенсаційні заголовки для залучення кліків», *netiquette* – «правила, які прийняті при спілкуванні в мережі»

Ніколи ще в історії англійської мови кількість афіксів не була настільки багатою та різноманітною, як в наш час (афіксація складає 31, 43% від загальної статистики всього дослідження). Похідне слово, так як і складне, характеризується розчленованістю і наявністю внутрішньої предикації. Наприклад, термін *unfriend* створено за допомогою додавання префіксу *un-* до основи *friend*. Інші приклади афіксації в Інтернет-сфері: *statustician* – «звичайний користувач Facebook, який спеціалізується на створенні статусів, які отримують масу лайків», *e-quaintance* – «особа, відома виключно в Інтернеті, як правило, за допомогою миттєвих повідомлень, або через знайомства в Інтернеті».

Частота використання конверсії при утворенні неологізмів Інтернет-сфери складає 11,43% від загальної статистики всього дослідження, наприклад, *live* (дієслово «жити» конвертовано в іменник «прямий ефір»), *post* (дієслово «відсилати поштою» конвертовано в іменник «допис»).

Отже, як висновок зазначимо, що Інтернет-сфера швидко реагує на останні події, поширює наукові знання, формулює та виражає громадську думку, завдяки своїй здатності швидко охоплювати великі аудиторії [1]. Характерними особливостями соціальних мереж спонтанність, неофіційність, діалогічність, тенденцію до стислості і експресивності, і наслідком цього є вживання мовних елементів неформального спілкування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Драченко С.Ю. Специфіка перекладу неологізмів у мові засобів масової інформації / С.Ю. Драченко. – Дніпро, 2018. 82 с.
2. Зацний Ю.А. Сучасний англomовний світ і збагачення словникового складу/ Ю.А. Зацний. – Львів: ПАІС, 2007. – 228 с.
3. Тупахіна О. Когнітивний аспект словотворчої моделі іменників з суфіксом – *er* / О. Тупахіна // Наукові записки. Серія : філологічні науки – Вип. 89 (4) С. 83 – 86.

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНА ОСОБЛИВІСТЬ ПОДВІЙНОГО ЗАПЕРЕЧЕННЯ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ (НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНИХ АНГЛОМОВНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ)

Грамматика англійської мови має досить чітку структуру: порядок слів у реченні, вживання часових форм, створення стверджувальних, питальних та заперечних речень – побудова всіх цих структур є відповідною до усталених правил. В останні десятиріччя чимало науковців виразили зацікавленість щодо способів вираження заперечення. Подвійне заперечення є розповсюдженим явищем в багатьох європейських мовах.

Традиційна граматики описує правила утворення слів, їх форм та об'єднання їх у сполуки [1, с. 53], є усталеним підґрунтям для розрізнення, вивчення бази, на основі якої побудована структура мови. У більшості, ця дисципліна заснована на принципах латинської граматики.

Заперечення – це елемент значення речення, який, вказує, що зв'язок, встановлений між компонентами речення, нереальний або те, що відповідне стверджувальне речення неправдиве. Заперечні речення – тип речень, в яких заперечується якась ознака або явище дійсності, тобто висловлюється невідповідність висловленого в реченні з об'єктивною реальністю, зазвичай містять в собі лише одне заперечення. Воно виражається за допомогою заперечних займенників, часток, сполучників, прийменників, прислівників; афіксів, окремих лексичних одиниць, що несуть негативне значення (присудок – за допомогою негативних часток *no, not*) [2, с.91-93, 115-116, 283-286]. Крім того, заперечення може бути видимим, може бути виражено імпліцитним шляхом, може вживатися в питальних реченнях, які виражають здивування чи незадоволення невиконаною дією. Явище подвійного заперечення існувало на ранніх етапах розвитку мови, але через вплив латинської мови та певні граматичні традиції втрачало свою правильність та час від часу вживалося у різних семантичних полях та контекстних ситуаціях.

Серед багатьох випадків можемо виокремити основні: створення позитивного або "слабо-позитивного" значення висловлювання (40% випадків), підсилення заперечного ефекту (80% випадків) та використання подвійного заперечення для вираження емоцій чи ввічливості (13% випадків). У більшості проаналізованих прикладів з новинних ресурсів BBC, Harper's Bazaar, Billboard та The Telegraph подвійне заперечення виступає комбінацією граматичного та морфологічного засобів заперечення.

Використання подвійного заперечення для створення ствердження бачимо на сайті ресурсу Billboard у одній зі статей: *Nobody in our industry thinks of Capitol Studios without also thinking of Al Schmitt* [3]. Засобами вираження виступає заперечний займенник *nobody* та сполучник *without* з негативним значенням. Ця стаття загалом присвячена пам'яті уже померлого інженера звукозапису, який

почав свій шлях у кар'єрі з шістдесятих років минулого століття і працював донедавна, заробивши славу своєю працею. За допомогою подвійного заперечення автор вважав за потрібне сказати те, що ця людина стала частиною компанії і, згадуючи про творців звукозапису цієї студії, всі найперше згадують саме про нього. Це явище привертає увагу читачів до цієї особистості і спонукає до відповідних дій.

Значення подвійного заперечення у ролі інтенсифікатора першого заперечення знайдено у онлайн-виданні Harper's Bazaar (цей ресурс містить велику кількість прикладів вживання). Одна зі статей містить таке речення: *These men are destined to maintain their hold on the upper echelons of society, and they cannot be derailed by something as sordid and inconvenient as a rape accusation.* [4]. Засоби вираження заперечення тут це частка *not* з модальним *can* та негативний префікс у слові *inconvenient*. Автор робив огляд фільму, де указав, що чоловіка, який буде утримувати верхівку суспільства, не має збити з дороги негідне та незручне звинувачення у зґвалтуванні. Тут честь жінки принижується на шляху чоловіка, змушуючи читача задуматися про рівноправність, місце чоловіка та жінки у сучасному суспільстві та зображення цього у кіноіндустрії.

Вживання подвійного заперечення для вираження ввічливості – це поодинокі випадки, тому з використанням такої семантики потрібно бути обережним і прослідковувати думку, яку його автор бажає донести до читача.

Отже, подвійне заперечення як актуальне питання граматики сучасної англійської мови має чимало лексико-семантичних особливостей: унормованість його вживання у простих та складних реченнях, поширеність використання таких конструкцій у сучасному медіа-просторі, варіативність відтінкових значень у текстах: від політичних скандалів до порад, як тримати себе в тонусі (такі значення характерні для нетрадиційного стилю). Засобами вираження подвійного заперечення виступають заперечні частки, займенники; іменники, дієслова, сполучники з негативним (або прихованим негативним) значеннями; прикметники з заперечними префіксами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Розенталь Д. Э. Словарь-справочник лингвистических терминов / Д. Е. Розенталь, М. А. Теленкова. М. : Просвещение, 1985. 399 с.
2. Бархударов Л.С., Штелинг Д.А. Грамматика английского языка. М.: Изд-во литературы на иностранных языках, 1960. 422 с.
3. Lynch J. Legendary Recording Engineer Al Schmitt Dies at 91. 27 April 2021. URL: <https://www.billboard.com/articles/news/9563771/recording-engineer-al-schmitt-dead/> (дата звернення 27.04.2021).
4. Chappet M. - C. Why do we protect promising young men over promising young women? 12 April 2021. URL: <https://www.harpersbazaar.com/uk/culture/a35519409/promising-young-woman-comment/> (дата звернення 12.04.2021).

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНА ГРУПА *EMOTIONS* В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Галузь розробки вчення про лексико-семантичні групи започаткувалась і розвинулась у ХХ столітті. Її дослідженню присвячено праці багатьох вчених, зокрема М. Покровського, Й. Тріра, А. Уфимцевої та інших.

Лексико-семантична група (далі ЛСГ) являє собою згрупування лексем певної частини мови із спільною головною складовою значення. Мотивом для створення лексико-семантичної групи є відповідне слово зі всіма його лексико-семантичними варіантами. При включенні слова до складу лексико-семантичної групи прийнято враховувати його категоріальну належність, тобто одиниці лексико-семантичної групи повинні належати до однієї частини мови. В основі виділення лексико-семантичних груп лежить семантична єдність лексем [1, с. 36].

Лексема *emotion* є основним ідентифікатором в досліджуваній лексико-семантичній групі. Згідно зі словником Collins *emotion* визначається як *a feeling such as happiness, love, fear, anger, or hatred, which can be caused by the situation that you are in or the people you are with* [3]. Базовий ідентифікатор ЛСГ актуалізується через лексичну одиницю *feeling*, що означає *emotions, especially those influenced by other people* [2]. Тобто лексеми в англійській мові, що визначаються через *feeling*, належать до ЛСГ *emotions*. Аналіз словникової дефініції базового ідентифікатора досліджуваної ЛСГ демонструє уточнення типів почуттів, а саме: *happiness, love, fear, anger, hatred*. Це дає можливість виокремити лексико-семантичні підгрупи (далі ЛСПГ) у межах лексико-семантичної групи *emotions*.

ЛСПГ *love* налічує 11 лексем, базовим ідентифікатором зазначеної підгрупи виступає лексема *love*, яка позначає *a very strong feeling of liking and caring for somebody/something, especially a member of your family or a friend* [4]. Тобто приналежність до даної підгрупи визначається через вживання у дефініціях словосполучення *feeling of liking*. Наприклад, *affection (the feeling of liking or loving somebody/something very much and caring about them)* [4]; *attraction (a feeling of liking somebody, especially sexually)* [4].

В англійській мові існує 17 лексем, що належать до лексико-семантичної підгрупи *fear*, а її актуалізація відбувається завдяки вживанню в словникових дефініціях базового ідентифікатора *fear (the feeling you get when you are afraid or worried that something bad is going to happen* [6] та словосполучення *feeling of worry*. Наприклад, *distress (a feeling of great worry or unhappiness; great mental pain)* [4]; *nerves (feelings of worry or stress)* [4].

Лексема *anger* є базовим ідентифікатором та визначається як *the feeling of being angry* [5]. До складу аналізованої ЛСПГ належить 9 лексем, актуалізація яких відбувається за допомогою словосполучення *feeling of anger*. Наприклад, *aggression (feelings of anger and hate that may result in threatening or violent*

behaviour) [4]; *indignation* (a feeling of anger and surprise caused by something that you think is unfair or unreasonable) [4]; *resentment* (a feeling of anger or unhappiness about something that you think is unfair) [4].

До лексико-семантичної підгрупи *happiness* в англійській мові відносяться 14 лексем, а базовим ідентифікатором є лексема *happiness*, що визначається як the feeling of being happy [5]. Вживання в словникових дефініціях словосполучення *feeling of being happy* можливо продемонструвати у наступних лексемах: *exhilaration* (a feeling of being very happy and excited) [4]; *pleasure* (a state of feeling or being happy or satisfied) [4]; *Togetherness* (the happy feeling you have when you are with people you like, especially family and friends) [4].

ЛСПГ *hatred* налічує 11 лексем, а базовий ідентифікатор *hatred* визначається як a strong feeling of dislike; hate) [2]. Досліджувана ЛСПГ актуалізується через вживання в словникових дефініціях словосполучень *feeling of hate* та *feeling of dislike*, зокрема в наступних лексемах: *enmity* (feelings of hate towards somebody) [4]; *antipathy* (a strong feeling of dislike) [4]; *odium* (a feeling of hate or dislike that a lot of people have towards somebody, because of something they have done) [4].

Отже, на основі аналізу словникової дефініції лексеми *emotion*, що є базовим ідентифікатором досліджуваної лексико-семантичної групи, можливо виділити такі лексико-семантичні підгрупи: ЛСПГ *love*, ЛСПГ *fear*, ЛСПГ *anger*, ЛСПГ *happiness*, ЛСПГ *hatred*. Приналежність до певної підгрупи визначається через вживання у дефініціях словосполучень чи лексем, що наявні у дефініціях лексем-ідентифікаторів відповідної підгрупи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Москович В.П. Три методи виявлення лексико-семантичних зв'язків слів. Питання опису лексико-семантичної системи мови. Тези доповідей. Ч. 2. - М., 1971. - С. 35 - 37.
2. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/>
3. Collins Free Online Dictionary. URL: <https://www.collinsdictionary.com>
4. English Oxford Learner's Dictionaries. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com>
5. Merriam-Webster. URL: <https://www.merriam-webster.com>
6. Longman Dictionary of Contemporary English Online. URL: <https://www.ldoceonline.com>

А. С. Кузьмінська,
Н. В. Дячук

Житомирський державний університет ім. Івана Франка

МЕТАФОРА У РАМКАХ ДИСКУРСУ ХУДОЖНЬОГО ТЕКСТУ

Художня література ХХІ століття характеризується різнобічністю семантико-стильових прийомів, свободою авторів у використанні мовних

засобів. Актуалізація метафори у художніх творах зумовила неабияке зацікавлення дослідників. Більшість з них розглядали метафору як «першотроп»[9]. Такий «першотроп» містив у собі гіперболу, іронію, літоту, подвійний зміст, гру слів, перифраз, оксиморон, порівняння, метафору та метонімію. Метафора розглядалась як будь-яке перенесення назви з одного об'єкта на інший. Основою такого перенесення є схожість, суміжність, порівняння тощо. При цьому, не до кінця визначеним є функціонування метафоричних моделей. «Існує необхідність у більш детальному аналізі цього процесу на базі англомовних текстів художнього дискурсу.»[**Ошибка! Источник ссылки не найден.**]

Отож, **актуальність** дослідження зумовлена недостатнім вивченням метафори в ракурсі лінгвістики, у мовознавстві взагалі; необхідністю подальшого вивчення метафори, яку досліджено не так ретельно; недостатньою вивченістю концептосфери у художніх текстах “The Shattered Sea” Джо Аберкромбі.

У творах художньої літератури, переважає поняття «художній дискурс», який насамперед знаходимо у творчості письменників початку ХХІ ст. «Метафора – реалізує із всієї парадигми «зіставлення» – аспект схожості, аналогії, що містить у своєму розумінні підґрунтя про надзвичайну багатогранність можливостей метафори»[7]

«У межах функціонально-семантичного напряму слід виокремити специфічні риси певних типів метафори, що залежить від :

- структури, з якою співвідносяться слова, що мають місце у процесі метафоризації;
- семантико-синтаксичного класу: ідентифікуючих імен чи семантичних предикатів;
- референтно-відображального, ідеографічного і функціонального класу;
- синтаксичної позиції.»[5]

Одним із важливих завдань дослідження художнього дискурсу є вивчення функціонального призначення метафоричних найменувань, оскільки саме метафора дає змогу пізнавати нові якості речей, формувати нову експресивну лексику.

Під час теоретичного осмислення природи метафори формувалися висновки про те, що процес метафоризації – це органічна властивість людської психіки взагалі й художнього мислення зокрема. Метафорі належить важлива роль серед тих засобів виразності, що беруть участь у створенні образів художнього тексту. «Образ – основний засіб художнього узагальнення дійсності. Він передає читачеві укладене в тексті особливе бачення світу, властиве авторові або його персонажеві, увиразнює характеристику художнього образу.» [3]

Так звана образотворча функція метафори ламає звичні стереотипи, перепони між серйозним та іронічним. Емоційна виразність, породжує уяву, за

якої відкривається внутрішній простір. Таким чином, Ф. Уїлрай зауважує: «Метафора є утвердженням індивідуальності, шляхом якого індивідуальність утверджує себе як реальність» [2].

Слово вживається в прямому і в метафоричному значеннях. Н. Арутюнова вважає, що «метафора – це передовсім метод схопити індивідуальність конкретного предмета, передати його неповторність» [6].

Аби з точністю відтворити значення метафори використовують асоціативну форму, яка сприяє утворенню її смислового змісту. «Метафора є способом мислення про світ на підставі здобутого раніше знання, вона – спосіб бачення світу.» [4]

В основу емотивно маркованих оцінних іменників покладено специфічні зовнішні та внутрішні ознаки людини, акумульовані попереднім досвідом народу в серію образів, що всебічно кваліфікують й містять у собі стійку (здебільшого негативну) оцінку. Наприклад, в одній із книг з серії “The Shattered Sea” Джо Аберкромбі “The Half War” ми можемо зустріти речення: «*He must sharpen his mind to a deadly edge.*», у якому засвідчується мотив чогось моторошного, не для благих намірів.

А. Єфімов підкреслює, що виявом метафоризації є розширення смислового обсягу слів, виникнення нових додаткових значень, смислових відтінків. Тому процес метафоризації є важливим засобом формування переносних значень слів, зображувальна роль та експресивні властивості яких загально визнані. Наприклад, Джо Аберкромбі у своїй книзі “The Half War” фіксує набуття переносного значення в лексемі за допомогою кольору “blue-eyed boy” (“чолов’яга з очима блакитного кольору”) → фаворит, улюбленець.

Механізм метафори базується на тому, що їй відповідає цілий набір смислів, а саме: оцінний, експресивний, стилістичний, модальний, адже вона дає інформацію про те, як суб’єкт мовлення ставиться до позначуваного об’єкта.[12]

«Метафори, побудовані на асоціативній образності зоонімів, утворюються на переосмисленні загальноприйнятого уявлення про властивості тварин.»[10] Вторинне метафоричне найменування утворюється тоді, коли номінативна функція тварини за зовнішністю, особливостями поведінки, римами характеру, переноситься на людину. Тобто, символи людських якостей спочатку надаються тваринам, а потім використовуються для антропометричної модально-оцінної інтерпретації якостей людини. Наприклад, зооніми «*Loyalty dog- вірність собаки*»[1]. У даному виразі Джо Аберкромбі вказав на характер людини, зіставивши її з собакою. Всі ми знаємо про те, що собака вірна своєму господареві. Отож і у цьому прикладі ми можемо простежити, наскільки людина може бути вірною.

«Зооніми»[13] в ролі антропонімів репрезентують певну алюзію, інтерпретувати яку дозволяє знання загальних, національних та культурних стереотипів, або широкий контекст художнього тексту.

Мета цих метафор – приписати людині певні ознаки, які переважно мають оцінний смисл, бо перенесення на людину ознак тварин має на увазі оцінні конотації. Самі ж назви тварин оцінки не містять.

Наприклад, *shrank back* – *скулитися* : дана зоометафора вказує на характер слабкої людини, яка перелякалася, заховалася від чогось жахливого. Але не потрібно плутати її з боягузством. Тому що зоометафора *shrank back* передає внутрішні емоції людини.

Отже, художній дискурс початку ХХІ століття – це різностильова образно динамічна площина, у якій активну участь виконує метафора, що виконує номінативну, інформативну, мнемонічну, пояснювальну та емоційно-оцінну функції, які не лише увиразнюють художній текст, а й сприяють вираженню позитивної чи негативної оцінки зображуваних явищ, внутрішнього стану персонажів.[8] Стилiстичні функції метафори в художньому тексті тісно взаємодіють і доповнюють одна одну.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://joeabercrombie.com/books/half-a-war/>
2. Clarke S. Jonathan Strange & Mr Norrell. New York: Tor Books. 2006. – 1006 p.
3. Sutcliffe W. Whatever Makes You Happy. London: Bloomsbury Publishing PLC. 2008. – 292 p.
4. Арутюнова Н.Д. Время: модели и метафоры. Москва: Индрик. 1997. – 351 с.
5. Арутюнова Н.Д. Синтаксические функции метафоры. Известия АН СССР. Серия «Лит. и языка». 1978. Т. 37. № 3. С. 251–262.
6. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт. Москва, 1988. – 341 с.
7. Васильев С.В. Синтез смысла при создании и понимании текста. Київ, 1988. – 238с.
8. Голянич М.І. Внутрішня форма слова і художній текст. Івано-Франківськ: Плай. 1997. – 178 с.
9. Залевская А.А. Метафора и формирование проекций текста. Москва: Ин-т языкознания. 1991. – 149 с.
10. Ірина Смуцинська, Суб'єктивна модальність риторико-стилістичного рівня художнього тексту, Вісник Запорізького державного університету, Філологічні науки, № 1, 2000, С. 1-6
11. Кубрякова Е.С. Эволюция лингвистических идей во второй половине ХХ века: (Опыт парадигмального анализа). Язык и наука конца ХХ века. Москва, 1995. С.134–158.
12. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. Москва: УРСС. 2004. – 245 с.

13. Сукаленко Тетяна, *Метафора як засіб вербалізації гендерних стереотипів, Мова і суспільство* 2011, Вип. 2, С. 23-32

**К. А. Кухар,
Л. М. Чумак**

Житомирський державний університет імені Івана Франка

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АБРЕВІАТУР ТА СКОРОЧЕНЬ В СУЧАСНИХ АНГЛОМОВНИХ МЕДІЙНИХ ПОВІДОМЛЕННЯХ

В умовах технологічного розвитку важливим є не тільки зміст повідомлення, а й лаконічність і стислість. Існує декілька способів економії мовних засобів, але аббревіатури та скорочення є одними з найбільш продуктивних лексичних одиниць в словниковому складі сучасної англійської мови та активно використовується в англійських медійних повідомленнях, соціальних мережах (чатах), діловому листуванні, текстах. Використання цих засобів дає змогу передати велику кількість інформації у мінімальній формі.

Питання типології аббревіатур та скорочень є неоднозначним, адже українські та зарубіжні лінгвісти класифікують їх по-різному. З огляду на форму скороченої частини існує три типи скорочень: апокопа, афреза, синкопа [2, с. 71]. Існують також складноскорочені лексичні одиниці, в яких перший компонент представлений першою буквою слова або компонентом складного слова, а другий – повним словом; терміни, в яких два або три компоненти представлені аббревіатурами (змішані), графічні скорочення та лексичні одиниці, що утворились внаслідок зіставлення літер та цифр. Аббревіатури поділяються на ініціальні скорочення, акроніми, графічні та змішані аббревіатури [3]. Скорочені лексичні одиниці характеризуються простою вимовою, а орфографія є нестабільною, адже вони можуть писатись як одним словом так і як декілька слів, рядковими або прописними буквами, іноді як одне слово або відокремлюватися крапками або косими рисками, акроніми пишуться великими буквами але дуже рідко ці букви відділяються крапками [4]. Англійські усичення можуть зазнавати як орфографічних так і фонетичних змін, внаслідок чого вони іноді відрізняються від своїх повних прототипів [1, с. 163].

З метою визначення прагма-семантичних особливостей та особливостей функціонування аббревіатур та скорочень в сучасних медіа, було здійснено аналіз скорочених лексичних одиниць на матеріалі сучасних англійських медійних повідомлень. Об'єктом дослідження слугували 300 виокремлених скорочень та аббревіатур, відібраних зі статей американських та британських видань, зокрема CNN, the Daily Mail та BBC в он-лайн версії (за 2019 – 2021 роки).

Серед аббревіатур було виокремлено такі структурні типи, що зустрічались у статтях: акроніми, ініціальні, графічні, змішані аббревіатури та інші. Ініціальні аббревіатури – найчисленніша група, частка якої становить 35% серед усіх аббревіатур. Наступною за чисельністю є група акронімів, частка якої складає

25%. Наступна група – змішані аббревіатури, до яких ми відносимо скорочені лексичні одиниці, один з компонентів яких представлений цифрою або буквою. Частка таких аббревіатур склала 17%. Група графічних аббревіатур також є чисельною, її частка – 15%. До інших ми відносимо аббревіатури, які зазвичай використовуються в SMS-повідомленнях або в соціальних мережах, так званий “трансліт”, лексичні одиниці, що утворились внаслідок зіставлення літер та цифр, які замінюють слова або фрази, хімічні формули, аббревіатури, що складаються з однієї літери, утворюють множину шляхом подвоєння літер. Частка скорочень такого типу – 8%. Серед скорочень найбільш часто вживаними виявились апокопні та афerezні скорочення. У проаналізованих статтях виявлено 35 % апокопних скорочень. Частка афerezних скорочень становить 29%. У ході проведення емпіричного дослідження було виокремлено ще одну групу скорочень – змішані. До них ми відносимо лексичні одиниці, де перший компонент представлений першою буквою слова або компонентом складного слова, а другий – повним словом, а також явище відсікання одночасно початкової та кінцевої частини слова. Загалом частка таких скорочень становить 16%. Частка графічних скорочень – 14%. Синкопні скорочення зустрічаються вкрай рідко. Частка таких скорочень становить 6%.

Можемо виокремити декілька сфер вживання скорочених лексичних одиниць. Найчастіше скорочення та аббревіатури зустрічаються в культурній та соціальній сфері (38%), в спортивній сфері – 26%, медичній – 17%, освітній – 11%, політичній – 8%.

Скорочені лексичні одиниці у соціальній та культурній сфері позначають назви корпорацій, фірм, брендів, видань, газет, журналів, телевізійних каналів, номінацію нагород, премій, музичних груп, культурних організацій, імена дизайнерів та назви відомих будинків моди, терміни, пов’язані з комп’ютерними технологіями, технікою, назви предметів повсякденного вжитку. Аббревіатури та скорочення у спортивній сфері позначають назви спортивних організацій, ліг, федерацій; у медичній – медичні терміни або назви хвороб; у освітній сфері – назви освітніх програм, рівень кваліфікації, посади; у політичній – політичні організації, політичні явища, географічні назви (країни, географічні регіони, тощо), посади, військові ранги.

Автори медійних повідомлень часто використовують їх у заголовках, що дозволяє привернути увагу читачів. Значною перевагою скорочень є економія зусиль автора та читача, забезпечення стислості викладу матеріалу та концентрація найважливішої інформації, збереження змісту мовного повідомлення, при максимальному збереженні графічної форми лексичної одиниці. Користуючись таким засобом мовної економії, автори виконують основне завдання ЗМІ – передають велику кількість інформації в межах статті або публікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Бортничук Е. Н., Василенко І. В., Пастушенко Л. П. Словообразование в современном английском языке. – К.: Вища школа, 1988. 263 с.
2. Верба Л. Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов : посібник для перекладацьких відділень вузів / Л. Г. Верба. – 4-те вид., перероб. та доп. – Вінниця : Нова книга, 2008. 248 с.
3. Квеселевич Д. І. Практикум з лексикології сучасної англійської мови / Д. І. Квеселевич, В. П. Сасіна – Вінниця : Нова Книга, 2003. 128 с.
4. Zerlina N. Abbreviation Semantics. Procedia / N. Zerlina, N. Kostina, S. Pitina // Social and Behavioral Sciences. – 2015. P. 137–142.

**В. В. Лежнюк,
Л. М. Чумак**

Житомирський державний університет імені Івана Франка

ТИПИ СКОРОЧЕНЬ ТА ЇХ ФУНКЦІОНАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ В СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

На сьогодні філологічні дослідження покликані для того, щоб відкривати нові явища, тенденції та інновації у мовному просторі. Це стосується і англійської мови, яка стрімко розвивається та вдосконалюється з кожним днем. З'являються нові лексичні одиниці, спрощуються давно вже вживані слова.

Сучасна англійська мова схильна до використання лексичних одиниць утворених шляхом скорочення, про що свідчить словниковий склад та збагачення лексичної системи мови такими одиницями. Скорочення стає все більш поширеним способом утворення нових коротких форм слів, які полегшують сприйняття інформації при спілкуванні. Також це стало помітним явищем і в засобах масової інформації, що є зразком економії та прагматичності. Медійний дискурс є глобальним середовищем, де швидко можна побачити певні зміни, які зумовлені з розвитком сучасних телерадіокомпаній, що швидко намагаються втілювати тенденції у комунікативний простір.

Термін *скорочення* є ширшим поняттям у формотворчому та словотворчому процесі – віднімання від основної форми слова, при якому частина вихідного слова відбирається [1; 2, с. 134]. Скорочення є певним узагальненням, що завжди є близькими з його повнозначними формами.

Основними ознаками повної форми слова чи словосполучення, що отримали скорочений вигляд, є висока частотність, популярність вживання та складність структури. Це свідчить про те, що більшість скорочень утворено від добре знайомих слів або словосполучень. Повна форма та скорочення різняться своїм стилістичним та емоційним забарвленням. Існують поодинокі випадки, коли їх співвідношення порушується [4, с. 41].

Скорочення поділяються на графічні, тобто ті, які використовуються на письмі, але в усному мовленні вимовляються повністю, та лексичні, які

вживаються як в усному мовленні, так і на письмі, адже функціонують як самостійні слова. В свою чергу, аббревіації, акроніми та усічення є основними типами лексичних скорочень.

Абревіація – це така лексична одиниця, що складається здебільшого із початкових приголосних, що вимовляються послідовно як окремі букви англійського алфавіту [5, с. 74].

Акроніми – це тип лексичних аббревіатур, що складаються з початкових букв слова або послідовних початкових букв складного слова або словосполучення, і цей набір букв вимовляється як слово [3, с. 77].

Усічення – це тип лексичного скорочення, що утворюється в результаті редукції одного чи декількох складів слова без зміни його значення, або частини мови для утворення нової словоформи [4, с. 42].

Результати кількісних підрахунків виокремлених у ході емпіричного дослідження скорочених лексичних одиниць показує частоту їх використання у різних сферах діяльності: соціально-культурній (33% випадків), медичній (24% одиниць), спортивній (22% випадків), політичній (12% випадків) та освітній (9% випадків).

Результати досліджень механізмів утворення скорочень показує високу частоту використання аббревіатур, що скорочують повне значення певного терміну. Аббревіаційне скорочення обов'язково супроводжується повною формою словосполучення, що розшифровує таку лексему, особливо при першому використанні в повідомленні в засобах масової інформації. Акроніми зустрічаються рідше, ніж аббревіатури, проте частота їх вживання є більшою за усічення.

Отже, визначивши основні типи скорочень, можна дійти висновку, що скорочення є тією одиницею, яка вживається у писемному та усному мовленні, та виражається різними способами утворення.

Тенденція до використання скорочень в медійних повідомленнях спричинена метою їх авторів до заощадження свого часу та часу читачів, та прагнення до мовної експресії та простоти мовлення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Квеселевич І. Д., Сасіна В. П. Практикум з лексикології сучасної англійської мови: навч. посібник. Вінниця: Нова Книга, 2001. 117 с.
2. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка. Москва: Высш. шк., 1986. 295 с.
3. Верба Л. Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов. Вінниця: Нова Книга, 2008. 248 с.
4. Мостовий М. І. Лексикологія англійської мови. Харків: Основа, 1993. 256 с.
5. Ніколенко А. Г. Лексикологія англійської мови – теорія і практика. Вінниця: Нова Книга, 2007. 528 с.

АНГЛОМОВНІ НЕОЛОГІЗМИ У НАУКОВО-ФАНТАСТИЧНИХ ТВОРАХ: СТРУКТУРНО-ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ

Утворення нових лексичних одиниць є актуальним процесом поповнення словникового складу сучасної англійської мови. Створення неологізмів є результатом двох намірів: наміру розвитку мови та наміру її збереження [2, с. 5]. Неологізми розуміються як нові слова і словосполучення, слова з новим значенням, або запозичені слова, які вивчаються головним чином, як показник ступеня активності на даний момент тих чи інших словотвірних моделей і способів словотворення [3, с. 10]. У плані вираження дослідження нових одиниць ґрунтуються на вивченні способів їх творення та визначенні найбільш продуктивних словотвірних моделей.

Загалом, у проведеному дослідженні було розглянуто та проаналізовано 5 найбільш розповсюджених способів та моделей творення неологізмів: словоскладання, афіксація, телескопія, скорочення та конверсія.

У словоскладальному способі творення неологізмів провідне місце займають моделі $N + N$, $V + N$, $Adj. + N$, $N + Adj.$, $Adj. + Adj.$ та $V + V$, тобто моделі, що складаються з двох компонентів. Такі моделі поєднують в своїй структурі ознаки слова та словосполучення (*facemail, dadkeen, sleep-eat*) [1, с. 57].

Зростає і кількість утворення неологізмів афіксальним способом, тобто за допомогою додавання префіксів та суфіксів. Найпопулярнішим є суфіксальні неологізми (*corpocracy, inundationist*), але кількість префіксальних наближається до суфіксальних (*post-plague, cryogenic*) [2, с. 48]. Не менш популярними є утворення слів-інновацій за допомогою префіксально-суфіксальної моделі (*entoptic, requicken*).

Телескопічний спосіб утворення є також досить активним. Під ним розуміють процес злиття одного слова з усіченою основою іншого, або двох усічених основ. Такі слова можуть утворюватися за допомогою злиття початку першого компонента та початком другого (*comsat*), початком першого та повною формою другого (*ramscoop*), повного першого та початку другого (*floatcam*) та злиття початка першого та кінця другого (*medichines*).

Під скороченням розуміють явище, коли опускається частина звукового складу [1, с. 85]. Такі слова поділяються на: аббревіатури, акроніми, усічення, злиття [2, с. 17]. Найпопулярнішими є усічення та злиття (*comms, high-rad*), які часто використовуються у слензі та технічній літературі. Саме через розповсюдження аббревіацій цей спосіб творення є таким популярним.

Конверсія – це спосіб словотворення, при якому одна частина мови переходить в іншу [1, с. 137]. Кількість неологізмів утворених конверсійним способом останнім часом зменшується, ця модель втрачає свою популярність, через її обмеженість у вживанні.

У ході дослідження було виокремлено 55 одиниць неологічної лексики з науково-фантастичного твору Alastair Reynolds' "The Revelation Space" та проаналізовано за способами творення. Під час аналізу способів творення неологічної лексики було виявлено, що найпродуктивнішими в сучасній англійській мові є словоскладання (48,09%) та афіксація (32,7%). У словоскладальній моделі переважають слова, які складаються з двох компонентів: *razorstorm* (*razor* + *storm*). Найактивнішими виявились моделі *N + N*, (40,7 %), *Adj. + N* (18,5 %) та *Adj. + Adj. (N + -ed)* (18,5 %). Афіксальний спосіб творення останнім часом набуває більшої популярності, особливо суфіксальна модель, наприклад: *servitor* (*servit* + *-or*). Телескопія (*compad* (*com(munication)* + *pad*)) та скорочення *stroppy* (*obstreperous*) є менш активними у процесі збагачення словникового складу англійської мови новими лексичними одиницями (9,09%), але все ж ці способи словотворення є розповсюдженими. Телескопія є досить популярною, використовується на позначення різних реалій дійсності у різних видах: від реклами, газетних повідомлень, наукових роботах до повсякденного мовлення. Скорочення стрімко набуває популярності через великий вжиток аббревіатур та скорочень у слензі. При дослідженні не було виявлено жодного випадку слів, утворених за допомогою конверсії, що говорить про те, що конверсія втрачає свою популярність як одного з активних способів словотворення та поповнення словникового складу англійської мови новими лексичними одиницями.

Крім цього, на матеріалі твору "The Revelation Space" було проаналізовано використання англомовних неологізмів та їх функціонування у процесі зображення різних реалій дійсності. Найчастіше слова-інновації вживаються автором у позначеннях погодних явищ, характеристик предметів та людей, зайнятих науково-технічними технологіями, з використанням відповідних приладів, пристроїв.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка. – М. : Высшая школа, 1998. 315 с.
2. Заботкина В. И. Новая лексика современного английского языка / В. И. Заботкина. – М. : Изд-во «Высшая школа», 1989. 124 с.
3. Зацний Ю. А., Янков А. В. Інновації у словниковому складі англійської мови початку ХХІ століття: англо-український словник. Словник. Вінниця: Нова Книга, 2008. 360с.

ПІДТЕКСТ ЯК ЗАСІБ ВИРАЖЕННЯ ЕМОЦІЙ В ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ

Прозові тексти, створені в ХХ - початку ХХІ ст., все більше і більше привертають увагу дослідників. Предметом дослідження стає не стільки сюжетна або ідейна своєрідність твору, скільки химерність і різноманітність лінгвістичного вираження авторського задуму, наявність в тексті кількох смислових рівнів, співіснування в ньому експліцитно і імпліцитно смислів, які формують загальне враження від літературного твору. Ця смислова багато рівність виникає вже в художніх текстах ХІХ ст. і стає відмінною ознакою сучасної прози, в якій текст все частіше супроводжується підтекстом. Якщо брати до уваги саме термін «підтекст», то він досі є невизначеним і неоднозначним, а його теорія – на етапі свого становлення.

Мета полягає у теоретичному дослідженні підтексту як засобу вираження емоцій в художньому тексті. Поняття підтексту має в науковій літературі широке тлумачення, вживається в літературознавстві, драматургії, лінгвістиці. У літературознавстві цим терміном називають ремінісценції з різних творів, що сприяють розумінню змісту тексту, застосовується він і в лінгвістичних роботах.

Підтекст — прихований, внутрішній смисл висловлювання. Він існує тільки в зв'язку з вербально вираженим змістом, супроводить і водночас частково чи повністю змінює його. Його можна обумовити як деформацію прямого смислу слів під впливом контексту і інших факторів: комунікативна мета мовця, відтворення ситуація і ін. [1, с. 80].

Це лише один із варіантів визначення цього явища, оскільки його сутність можна визначити відповідно до існуючих підходів: лінгвістичного, літературного та психологічного. Так, усі спроби вмістити підтекст у певні рамки для формулювання якнайкращого визначення є неможливим, оскільки це призводить до ще більшого ускладнення розуміння прихованого змісту: неможливість пояснити його додаткових смислових ознак. Тому на сьогодні так і немає чіткого та єдиного визначення терміна «підтекст»: ні у літературознавстві, ні у лінгвістиці й у інших галузях науки, яке б охопило його багатозначність та функціональність.

Варто звернути увагу на набіл уживані терміни «підтекст». Його осмислюють як «прихований смисл», та в якості «інформації».

Щодо «прихованого смислу»:

- прихований смисл висловлення, який можна виявити співвіднівши словесне значення з контекстом і особливо – мовною ситуацією [2, с.755];
- неявний смисл висловлювання або тексту [3, с. 277];
- прихований, неявний смисл, що не співпадає з прямим смислом основного тексту;

– Міміка, паузи, жести утворюють словесне формулювання, яке пов'язане з прихованим внутрішнім змістом, висловлюванням [4, с. 216].

Наведемо приклад підтексту у художньому романі. Так, роман «Володар мух» має художнє ядро, в якому концентрується вся оповідь. Авторські думки про всесилля зла в людській природі розчиняються у «розповіді» про групу хлопців, що опинились на безлюдному острові. Головна авторська думка — хисткість розумного начала в людині та створеній нею цивілізації — опосередковано проявляється як одне з алегоричних значень цього образу. «Білизна мушлі» виникає у сцені шаленої, запеклої суперечки хлопців про «звіра» на острові. Зрештою, розгортаючи події, що доводять всесилля «звіра», автор, відзначаючи то «прозорість» мушлі, то її крихкість і тендітність, підпорядковує образну динаміку своїй думці, доводячи її до логічного завершення у сцені загибелі Рохи: «Мушля розлетілась на тисячу білих уламків і перестала існувати».

Образ-символ «Володаря мух», перш ніж отримати візуальне втілення в романі, виникає певною мірою на рівні передчуттів, проступаючи у невідступному страхі, що охоплює хлопців у відчутті «звіра», що чатує на них. Уявний «звір» породжений страхом, котрий за своєю природою двоїтий: це — емоційний стан та одночасно дія інстинкту самозбереження. В обох своїх проявах страх штовхає до жорстокості, насилля, крові. Так, «звір» пробуджується в Джекові, Роджері, Морисі, як і в інших, стає суттю, а потім вже символічно втілюється у «володарі мух».

До лінгвістичним засобів вираження підтексту відносяться перш за все конструкції експресивного синтаксису. Саме ці синтаксичні засоби створюють підтекстове значення в прикладах з текстів М. Ю. Лермонтова, А. П. Чехова і М. А. Булгакова. У М. Ю. Лермонтова підтекст прихований в основному в лексичних повторах, питальних пропозиціях, які не отримують відповіді в подальшому тексті. Парцеляції виникає в текстах М. А. Булгакова, письменник застосовує цей засіб поряд з лексичним повтором.

До середини ХХ ст. кількість конструкцій експресивного синтаксису в прозових текстах збільшується. Це лінгвістичне засіб переважно вживається в творах С. Д. Довлатова, його тексти насичені парцеляцією, лексичними повторам, питальними реченнями, які не отримують відповіді. Всі три синтаксичні засоби виникають в різних комбінаціях. Крім того, важливу роль відіграє довжина абзацу та виникнення в деяких випадках смислових «рамочок» (мають підтекстовий значення), в які виявляється ув'язненим уривок тексту, в свою чергу, містить підтекст.

Підсумовуючи слід зазначити, що підтекст – це прихований смисл художнього твору, який свідомо чи підсвідомо створюється автором і відтворюється читачем, наділяючи твір особливою художньою енергією. В сучасній прозі синтаксичні конструкції, що передають підтекстову інформацію, дозволяють авторам створити не один, а кілька смислових рівнів, створити емоційний «другий план» тексту. Виявлення та опис лінгвістичних засобів

вираження підтексту в сучасній прозі видається актуальним і цікавим завданням для дослідника.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Галич О. А. Загальне літературознавство: Навчальний посібник для вузів / О. А. Галич, В. М. Назарець, Є. М. Васильєв. Рівне, 2010. С.80.
2. Литературная энциклопедия терминов и понятий Под ред. А. Н. Николюкина. М.: Интелвак, 2011. 1600с.
3. Оліфіренко С. М., Оліфіренко В. В., Оліфіренко Л. В. Універсальний літературний словник-довідник. Донецьк: БАО, 2012. 432с.
4. Ковалів Ю. І. Літературознавча енциклопедія : у 2-х т. К.: Академія, 2012. Т.2. 624 с.
5. Голдінг В. Володар мух / Вільям Голдінг ; Соломія Дмитрівна Павличко (пер.), Соломія Дмитрівна Павличко (передмова). К. : Основи, 2011. 254 с. 432 с.
5. Ковалів Ю. І. Літературознавча енциклопедія : у 2-х т. К.: Академія, 2012. Т.2. 624 с.
6. Голдінг В. Володар мух / Вільям Голдінг ; Соломія Дмитрівна Павличко (пер.), Соломія Дмитрівна Павличко (передмова). К. : Основи, 2011. 254 с.

**К. Р. Мартинчук,
Л. М. Чумак**

Житомирський державний університет імені Івана Франка

ТЕЛЕСКОПІЯ ЯК ПРОДУКТИВНИЙ СПОСІБ СЛОВОТВОРЕННЯ НА ПРИКЛАДІ ПОВІДОМЛЕНЬ СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСУ

Англійська мова стрімко поповнює свій словниковий склад, що відбувається переважно за рахунок власних мовних ресурсів, тобто через словотвір та зміну значення наявних одиниць. У сучасних умовах в англійській мові постійно виникають нові слова, поняття, словотворчі моделі. Окрім афіксації, конверсії, абрєвіації, скорочення одним із найпоширеніших способів словотвору в сучасній англійській мові вважають словозлиття, або телескопію [3].

Телескопія (також *контамінація, стягнення, злиття, словозлиття, гібридизація, вставне словоутворення, блендинг*) – один із словотворчих способів, який розуміється у мовознавчій літературі як «взаємодія мовних одиниць, які стикаються або в асоціативному, або в синтагматичному ряді, що приводить до їх семантичних чи формальних змін та виникнення нової (третьої) мовної одиниці» [2, с. 209].

Лексичні одиниці телескопізми – досить великий прошарок лексики, що постійно збагачується та оновлюється. Джерелом поповнення телескопізмів є авторські неологічні утворення та обмовки живого спілкування. Їх вигадують,

щоб досягти певної мети спілкування. Класифікація видів телескопічних слів, ґрунтується на способі їх творення, і, відповідно, словотвірних моделей. Відповідно Дж. Алджео поділяє телескопізми на три групи:

1) утворені на основі фонематичного збігу, наприклад: *universalphabet* (universal + alphabet) – «загальна абетка»;

2) утворені в результаті скорочення основ слів з подальшим їх складанням, наприклад: *rom-com* – (romantic + comedy) «романтична комедія»;

3) утворені фонематичним збігом у поєднанні зі скороченням, наприклад: *ambisextrous* (ambidextrous + sex) – «призначений для обох статей».

За класифікацією Т. Р. Тимошенко, відповідно до структури, виокремлюють такі групи телескопізмів: повні телескопічні слова; часткові; «гаплоглоги», або «накладні».

Телескопічні слова відіграють важливу роль у процесах поповнення словотвірної системи сучасної англійської мови новими словотвірними елементами. Завдяки телескопії, а саме телескопічній одиниці *nixonomics* (Nixon + economics), виник словотвірний елемент *-nomics*. Згодом утворилися схожі слова, в яких елемент *-nomics* став асоціюватися зі словотвірним суфіксом, який додавався до власних назв. На сучасному етапі суфікс *-nomics* почав приєднуватися до загальних іменників, наприклад: *bimbonomics*, *cybernomics*, *mediconomics* [1].

Причиною появи нових лексичних одиниць телескопізмів є зміна суспільно-політичного життя і науково-технічний прогрес: нові історичні постаті, події, відкриття, реалії, новітні галузі техніки, оновлена сфера культури та мистецтва, надання відтінку неповторності, оригінальності автора. Щойно слово починає активно вживатися, воно втрачає ознаки новизни і поступово стає загальноновживаним.

Інколи пояснити функціонування та здійснити переклад телескопізму за допомогою аналізу дефініції, асоціацій та контексту неможливо, тому що така лексична одиниця ще не пройшла свого етапу узуалізації, а, отже і не є загальноновживаною та вимагає від комунікантів компетентності у відповідній сфері її сфері вживання, наприклад: *televangelist* – (television + evangelist) – іменник, «особа, що використовує телебачення задля розповсюдження релігійного християнського вчення»; *cyclodrum* – (cycle + drum) – іменник, «спецтехніка: барабан, всередині якого є джерело світла, який використовується для створення ефекту вогнів поїзду».

Аналіз матеріалів Британського національного корпусу дозволяє нам спостерігати зростання продуктивності телескопії як одного з найпопулярніших способів словотворення в сучасній англійській мові.

Отже, словотвірний механізм телескопії став звичним явищем сьогодення, оскільки він дозволяє стисло передати інформацію, лаконічно висловити думку, саме тому його часто вживають у рекламі, засобах масової інформації, у розмовній мові, та найчастіше – в просторі Інтернету.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Зацний Ю. А. Інновації у словниковому складі англійської мови початку ХХІ століття: англо-український словник. Вінниця : Нова Книга, 2008. С. 5–68.
2. Ахманова О. С. Словник лінгвістичних термінів [Текст] / О.С. Ахманова. М.: Книжковий дім “Ліброком”, 2010. 5-е вид. 576 с.
3. Бортничук Е. М. Словотвір в сучасній англійській мові: [монографія] / Е. М. Бортничук. К.: Вища школа, 1988. 98 с.

О. Мартинюк
Житомирський державний університет ім. Івана Франка

СКЛАДНОЩІ ПЕРЕКЛАДУ ДИТЯЧОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Дитяча література – це комплекс творів, який створений авторами з урахуванням психофізіологічних особливостей дітей. Працюючи для дітей, слід враховувати їх інтереси та захоплення [1].

Таку літературу можна класифікувати за родами і жанрами. Однак при такій класифікації не можна забувати про трансформацію звичайних жанрів при їх потраплянні в сферу дитячої літератури. Так, під впливом казки на звичайну жанрову систему відбуваються різні жанрові модифікації, такі як поема-казка, повість-казка тощо. Система жанрів дитячої літератури визначається не тільки ідеями письменників, а й інтересами дітей.

Написання творів для дітей і тим більше їхній подальший переклад - складний творчий процес, що вимагає не лише знання двох мов, але також двох культур та тексто-типологічних характеристик цих творів, а також розуміння внутрішнього світу дитини, сприйняття ним навколишнього середовища та реальності [2].

Художні твори для дітей багаті на оніми, фразеологізми, каламбури, оказіоналізми, пестливі форми слів, що, безсумнівно, створює труднощі у їх відтворенні за допомогою іншої мови [3]. Крім того, переклад таких творів, як і всіх інших художніх текстів, повинен бути максимально адекватно відповідним оригіналу, не спотворюючи дійсності та зберігаючи художню оригінальність.

Це спричиняє складність та переклад власних імен, імен та прізвищ, топонімів, діалектизмів та неологізмів, порівняльних оборотів та метафор. Перекладач повинен мати не лише широкий словниковий запас, а й знання ідіоматичних термінів та прислів'їв. Розглянемо приклади.

Mirkwood (Tolkien, *The Hobbit or There and Back Again*). Перший варіант перекладу **Чорний ліс** (Толкін, Гобіт, або мандрівка за Імлисті гори, переклад О. Мокровольського) близький до оригіналу, оскільки *mirk* означає «темрява»; можемо також припустити, що автор обрав саме його, оскільки «чорний» більше нагадує реальний топонім, ніж «темний», який скоріше сприймається як епітет (згадайте, наприклад, українське «ой, в лісі, лісі темному...»). Другий варіант

перекладу **Морок-ліс** (Толкін, Гобіт або Туди і Звідти, переклад О. О'Лір) свідчить про глибину ментального усвідомлення вихідної одиниці. Лексема «морок» у першому словниковому значенні («відсутність світла», «темрява», «темнота») так само може вважатися прямим еквівалентом *mirk*, але на додачу вона має друге – алегоричне – значення («щось безвідрадне, безнадійне, сумне»), яке надає топоніму більшої промовистості.

Одним із суттєвих питань вивчення перекладу дитячої літератури є процес відтворення в тексті перекладу власних імен.

Найбільш вдалим способом передачі дійсності (особливих власних імен) в дитячій літературі вважається спосіб поєднання транскрипції (інструмент для створення етноспецифічного колориту) з одночасним її поясненням.

За термінологією Р. П. Зорівчак, цей метод отримав назву «комбінована реномінація» [4]. У тексті роману «Molly Moon's Hypnotic Time Travel Adventure» Дж. Бінг, пояснення транскрибованої (транслітерованої) реалії часто подається самою авторкою: «...*a bindi, a red holy dot, was painted on her forehead*» – «...на чолі виднілася намальована червона священна цяточка – бінді».

Складніше з промовистими іменами, у форму яких автор твору надав прихований зміст. Якщо ми просто перенесемо графічну або фонетичну форму власного імені в перекладений текст, воно залишиться незрозумілим для дитини, і в той же час збіднить витвір мистецтва. У такому випадку застосовують покомпонентний переклад власної назви, який здатен не тільки ідентифікувати персонажів, але й підкреслити їхні особливі риси. Наприклад:

- *Попелюшка – Cinderella – Aschenputtel*, яка була змушена спати на попелі;
- *Білосніжка – Snow White – Schneewittchen* асоціюється з білим снігом. [5].

При перекладі власних назв слід зазначити, що мають місце бути випадки узагальнення змісту, конкретизації чи повної заміни власної назви [3].

Дітям, які вже мають певний читацький досвід, можуть бути знайомі з найбільш розповсюдженими іншомовними іменами, наприклад, *Джон, Ганс, Грета, Мері, Петро, Данило*, але україномовний читач не сприйматиме *Гензель* та *Гретель* як пестливі форми від *Ганс* та *Грета* [5]. Таку особливість ономастики потрібно обов'язково враховувати при перекладі.

У дитячій літературі часто зустрічаються каламбури, які представляють неабияку складність при перекладі. Наведемо приклад українського перекладу з «Аліси в Задзеркаллі» Л. Керола.

- *You had got to the fifth bent, I think? - - I had not! - cried the Mouse, sharply and very angrily. - - A knot! - said Alice, always ready to make herself useful, and looking anxiously about her. - Oh, do let me help to undo it!*

- *Вибачте, будь ласка, - сумирно сказала Аліса. - Ви вже, мабуть, чи не на п'ятій звивині зі слів? - - На п'ятому з ослів! - люто крикнула Миша. - На п'ятому з вузлів? - спантеличено перепитала Аліса. - Ой, дайте, я допоможу розплутати!.. (Вона завжди готова була стати комусь у пригоді.)*

Відтворюючи гру слів у перекладеному тексті, часто буває недостатньо просто відтворити зміст оригіналу в новій мовній формі, сама форма оригіналу є предметом повторного вираження - фонетичного та / або графічного. Крім того, часто навіть потрібно змінити зміст гри слів вихідного тексту, якщо неможливо зберегти оригінал, оскільки план вираження важливіший за зміст [6].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Арьес Ф. Ребёнок и семейная жизнь при Старом порядке /Ф. Арьес – Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 1999. – 416 с. 5. Барт Р. От произведения к тексту // Избранные работы: Семиотика: Поэтика: пер. с фр. / Р. Барт; сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. – М., 1989. – С.413–423.
2. Кизилова В.В. Дитяча література: Стан. Проблеми. Перспективи [Електронний ресурс] / В. В. Кизилова // Актуальні проблеми слов'янської філології. – 2009. – Вип. XX. – С. 237-242. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Apsf_lil/2009_20/Kizilova.pdf.
3. Гера О. Власні назви в українському перекладі книг про Гаррі Поттера Дж. К. Ролінг [Електронний ресурс] / Оксана Гера // Іноземна філологія. – 2007. – Вип. 119 (2). – С. 134-140.
4. Викторова Н. А. Английская литературная сказка эпохи постмодернизма [Электронный ресурс] : автореф. дис. канд. филол. наук/ Н. А. Викторова. — Казань, 2011. – 22 с.
5. Славова М. Волшебное зеркало детства. Статьи о детской литературе / Маргарита Славова. – К. : ІПЦ «Київський університет», 2002. — 92 с.
6. Влахов С. Непереваемое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. – М. : Междунар. отношения, 1980. – 343 с. 19.

**Т. О. Марчук,
О. О. Кодубовська**
Житомирський державний університет імені Івана Франка

ВИКОРИСТАННЯ ПЕРЕКЛАДАЦЬКИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ У ПЕРЕКЛАДІ РОМАНУ «ЗВІЯНІ ВІТРОМ»

Проблема класифікації перекладацьких трансформацій є однією з найактуальніших у сучасному перекладознавстві, оскільки наразі відсутня їхня єдина типологія. Трансформація полягає в зміні формальних (лексичні або граматичні трансформації) або семантичних (семантичні трансформації) компонентів вихідного тексту при збереженні інформації, призначеної для відтворення у перекладі [3, с. 536]. Перекладацькими трансформаціями під час перекладу є перетворення, за допомогою яких здійснюється перехід від одиниць оригіналу до одиниць перекладу, які несуть те саме прагматичне навантаження. Одним з основних завдань перекладача є вміння адекватно вжити перекладацькі

трансформації, щоб текст перекладу найбільш точно розкривав суть оригіналу тексту [1, с. 98].

Слідом за В. Комісаровом виокремлюємо наступні види трансформацій [2, с. 55]: *лексичні* (калькування, конкретизація, генералізація, модуляція); *граматичні* (заміни форм слова, частин мови, членів речення, членування і об'єднання речень) та *комплексні* (експлікація та антонімічний переклад).

Під час перекладу роману «Звіяні вітром» Ростислав Доценко використовує різноманітні лексичні та граматичні трансформації, що зумовлено лексико-семантичними, функціональними та стилістичними відмінностями між мовами оригіналу і перекладу.

У наступному прикладі перекладач застосовує модуляцію, пропонуючи вирази, що є зрозумілими для цільової аудиторії:

«*I couldn't risk being a wallflower just waiting on you two*» [5].

«Що, я мала б через вас цілий вечір стіну підпирати?» [4].

Використання цієї трансформації полягає у заміні словосполучки *being a wallflower* (жовтофіль, дівчина, що залишилась без кавалеру) засобами української словосполучки *стіну підпирати*, що використовується для того, щоб продемонструвати, що дівчину ніхто не запрошує на танець.

Прийом модуляції має місце, коли у тексті перекладу використовується лексична одиниця, що має інше значення, ніж лексема оригіналу:

«*Why he should have captivated Scarlett when his mind was a stranger to hers she did not know*» [5].

«Скарлет не могла збагнути, чим він її причарував, цей такий загадковий для неї юнак» [4].

Перекладач використовує лексему *загадковий* замість *stranger* (незнайомець), надаючи більш романтичного забарвлення тексту.

У ході перекладацького зіставлення тексту оригіналу з його україномовним перекладом були виявлені граматичні трансформації. Наприклад, заміна структури речення, завдяки опущенню зайвих елементів, а також завдяки використанню більш компактних конструкцій:

«*Pa talks war morning, noon and night, and all the gentlemen who come to see him shout about Fort Sumter and States' Rights and Abe Lincoln till I get so bored I could scream!*» [5].

«Тато зранку до вечора лише про це і говорить, і всі, хто приходять до нього, одно тільки торочать: про Форт Самтер, права штатів, Ейбі Лінкольна, аж я ладна заверещати від нудьги!» [4].

В деяких випадках переклад вимагає зміни типу речення за метою висловлення, так розповідні речення можуть ставати питальними і навпаки. Наприклад:

«*Well, I have! How did I know you all would be home?*» [5].

«А хоч би й усі? Звідки я знала, що ви повернетесь?» [4].

Наступний приклад демонструє повну заміну, пошук аналогу для кращого сприйняття з метою передачі туги за домом:

«*And it said «Home Sweet Home»*» [5].

«І там ішлося «Немає місця кращого, аніж домівка рідна»» [4].

До граматичних відносимо й трансформації на морфологічному рівні, коли відбувається заміна частин мови при перекладі. Наприклад:

«*Your precious Charles or Frank or your stupid Ashley*» [5].

«Ані ваш дорогенький Чарлз, ані Френк, ані цей ваш недотепа Ешлі...» [4].

Використання експлікації, що полягає у використанні додаткових лексичних одиниць в перекладі, які відсутні в оригіналі. Наприклад:

«*That silly nephew of hers, Charlie Hamilton, and Honey Wilkes*» [5].

«Заручини її дурка - небожа, Чарлі Гамільтона, з Душкою Вілкс» [4].

Ще один приклад демонструє використання зазначеної трансформації:

«*I execrate these vampires who are sucking the lifeblood of the men who follow Robert Lee--these men who are making the very name of blockader a stench in the nostrils of all patriotic me*» [5].

«Я шлю прокляття на голови цих упирів, що смокчуть кров воїнів, очолюваних Робертом Лі, на цих недолудів, через яких сама згадка про проривників блокади відгонить смородом для кожного щирого патріота» [4].

Перекладач доповнює словосполучення *patriotic men* та перекладає його не просто як патріоти, а називає їх щирими патріотами. Автор у реченні використовує і порівняння, він порівнює ворожих противників із упирями, які висмоктують кров із воїнів.

Під час перекладу наступного речення перекладач також вдається до трансформації додавання, щоб читачеві було більш зрозумілим, що йдеться саме про відокремлення Півдня. Використання цього перекладацького прийому зумовлено граматичним устоєм української мови. Наприклад:

«*I've never gotten so tired of any one word in my life as 'war,' unless it's 'secession'*» [5].

«Жодне слово мені ще ніколи так не набридало, як оця «війна», та ще «відокремлення Півдня» [4].

Ще один приклад експлікації яскраво продемонстровано у наступному реченні:

«*Tara! Home!!! I go home*» [5].

«Тара! Моя рідна Тара! Я їду додому! Додому...» [4].

Перекладач не тільки змінює графічну структуру речення, а також вдається до додавання ще одного речення намагаючись підсилити важливість цих слів.

Використання прийому імплікації, де тавтологічні або зайві елементи забираються, бачимо у наступному прикладі:

«*They had just been expelled from the University of Georgia, the fourth university that had thrown them out in two years; and their older brothers, Tom and Boyd, had come home with them, because they refused to remain at an institution where the twins were not welcome*» [5].

«Їх щойно вигнали з університету штату Джорджія — четвертого за два роки; разом з ними повернулись додому і старші їхні брати Том і Бойд, відмовившись залишатись у стінах навчального закладу, з якого виключили близнюків» [4].

У перекладі автор вказує лише, що героїв роману вигнали з четвертого за два роки університету, хоча в оригіналі говориться, що їх вигнали с університету штату Джорджії, а це четвертий університет із якого їх вигнали за останні два роки. Перекладач упускає повторення слова «*university*», щоб уникнути тавтології.

У перекладі роману «Звіяні вітром» автор вдається до використання різноманітних трансформацій, а саме лексичних, граматичних та комплексних.

Подальші перспективи розвідки вбачаються в аналізі перекладацьких трансформацій на матеріалі близькоспоріднених мов.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Голянич М. І. Внутрішня форма слова і художній текст / Марія Іванівна Голянич. – Івано-Франківськ: Плай, 1997. – 178 с,
2. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение. Москва : ЭТС, 2001. 424 с
3. Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія / О.О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2011. – 844 с, с. 536
4. Мітчелл М. Звіяні вітром / переклад Ростислав Доценко. URL :<http://allbookslib.com/book/zviyani-vitrom-tom-1-7b6b21/text>
5. Margaret Mitchell. Gone With The Wind. URL :
<http://gutenberg.net.au/ebooks02/0200161h.html>

М. Р. Мірова

Житомирський державний університет імені Івана Франка

ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ПРИЙОМИ ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ ПРИ АДАПТАЦІЇ СЛОГАНІВ

У науковій розвідці розглянуто питання перекладу іноземних слоганів з англійської мови на українську. Увагу зацентровано на доцільності використання варіативних стратегій перекладу та адаптації на матеріалі існуючих перекладацьких рішень. Незважаючи на те, що на сьогодні проблемам адекватного перекладу рекламних слоганів приділяється увага, досі існують випадки неадекватного перекладу слоганів чи рекламних заголовків, що і зумовлює актуальність цього дослідження.

Переклад реклами вважається одним з найскладніших видів перекладу, оскільки перекладач змушений вдаватись до нетрадиційних підходів. Складність полягає в тому, що цей вид перекладу вимагає не тільки передачі сенсу та ідеї, але і творчого підходу і вміння адаптувати текст до соціокультурних особливостей аудиторії, для якої призначений рекламний слоган. Слоган – це інструмент, за допомогою якого виробники заявляють в рекламі про унікальність і оригінальність свого продукту, а також який містить та передає головну ідею кампанії. Однозначно відповісти якої стратегії перекладу краще дотримуватися при перекладі рекламних текстів важко, але потрібно зазначити, що буквальний

або дослівний переклад застосовується вкрай рідко, оскільки в рекламі важлива не форма тексту, а його образність [1].

Перекладачеві потрібно використовувати комплексні перекладацькі трансформації, для того щоб досягти адекватного перекладу. Під час дослідження було виявлено, що для цього перекладачі використовують різні стратегії, а саме адаптацію, модуляцію, (де)компресію, конверсію, ревізію, римування та персоніфікацію. Проте в окремих випадках слогани перекладають дослівно або не перекладають взагалі.

Найчастіше при перекладі реклами, особливо слоганів, використовують вільний переклад або адаптацію. Вона використовується у випадках, коли вихідну рекламну фразу неможливо просто перекласти на українську мову в силу різноманітних причин [2, с. 14]. Наприклад, TouchWiz: «Personalization is just a touch away» – «Створи свій індивідуальний стиль свого телефону простим дотиком» ілюструє явище декомпресії задля передачі змісту фрази українською мовою.

Широко використовується і модуляція – лексична заміна, що будується на причинно-наслідкових зв'язках понять, що можуть взаємно замінюватися [3, с. 88]. Таким чином було здійснено переклад слогана Pepsi: «Ask For More» – «Бери від життя все». Оригінал має значення «проси/ вимагай більше», а український варіант має більшу емоційну насиченість.

Вдало українські перекладачі змогли застосувати римування при перекладі слогана Snickers: «Hungry? Grab a Snickers». При дослівному перекладі цей слоган звучав би як «Зголоднів? Хапай Снікерс», але відомий всім українцям слоган звучить як «Не гальмуй. Снікерсуй». Це можна визначити як прийомом конверсії, а саме вербалізації – утворення з іменника, назви продукту, дієслова задля римування зі словом «гальмуй».

Часто перекладачами реклами застосовується стратегія ревізії, тобто формування зовсім нового рекламного тексту. Такий метод використовується тільки у випадку крайньої необхідності, адже він може повністю змінити ідею виробника. Як приклади ревізії можна навести слогани Samsung «Everything in one touch» – «Смартфон, в якому є все», Mazda CX-9 «Big Yet Agile» – «Грай на повну».

Персоніфікація реклами здійснюється різними способами. Перекладачі англomовної реклами звертають увагу на особливий характер вживання в рекламних слоганах особових і присвійних займенників. Наприклад, слоган компанії Ariston «Comfort always on» в українській мові передається як «Комфорт – наш виклик». Присвійний займенник 1-ї особи множини символічно позначає фірму Арістон як сукупність осіб.

Прикладами дослівного перекладу рекламних слоганів є Mc Donalds' «I'm loving it» – «Я це люблю», M&M's «The milk chocolate melts in your mouth, not in your hand» – «Молочний шоколад тане у вас у роті, а не в руках», Coca Cola «Life is Good» – «Життя прекрасне» та ін.

У деяких випадках слоган залишають без перекладу мовою оригіналу. Це потрібно для того, щоб підкреслити іноземне походження а, отже, і якість товару. Наприклад: «Volkswagen. Das Auto», «It's a Sony» або «Nike. Just do it».

Таким чином, встановлено, що не існує універсальних правил для перекладу рекламних слоганів. Але аналіз запропонованої області дослідження надає можливість зрозуміти, який спосіб перекладу чи інтерпретації рекламного повідомлення краще застосовувати та обрати відповідно до конкретної ситуації. Варто зазначити, що правильний переклад слогана вирізняється поєднанням правильної передачі головної ідеї реклами і наявністю необхідних засобів художньої виразності, близьких до оригіналу. Прослідковано, що в більшості випадків дослівний переклад є нерелевантним.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Денисенко О. Є. Реалізація перекладацьких трансформацій під час перекладу рекламних слоганів [Електронний ресурс] / О. Є. Денисенко – Режим доступу до ресурсу: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/NM/issue/view/147>.
2. Демецька В. В. Теорія адаптації в перекладі : автореф. дис. ... на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук : спец. 10.02.16 “Перекладознавство” /В. В. Демецька. – К., 2008. – 27 с.
3. Клименко І. М. Лексичні трансформації при передачі англійської політичної термінології українською мовою / І. М. Клименко, І. С. Зоренко. – 2012. – №8. – 90 с.

О. В. Пшенична,

Л. М. Чумак

Житомирський державний університет імені Івана Франка

ВИКОРИСТАННЯ ПРЯМОГО ТА ЗВОТНОГО ПОРЯДКУ СЛІВ У СУЧАСНОМУ АНГЛІЙСЬКОМУ РЕЧЕННІ (НА МАТЕРІАЛІ ПОВІДОМЛЕНЬ МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ)

Порядок слів для англійської мови є принциповим та відносно фіксованим, але в деяких випадках використовується й непрямий порядок слів, тобто коли на перше місце ставлять не підмет, а інший член речення (присудок або будь-який другорядний член речення) з метою сформуванню певний комунікативний вид речення, який вимагає такий порядок слів, або надати реченню емоційного забарвлення.

Порядок слів у реченні в будь-якій мові визначається взаємодією двох груп факторів. З одного боку в ньому узагальнюються правила розміщення компонентів в синтагмах, перш за все, в дієслівній синтагмі, що служить фундаментом всього речення, оскільки входження синтагми до складу ієрархічно вищої синтагми, і в тому числі, до складу синтагми вищого рангу – реченні, не може супроводжуватися руйнуванням її структури, що відображається в розташуванні її компонентів. З іншого боку, порядок слів речення, в значній мірі, визначається співвідношенням двох синтаксичних одиниць: речення як кінцевий продукт функціонування граматичної підсистеми

і висловлювання як елементарного повідомлення, найменшої комунікативної одиниці [4, с. 51].

Головні члени речення, підмет і присудок, складають основу закінченої думки і нерозривно пов'язані між собою. Порядок розташування наступний: підмет (subject) – дієслово-присудок (predicate) – додаток (object) – обставина (adverbial modifier) Зазвичай речення включає обставинні слова, у яких також є визначене місце в реченні: спочатку стоять обставини місця, потім обставини часу [4, с. 55]. Так звані інтерогативи (питальні речення) англійської мови є структурно-граматичним типом, який відрізняється від інших речень як за структурою, семантикою, так і за комунікативним призначенням. В таких реченнях присутня особлива інтонація та певний порядок розташування слів. В питальних реченнях англійської мови часто можна зустріти лексичні маркери питальності, логічна та граматична природа яких зумовлюється цілеспрямованістю запиту певної інформації [5, с. 243].

Відхилення від характерного для англійської мови прямого порядку слів з метою створення нових граматичних форм або для підсилення й виділення окремих членів речення називається інверсією. В англійській мові інвертований порядок слів використовується здебільшого для емпатизації тексту, тобто шляхом переміщення певних слів або частин речення у невластиве їм місце: автор звертає на них особливу увагу реципієнта, викликає певні емоції, які б не вийшло викликати у бажаній кількості або взагалі класичним порядком слів [1, с. 204]. Інвертований порядок слів широко використовується, коли слово або група слів ставиться на видному місці, тобто коли воно або відкриває речення, або відводиться на кінець речення, щоб надати більшого ефекту. Порядок слів часто стає засобом акцентування, таким чином набуваючи стилістичної функції. Граматична інверсія – це явище, яке спостерігається у процесі утворення певних комунікативних типів речень у англійській мові. Граматична інверсія найчастіше зустрічається в реченнях з формальним підметом *there*, а також загальних і спеціальних питаннях. Граматична інверсія також використовується при побудові умовних речень англійської мови, які починаються з *was, were, had, could, should* [3, с. 15].

Досить часто інверсія використовується у художньому та публіцистичному жанрах. Такі засоби масової інформації, як журнали, газети слугують так званими інструментами реалізації стилю масової комунікації. Медійний дискурс не лише транслює повідомлення через певний канал, а й враховує особливості створення медіа повідомлення, способів декодування цього повідомлення, соціально-культурні характеристики отримувача та аналізує потенціальний зворотній зв'язок. Стилiстичну забарвленiсть також можна часто зустріти у заголовках статей медійного простору. Зазвичай, вони складаються з коротких лаконiчних фраз та не мають другорядних семантичних елементiв, забезпечуючи зрозумiлiсть. Дослiджуючи заголовки можна зустріти такі особливості лексико-граматичного аспекту: 1) опущення в заголовках особистих форм допомiжного дiєслова *to be* і артиклiв, щоб привернути увагу читача до основної думки повідомлення; 2) передача дiї, що вiдбудеться у

майбутньому шляхом використання інфінітиву; 3) опущення присудка в заголовку, який відіграє в реченні другорядну роль; 4) опущення підмета, якщо він важливіший в реченні; 5) використання сленгу, діалектизмів, неологізмів і поетизмів, щоб надати емоційне забарвлення [2, с. 200].

На матеріалі статей різного спрямування у періодичному виданні «Vogue», що були опубліковані в онлайн-версії журналу в період з 10 грудня 2013 року по 10 травня 2021 року, було здійснено кількісний аналіз вживання речень з емоційно-експресивним змістом, який виявив, що частотність вживання непрямого порядку слів є досить незначною. Загалом, було проаналізовано 61 речення, де використовувався прийом інвертованого порядку членів речення з метою набуття ним емоційно-забарвленого характеру. На матеріалі проведеного дослідження було виокремлено 6 видів інверсії: інверсія з *here/there*, інверсія з *neither/nor*, інверсія з *not only*, інверсія з *little do/did*, інверсія зі сталим виразом *under no circumstances* та локативна інверсія.

У контексті медійного дискурсу автор досягає емоційно-експресивного ефекту шляхом зміни нейтрального ладу тексту, виділення й підвищення смислового навантаження певних синтаксичних одиниць та надання їм емоційного відтінку. Після здійснення емпіричного аналізу можна зробити такі висновки щодо застосування інверсії у медійних повідомленнях видання «Vogue»: серед тих типів непрямого порядку слів у реченнях, найпопулярнішим типом є інверсія з *there/here* та інверсія з *neither/nor*.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Гальперин И. Р. Стилистика английского языка / И. Р. Гальперин. М.: Высшая школа, 1971. 311 с.
2. Ксензенко О.А. Mass Media Language. Учебное пособие по языку современных англоязычных СМИ (3-е изд., переработанное и дополненное) / О. А. Ксензенко Е. О. Менджеричкая. М.: Издательство Московского университета, 2005.
3. Павлов В. В. Инверсия як мовне явище [Електронний ресурс] / В. В. Павлов // Філологічні трактати. 2012. Режим доступу до ресурсу: <https://mydocx.ru/12-124266.html>.
4. Плоткин В. Я. Строй английского языка: Учеб. Пособие для институтов и фак. иностр. яз. – Москва: Высшая Школа, 1989. 239 с.
5. Хаймович Б. Б. Теоретическая грамматика английского языка. Москва: Высшая школа, 1967. 294 с.

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ СУБТИТРІВ У МЕДІА МАТЕРІАЛАХ

За останні роки аудіовізуальний продукт перетворився в значну форму спілкування. Відео виступають інноваційним способом представлення теми аудиторії: відео автоматично залучаються до більш інтерактивного способу спілкування з субтитрами. Субтитри є своєрідним засобом комунікації між різними національностями. Актуальність теми дослідження зумовлена стрімким розвитком, удосконаленням та поширенням медіа матеріалів, зокрема їх англійських варіантів у світовій мережі Інтернет. Субтитрування уможливорює пізнання та розуміння культури народів цілого світу. Процес субтитрування складається з наступних фаз: виділення, перекладу (адаптації), моделювання, виправлення помилок та корекції тексту. Субтитри бувають відкритими та закритими [2], які, у свою чергу поділяються на: 1) hard (hard-subtitles or open) Subtitles (вшиті або жорсткі субтитри); 2) pre-rendered (closed) Subtitles (попередньо відтворені, закриті субтитри); 3) soft (soft-subtitles or closed) Subtitles (програмні або ж м'які субтитри) [3].

Субтитри - найпоширеніший спосіб перекладу аудіовізуального продукту на іншу мову. Субтитри вперше з'явилися у 1903 р. та були використані в епічному фільмі Едвіна С. Портера під назвою «Каюта дядька Тома». На той час субтитри називали інтертитрами – надруковані або намальовані тексти [1].

Метод перекладу став відомий як субтитри в 1909 році в епоху німого кіно. Першим звуковим фільмом із субтитрами став "Співак джазу".

Субтитри у сучасному світі використовуються практично у всьому: від відеоігор та додатків, корпоративних рекламних роликів, відеороликів Youtube, демонстраційних та навчальних відеороликів в Інтернеті, виступу на телебаченні.

Одним із найбільш впливових та популярних сайтів, що пропонує нову інформацію у вигляді відео є сайт TED Talks, платформа, яка безкоштовно пропонує різноманітну інформацію в мережі Інтернет. TED Talks (акронім «Technology, Entertainment and Design» («Технології, Розваги та Дизайн»), виступають одними із найбільш визнаних нових форм спілкування та загалом інноваційних ідей, які існують в світі) – гібридний жанр, що включає в себе декілька інших жанрів, як наприклад, лекції викладачів у вищих навчальних закладах, статті газет, презентації на конференціях, наукові телепрограми, таким чином поєднуючи різні семіотичні моделі, а саме: розмовну, письмову, відео та звукову. Починаючи з 2007 року міжнародна конференція TED успішно позиціонує себе як один із найбільш відомих форматів популяризації ідей у всьому світі. Конференція поширює свій інформаційний контент під гаслом “ideas worth spreading” [3]. Теми промов TED надзвичайно варіюються.

Наразі існує близько 2700 промов, і їх популярність тільки збільшується з кожним роком. Не дивлячись на те, що доповідачі говорять на різні теми, у них одна ціль і вона полягає в тому, аби успішно донести свою ідею до слухачів.

Аналіз промов Кена Робінсона «Do schools kill creativity?» [5] та Емі Кадді «Your body language may shape who you are» [4] показав, що для особливої виразності, їх автори використовують певні граматичні та лексико-стилістичні особливості субтитрування. Серед граматичних особливостей публічних промов Ted Talks дослідники виокремлюють наступні: вживання займенника першої особи однини *I*, займенника першої особи множини *we*, займенника третьої особи множини *they*; модальних дієслів *can*, *have to*, *should*; умовних речень першого та другого типів; розгорнутих складних речень; повторів, зокрема паралельних конструкцій; імперативів; епітетів, зокрема прикметників в найвищому ступені порівняння [2]. Наприклад, *You can see the blood run from their face* [4]; *So the unpredictability, I think, is extraordinary* [5].

Серед лексико-стилістичних особливостей субтитрування досліджуваних нами промов нами було виділено наступні: метафора; порівняння; фразові дієслова; розмовна лексика; персоніфікація; фразеологізми; ідіоми. Наприклад, *And I woke up in a head injury rehab ward* [4]; *Your body tells yourself you're great* [5].

Загальною особливістю перекладу в процесі субтитрування є перекладацька трансформація – опущення мовних елементів. Синтаксичною специфікою англійських субтитрів виступає сполучення ряду реплік, зв'язаних між собою структурно-семантичною взаємообумовленістю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Лукьянова Т. Г. Лексичні аспекти перекладу субтитрів (на матеріалі англомовних художніх фільмів). Нова філологія. 2012. № 50. С. 170–173.
2. Радецька С. В. Субтитрування як вид аудіовізуального перекладу: переваги та недоліки. Філологічні науки. Кн. 2. 2016. Харків. С. 81–84.
3. Mason I. Speaker meaning and reader meaning: Preserving coherence in screen translating / I. Mason // Kölmer R., Payne J. The cultural and linguistic barriers between nations. – Aberdeen : Aberdeen University Press. P. 13–24.
4. Amy Cuddy. Your body language may shape who you are. URL: https://www.ted.com/talks/amy_cuddy_your_body_language_may_shape_who_you_are/transcript
5. Sir Ken Robinson. Do schools kill creativity? URL: https://www.ted.com/talks/sir_ken_robinson_do_schools_kill_creativity/transcript#t-125380

ПРОДУКТИВНІ СЛОВОТВІРНІ МОДЕЛІ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ МЕДІЙНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ ЗА 2019-2020 РР.)

Стрімкий розвиток науки та техніки, зміни в суспільному житті відбиваються у лексиці. Певна частина слів є лише тимчасовою, однак все ж більшість новоутворень збагачують словниковий запас англійської мови. У зв'язку із постійними змінами у лексиці сучасних медійних повідомлень, виникає потреба у їх дослідженні, а особливо у детальному аналізі найбільш продуктивних способів утворення нових слів, що залучаються до англомовних повідомлень у медійному дискурсі.

У сучасній лінгвістиці виділяють різноманітну кількість способів словотворення англійської мови, які позначаються різними термінами. Найповніша класифікація способів словотворення, на нашу думку, міститься у працях М. М. Шанського [1]. Він виділяє чотири основні способи словотворення: лексико-семантичний, морфологічно-синтаксичний, лексико-синтаксичний та морфологічний. В останньому він виділяє такі самостійні способи, як: афіксація, додавання, неафіксальний спосіб та скорочення.

Лексико-синтаксичний та морфологічний способи утворення нових слів є невід'ємними способами словотворення у сучасній англійській мові [2]. Найпродуктивнішим є морфологічний спосіб словотворення, особливо моделі основокладання та афіксація. Конверсія та субстантивація є менш продуктивними.

Зазначимо, що серед неморфологічних способів творення нових слів розрізняють морфолого-синтаксичний, лексико-синтаксичний і лексико-семантичний [3].

Аналізуючи особливості використання лексичних одиниць, утворених за продуктивними словотвірними моделями в медійних повідомленнях англомовних видань «The Guardian» та «The New York Times», ми визначили, що значну частку всіх новоутворених слів за частиномовною належністю займають іменники та прикметники, а дієслова утворюються дещо рідше. Кожна лексична одиниця має певне лексико-семантичне значення та може виражати відповідне сформульоване поняття.

Найпоширенішим способом творення лексичних одиниць в аналізованих нами матеріалах видань «The Guardian» та «The New York Times» є афіксація (53,45%). Лексичні одиниці афіксальної моделі, у складі яких використання суфіксів *-ist*, *-or*, *-er*, сема яких позначає рід занять людей, прибічників переконань, вчень, виявились найуживанішими у проаналізованих медійних повідомленнях, зокрема, *hunter*, *fisher*, *user*. Слова-іменники, утворені за допомогою словотворчого суфікса *-ism*, використовуються на позначення напрямів у певному роді діяльності, наприклад, *journalism*, *tourism*, тощо.

Ще однією, доволі поширеною моделлю творення лексичних одиниць англійської мови виступає словоскладання (25,84%). Спосіб утворення лексичних одиниць зазначеної моделі полягає у поєднанні двох основ в одне ціле. При цьому, нова лексична одиниця набуває дещо іншого значення, аніж її окремі складові елементи. У проаналізованих медійних повідомленнях було виокремлено, наприклад, такі лексичні одиниці, як: *landscape, landslide, seafloor, side-effect*.

Також в аналізованих повідомленнях англомовних видань «The Guardian» та «The New York Times» вагоме місце займають прикметники для опису природних та екологічних процесів та явищ, утворені методом словоскладання, зокрема: *ice-covered, deep-sea, airborne, greenhouse*.

Іншим способом творення лексичних одиниць в англомовних медійних повідомленнях є широковживана модель абрєвіації (10,34%). Значна група термінологічних абрєвіатур у досліджуваних нами матеріалах вживалася на позначення міжнародних природоохоронних організацій, наприклад: *IUCN* (International Union for Conservation Nature) – «Міжнародний союз охорони природи», *WFPA* (Washington Forest Protection Association) – «Вашингтонська асоціація захисту лісів», *UNEP* (United Nations Environment Programme) – «Програма ООН з довкілля».

Підсумовуючи, зазначимо, що використання лексичних одиниць, утворених за дії морфологічного та лексико-семантичного способів, є характерним для організації повідомлень сучасного англомовного медійного дискурсу. Проаналізувавши медійні повідомлення онлайн видань «The Guardian» та «The New York Times», ми дійшли висновку, що найбільш продуктивними способами сучасної англомовної словотвірної системи є афіксація, словоскладання та абрєвіація.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Андрусак І. В. Англійські неологізми кінця ХХ століття як складова мовної картини світу: автореф. дис. на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук: спец. 10.02.04. «Германські мови»/ І. В. Андрусак. – Київ, 2003. 20 с.
2. Зацний Ю. А. Розвиток словникового складу англійської мови в 80-90-ті роки ХХ століття): дис. Д-ра філол. наук: 10.02.04. / ЗДУ. – Запоріжжя, 1999. 336 с.
3. Мешков О. Д. Словосложение в современном английском языке : учеб. пособие для ин-тов и фак. иностр.яз. / О. Д. Мешков. – М. : Высш. шк., 1985. 187 с.

СУБСТАНТИВАЦІЯ ПРИКМЕТНИКІВ (НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНИХ АНГЛОМОВНИХ МЕДІЙНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ)

Наукова значущість субстантивації прикметників та її недостатня наукова розробка засвідчує необхідність продовження досліджень. Тому, дана робота зумовлена потребою в більш детальному і поглибленому розгляді такого способу творення слів як субстантивація прикметників.

Словотвір будь-якої мови йде в одну ногу із часом: він еволюціонує, створюючи нові слова. Також з кожним роком все більшої популярності набуває скорочення. А субстантивація – це і є, певною мірою, скорочення, пропуск іменника, що призводить до економії мовних засобів. Отже, дане дослідження буде актуальним до тих пір, доки буде існувати мова.

Субстантивація прикметників – це процес переходу прикметників в розряд іменників, при цьому прикметники змінюють своє значення і можуть набувати ознак іменника як повністю так і частково.

Іменник використовується для позначення предметів, а прикметник для їх опису. Іменник може змінюватися за числом, родом, відмінком, а також він має категорію детермінації, на відміну від прикметника, який теж має здатність творити форму, але тільки за ступенем порівняння. Частина мови мають однаковий спосіб творення, але вони мають різні класифікації за лексичним та граматичним значеннями.

Термін «субстантивація» у словнику сучасної лінгвістики А. П. Загнітка тлумачиться як «перехід різних слів до класу іменників, унаслідок якого змінюється парадигма: субстантиви включають здатність змінюватися за родами, а їхні узгоджувальні флексії, «успадковані» від прикметників і дієприкметників, стають синтаксично незалежними» [2, с. 411].

Результатом субстантивації є нова номінативна одиниця, яка поєднує в собі категорії іменника та прикметника. Таким чином вона виконує дві функції: називає особу, предмет, поняття і характеристику, яка надається їм за певною ознакою.

Субстантиви, тобто іменники, використовуються в різних сферах: починаючи від розмовної мови і закінчуючи літературно-писемною, адже, субстантивація – це лексичний процес, важливість якого полягає у створенні нових частин мови [3].

Одним із основних призначень субстантивації прикметників є те, що вони заповнюють у мові відсутність суфіксальних іменників та аббревіатур, які є важливими у процесі вираження понять об'єктивної дійсності [1, с. 35].

Субстантивація прикметників може вживатися у найвищому ступені порівняння (наприклад, *...cherry blossoms peaked on March 26, the earliest in more than 1,200 years....* – «...цвітіння вишні досягло піку 26 березня, **найраніший (пік)** за понад 1200 років...»), а також у присвійному відмінку (наприклад, *Dawit*

was watching television at a relative's one-room apartment.... – «Давіт дивився телевізор в однокімнатній квартирі **родича....**»). Це може свідчити про те, що існує певна потреба у вживанні субстантивованих прикметників навіть за допомогою таких не притаманних даному явищу категорій.

Наявність підсилювальних слів, тобто означень, створюють певні труднощі при перекладі даного явища. Наприклад, як правило, лексема *official* перекладається як «чиновник, посадова особа», але іноді наявність означень повністю змінюють переклад слова. Наприклад, *At least 156 people were injured in the crash, a local government official said during a news conference.* – «В результаті аварії постраждали щонайменше 156 людей, заявив **представник місцевої влади** під час прес-конференції». Дані випадки потрібно перекладати відповідно до контексту і зважаючи на слова, які додатково підсилюють їх.

Слід особливо уважно перекладати слова, які позначають групу людей. Адже існує велика кількість варіацій їх перекладу. Наприклад, субстантивований прикметник *the dead* можна перекласти багатьма способами. Ось найпоширеніші з них:

- 1) субстантивованим прикметником української мови (наприклад: *The train driver was among **the dead**....* – «Машиніст потяга був серед **загиблих....**»);
- 2) додаванням іменника, особливо тоді коли субстантивований прикметник виконує функцію підмета (наприклад: *Some of **the dead** are still awaiting identification....* – «Деякі із **загиблих** людей все ще чекають на ідентифікацію....»).

Отже, субстантивація прикметників – процес, в результаті якого прикметник набуває ознак іменника повністю або частково. Іменник та прикметник як частини мови мають різні граматичні категорії, що іноді ускладнює процес сприйняття самого слова та призводить до труднощів його перекладу. Та попри складнощі, субстантивація прикметників має багато переваг у використанні, а саме: запобігання тавтології та економії мовних засобів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Гринчишин Д. Г. Явище субстантивації в українській мові (субстантивація прикметників). К.: Наук. думка, 1965. 112 с.
2. Загнітко А. П. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни. Донецьк: Дон НУ, 2012. Т.3. 426 с.
3. Лещінська А. В. Субстантивація як об'єкт дослідження у сучасній лінгвістиці. URL: [http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/22169/1/Лещінська СУБСТАНТИВАЦІЯ ЯК ОБ'ЄКТ ДОСЛІДЖЕННЯ У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ.pdf](http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/22169/1/Лещінська%20СУБСТАНТИВАЦІЯ%20ЯК%20ОБ'ЄКТ%20ДОСЛІДЖЕННЯ%20У%20СУЧАСНІЙ%20ЛІНГВІСТИЦІ.pdf)

ЗАСОБИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНОГО СЛЕНГУ

Соціальні мережі, месенджери та Інтернет-простір, в цілому, давно стали одним з провідних майданчиків для здійснення якісної і швидкої комунікації. Такі засоби зв'язку допомагають заощадити час, привертають увагу доступністю і простотою використання. Незважаючи на численні переваги Інтернету, його вплив на культуру сучасної молоді неоднозначний.

З одного боку, інформація – один з найцінніших ресурсів сучасності. У зв'язку з активним процесом глобалізації з'являється система нових стандартів і цінностей. Мова і культура паралельно розвиваються і надають взаємний вплив один на одного, підлаштовуються під потреби динамічно прогресуючого суспільства.

Саме тому тема впливу Інтернет-комунікації на сучасного користувача особливо *актуальна*. У той же час, інформація, доступна широкій аудиторії, не проходить цензуру і, в результаті, часто чинить згубний вплив на формування культури мовлення молодих людей.

Сучасний тлумачний словник визначає сленг як: 1) мову соціальної або професійної відокремленої групи; жаргон; 2) елементи мови, що збігаються з нормами літературної мови (зазвичай експресивно забарвлені) [2, с.755]. У цьому визначенні позначені найбільш загальні риси, які характерні для цього регістру мови, що вирізняють серед взаємопов'язаних з ним розділів і відрізняють від лексики літературної мови.

Характерною особливістю, що відрізняє молодіжний сленг від інших видів, є його швидка мінливість, що пояснюється зміною поколінь. Зокрема, лінгвістом, Н. Блейком в статті «Nonstandard Language in Fiction» було опубліковано думку про те, що сленг більшою мірою асоціюється з молоддю; що він став якимось показником, знаком того, що людина в курсі останніх трендів; що найчастіше сленг може розмежувати молодше і старше покоління, через те, що старші використовують мову більш статично [1, с. 37].

Інтернет-сленг в сучасному світі займає важливу роль, як і сама глобальна мережа Інтернет, в якій сучасні люди проводять величезну частину свого часу: отримують необхідну інформацію, працюють з його допомогою, спілкуються в соціальних мережах і на форумах, грають в онлайн ігри тощо. Спілкування в Інтернеті відрізняється, перш за все, переважанням письмової форми обміну інформації, яка і є джерелом лінгвістичних змін.

В англійському Інтернет-сленгу зафіксовані способи *аффіксії* (creeper, narutard, naggers, selfie, nigger, pwned player, to unfriend), *словоскладання* (friendzone, facepalm, glasshole) і *конверсії* (to slay – slay, to dislike – dislike, Google – to google) – види, характерні для англійської мови в цілому. Так само існує ряд випадків перенесення значення (метафоричний і метонімічний) – (to slay – в значенні битися (красою), crush – об'єкт любові/зітхання, daddy-хлопець/чоловік

дівчини, який про неї піклується (переважно матеріально), наглядає і т.д. (практично як батько). Деякі коріння утворюють гнізда однокореневих слів. Наприклад: корінь like: like, to like, liker, likeback; корінь post: post, to post, poster, repost, to repost, masterpost, shitpost, shitposter.

Найчастіше в англійському Інтернет-сленгу при утворенні нових слів використовуються такі афікси: суфікс діяча (іменник) – er (vlogger, player, hater, slayer, vaper, poser); зменшувально-пестливий суфікс іменника -ie (dogie, boobie, kellie, smilie); префікс повторної дії re- (to revlog, to repost, to retweet), префікс зі значенням мережевого простору cyber – (cyberjew, cyberson, cyberhusband); негативний префікс un- (to unfriend, unadumper, unamed, unbecoming).

Використання абревіатур також притаманне англійському Інтернет сленгу: OMG –«Oh my God» («О Господи!»); LOL –laughing out load (голосно сміятися); BTW –by the way (до речі) та ін.

В англійському молодіжному Інтернет-сленгу афікси можуть бути приєднані до слів, в літературній нормі такі афікси є недопустимими. Приклади: to unmute, to unfollow, to unfeel, screenful, folderful, instagramer, flooder, selfie.

Так само мають особливості словосполучення в сленгу соціальних мереж. В Інтернет-сленгізмах англійської мови словосполучення може відбуватися між коренями, що не поєднуються за своєю семантикою: facepalm, picspam, selfiestick.

Свої особливості має і конверсія англійського Інтернет-сленгу. Іменники (у т. ч. власні імена) які, з точки зору семантики, не мають передумов для переходу в розряд дієслів, можуть стати дієсловами: art –to art, fluff –to fluff, Instagram –to instagram, YouTube –to youtube. Інтернет-абревіатури і акроніми, які спочатку означають дії, що виконуються користувачем, або будь-які життєві ситуації, теж мають тенденцію до переходу в розряди слів різних частин мови: LOL – to lol (дієслово), such a lol (іменник), ROFL – to rofl (дієслово), IRL – my irl friends (прикметник).

Проведені спостереження і аналіз в галузі утворення сленгізмів глобальної мережі Інтернет дають привід для формування наступних висновків: новоутворення сленгових одиниць в Інтернеті відбувається головним чином за допомогою наявних мовних моделей. Специфіка словотворень в мережі Інтернет дозволяє говорити про свободу словотворчості учасників комунікації в Інтернеті. Така свобода надає повідомленнями в Інтернеті легкість сприйняття. Слова, які утворюються в Інтернеті, на сьогодні часто виходять за його межі і ними користуються в повсякденній мові.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Blake N. Nonstandard Language in Fiction. American Dialect Society, 218 p.
2. Hotten, J. C. The slang dictionary. London: New York Public Library, 1865, 353 p.
3. Partridge E., Beale. A Dictionary of Slang and Unconventional English. 8th ed. L.: Routledge, 2000, 458 p.

ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ ІНТЕРНЕТ-БЛОГІВ

З появою та розвитком Інтернету людству відкрилися нові засоби отримання інформації. Одним із таких ресурсів став Інтернет-блог. Блог – це доволі нова платформа засобу масової інформації. Перші «е-журнали» популяризувалися у мережі лише у 1997 році [2, с. 40]. Швидкий розвиток Всесвітньої павутини надав підґрунтя для однієї із найскладніших форм Інтернет-дискурсу.

Вперше термін «webblog» був вжитий Йорном Баргером 1997 року, а лише за 2 роки Пітер Мерхольц створив скорочену форму терміну «blog» [5].

Популярність електронних щоденників зумовлена великою кількістю різноманітних тем, стилів, можливістю вільного викладу думок та простотою спілкування.

Спілкування в Інтернеті не обмежується використанням лише літер. Переглядаючи Інтернет-сторінки, можна помітити використання різноманітних стікерів, смайлів та навіть цифр.

Мова спілкування в мережі відрізняється від звичної нам літературної мови. В даному випадку, особливо можна підкреслити сленг, що є характерним для усіх мов світу. Окрім усного мовлення, його тепер можна зустріти і в медіапросторі.

Р. Хадсон визначає сленг як набір розмовних слів та словосполучень, що постійно змінюються та які використовуються для встановлення чи укріплення соціальної ідентифікації [4, с. 75]. Як один із видів Інтернет-сленгу вчені виділяють Weblish (Web + English). Йому не притаманні правила правопису, граматики чи пунктуації. Найчастіше можна зустріти акроніми (ASAP, LOL, IMO), лексичні аббревіації (OMG, BRB), літеро-звукові скорочення (с – see, u- you, b - be), цифро-звукові скорочення (1 – won, 4 – for), частково літеро-звукові або цифро-звукові скорочення (2day – today, nice 2 c u – nice to see you).

Зазвичай, скорочення використовуються задля економії часу та зусиль при написанні посту. Більша увага приділяється саме донесенню головної думки до аудиторії.

Аналізуючи сторінки блогів, можна також помітити різноманітні вигуки чи вставні слова (*but wow, even what we saw was amazing*), скорочення (*cause, y'all, fave, gonna*), використання фразеологічних одиниць (*kind of*) та ін.

Дані прийоми використовуються для зменшення дистанції між блогером та його читачами, створення неформальної атмосфери або ж привернення уваги.

Часто можна зустріти різноманітні граматичні особливості. Наявність граматичних відхилень від норми свідчить про факт зближення письмової та усної комунікації, проте ці відхилення не відповідають традиційним правилам правопису.

Нерідко можна зустріти:

- Неправильне утворення множини іменників: *Oh, those peoples.*
- Опущення модального дієслова: *You try this tomorrow.*
- Помилки у вживанні порівняльної форми прикметників: *This thing makes me the most happy.*
- Помилки при вживанні артикля: *Finally, a good news.*
- Відсутність узгодження часів: *I wish he stop crying.*
- Неправильне використання прийменників: *I want this in my birthday.*
- Заміна займенників: *Send me a pic of your.*
- Помилка у вживанні форми слова: *You were suppose to be here at 5.*
- Вилучення апострофу: *Its so beautiful.*
- Порухення порядку слів у реченні: *What it is?*
- Неправильне узгодження підмета з присудком: *Even the baby know.*
- Опущення допоміжного дієслова: *What she says?*
- Неповні речення: *Changed my mind.*
- Відсутність присудка: *Hope you good.*

Деякі науковці вважають, що такі граматичні відхилення від норм підвищують емоційність написаного тексту, проте це не заважає читачам розуміти сенс написаного.

Отже, можна зробити висновок, що дані лексичні та граматичні особливості використовуються з певною метою, а саме: зменшення часу написання тексту, наближення з розмовною мовою задля зв'язку з аудиторією, економія зусиль, підкреслення важливості головної думки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Артамонова І.М., Пилипенко К.О. Блог-записи як жанр інтернет-комунікації/І.М. Артамонова, К. О. Пилипенко // Світ соціальних комунікацій: наук. журн. – Том 1. – Київ : КиМУ, ДонНУ, 2011. – С. 16–19.
2. Бобошко Т. М. Блог як форма наукового спілкування / Т. М. Бобошко // Лінгвістика ХХІ століття. - 2016. - 2016. - С. 38-45.
3. Махонина, А. Э. Weblish как средство современной коммуникации : выпускная квалификационная работа / А.Э. Махонина, науч. рук. И.А. Куприева. - Белгород, 2017. - 58 с. - 45.03.03 Фундаментальная и прикладная лингвистика.
4. Hudson, R.A. Sociolinguistics. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press, 1996. – 115p.
5. <https://www.webdesignerdepot.com/2011/03/a-brief-history-of-blogging/#:~:text=The%20term%20was%20created%20to,1999%20by%20programmer%20Peter%20Merholz>

СТРАТЕГІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНТЕНЦІЇ В ЛІНГВІСТИЧНІЙ ПАРАДИГМІ

Стратегія як когнітивний процес співвідносить свою комунікативну мету з конкретним мовним виразом. Вона є конструктором колективної/ індивідуальної свідомості, складною когнітивною моделлю, узагальненням наявного досвіду. Це модель комплексного опису розуміння й породження тексту.

Когнітивна сутність стратегії полягає в її властивості моделювати, трансформувати та керувати свідомістю адресата максимально гнучким і ефективним способом. Тобто вона вносить концептуальні зміни в модель світу співрозмовника. Феномен стратегії формалізують за допомогою поняття вибору, говорячи про вибір однієї з можливих тенденцій, або про вибір комунікативних намірів, вибір порядку слідування комунікативних складових у реченні.

У стратегії мовленнєвої поведінки здійснюється відбір чинників, що призводять до успішного спілкування, а саме: визначення мети комунікації, усвідомлення умов комунікації, створення соціокультурного паспорту співрозмовника, відбір вербальних та невербальних засобів комунікації, вибір прийомів втілення стратегічного задуму [2, с. 85]. Реалізація комунікативної стратегії передбачає наявність кількох варіантів мовного оформлення. Вона завжди детермінує остаточний вибір, якщо є альтернатива.

Деякі лінгвісти пов'язують стратегії із прагматикою спілкування, тобто досягненням певних комунікативних цілей, а тактики – з мовним (або риторичним) наповненням комунікативних ходів. Якщо стратегія є надзавданням, то тактика – це конкретні шляхи до вирішення надзавдання, одна або декілька мовленнєвих дій, що сприяють реалізації стратегії. Тактика тексту визначає прийоми та принципи з'єднання, зчеплення одиниць, що створюють додаткові смисли, як конструктивно-семантичні, так і суб'єктивно-оцінні. Якщо виявлення тактики тексту показує як будується текст, то виявлення стратегії тексту відповідає на питання навіщо, для чого цей текст створюється. Текстова стратегія, до якої належать поняття задуму, позиції, світосприйняття, ставлення автора до предмета й поставленої ним проблеми, його прагматичних інтересів, на відміну від тактики, здійснюваної у тексті, стоїть за текстом, або над текстом [1, с. 256].

Актуальним є аналіз понять стратегії й тактики в межах опозиції “теорія – практика”. Якщо комунікативна стратегія – сукупність запланованих промовцем задалегідь теоретичних ходів, то тактика – сукупність практичних ходів у реальному процесі мовленнєвої взаємодії [4]. Із чого очевидно, що стратегія має абстрактний рівень існування, а тактика співвідноситься з виконанням конкретних кроків у процесі втілення комунікативних цілей.

Дискурсивна стратегія – категорія гіпотетична. Ґрунтуючись на мотивах комуніканта, вона визначає характер реалізації комунікативних актів у дискурсі,

передбачає процес розробки комунікативного завдання. Стратегії пов'язують із принципами успішного спілкування, а їх різноманітність відповідно до мотивів та інтенцій учасників дискурсу знаходить вияв у конкретних тактиках. У межах однієї стратегії можна виокремити декілька мовленнєвих тактик, що працюють на неї [2]. Таким чином, тактиці відводять роль способу, шляху реалізації стратегії, способу мовленнєвого впливу, що визначає вибір сукупності мовних та мовленнєвих прийомів побудови комунікації.

Розглядаючи тактики, лінгвісти зазначають їхню динамічність. У процесі мовленнєвої взаємодії вони змінюються, чим забезпечують оперативне реагування на ситуацію. Прагматична компетенція мовця, набір його мовленнєвих навичок забезпечує можливість здійснювати вибір тактик вже у процесі спілкування [3, с. 80]. Якщо певна тактика не стає результативною, адресант корегує свою мовленнєву поведінку і змінює тактику на іншу.

Значущим є той факт, що стратегії спілкування є цілком інтенційними, оскільки прямо співвідносяться з інтенціями комунікантів. Деякі тлумачення стратегії подаються з опертям на поняття інтенція: стратегія постає складовою евристичної інтенції програм планування дискурсу з метою досягнення результату або розуміється як оптимальна реалізація думки й інтенції мовця. Як загальний прагмалінгвістичний принцип реалізації іллокутивного сенсу стратегія постає ознакою рівня комунікативної компетентності особистості [1].

Співвідношення між інтенцією і стратегією можна визначити таким чином: обидва явища пов'язані з кінцевою метою спілкування, з феноменом впливу на адресата, мають когнітивний і соціальний план, глибинний зв'язок із мотивами, потребами та бажаннями; обидва явища постають етапами процесу породження мовленнєвої діяльності.

Отже, інтенція має ментально-психічну природу, а стратегія – ментально-мовленнєву природу, бо її тлумачать як сукупність мовленнєвих дій або різновид мовленнєвої поведінки. Інтенція створює передумови реалізації певної стратегії, відкриває систему вибору з наявних альтернативних прийомів втілення стратегічного задуму. У складному процесі продукування мовленнєвої діяльності інтенція передує етапу виникнення стратегії. Ініціація процесу комунікації все ж таки ближче пов'язана з інтенцією, оскільки її називають відправним пунктом, пусковим механізмом, рушійною силою комунікації, стимулом, імпульсом, збуджувальним механізмом мовлення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. К. : Академія, 2004. 342 с.
2. Безугла Л. Р. Риторичні запитання як імпліцитні мовленнєві акти. URL: <http://dspace.univer.kharkov.ua/handle/123456789/4852>
3. Борисенко Н. Д. Гендерна маркованість персонажного дискурсу сучасної британської драми: лінгвокультурологічний аспект. Мовні і концептуальні картини світу : Зб. наук. праць. (33). 2012. С. 79–83.
4. Кобзев М. Структурно-семантичні різновиди лексичного повтору в

англійському та українському художньому тексті. Наукові записки. Випуск 105 (2). – Серія : Філологічні науки (мовознавство) : У 2 ч. Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Вінниченка. 2012. С. 207–212.

О. А. Цимбалюк,
Л. Г. Котнюк

Житомирський державний університет імені Івана Франка

СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКИХ ПАРЕМІЙ

Мова відображає дійсність і створює картину світу, особливу та унікальну для кожної етнічної групи, кожного народу, мовного колективу, що використовує її як засіб спілкування. Вагоме місце в структурі мови займають фразеологізми – стійкі словосполучення (неподільні за значенням вислови), що вживаються в мові як готові одиниці, образно виражають суть мовних явищ, надають мові національного характеру та неповторного колориту. Частина фразеологічних одиниць, які мають будову речень і є стійкими комунікативними утвореннями дидактичного змісту, визначаються як паремії. Вони можуть мати будову різних типів речення: простих і складних.

Прості односкладні речення (simple one-member sentence) – особливий тип речення, в якому є тільки один головний член, але його складно визначити однозначно як підмет або ж присудок. Інколи такі речення називаються реченнями-фразами. Наприклад:

First things first (укр. *Насамперед*) [3].

Тут головна частина речення виражена іменником *things* (*the Common Case Plural*). В англійській мові зазначений вираз зазвичай використовують як вступну фразу.

Прості двоскладні речення мають граматичний центр, представлений двома головними членами (підметом і присудком).

У **неповному простому двоскладовому реченні** бракує структурно необхідних елементів, які встановлюються з контексту або ситуації:

Do not make a mountain out of an anthill (укр. *Не перебільшуй. Не роби з мухи слона*) [3].

Наведене речення має лише простий дієслівний присудок *do not make*, виражений дієсловом в наказовому способі (*the Imperative Mood*), відсутній підмет легко поновлюється з контексту або ситуації (*You do not make ...*).

Структурно необхідні елементи наявні у **повному простому двоскладовому реченні**:

The early bird catches the worm (укр. *Хто рано встає, того удача чекає*)[3]

У наведеному прикладі: підмет виражений іменником *bird* (*the Common Case, Singular*), а простий дієслівний присудок – дієсловом *catches* (*the Indicative Mood, the Present Simple Tense, the Active Voice*). Значення цього виразу в тому, що людина, яка прокидається зранку, встигає зробити багато справ.

Якщо просте двоскладове повне речення має лише одну граматичну основу (підмет + присудок), воно є непоширеним, а якщо у ньому, крім підмета і присудка, є хоча б один другорядний член, то таке речення є поширеним.

Більшість прикладів нашої вибірки є **простими двоскладовими поширеними реченнями**. Крім головних членів речення, у них є другорядні речення різного типу:

1. *Actions speak louder than words* [3] – (обставина способу дії *louder* і обставина порівняння *than words*);
2. *Curiosity killed the cat* [3]. – (додаток *the cat*);
3. *No news is good news* [3]. – (означення *no, good*);
4. *Always put your best foot forward* [3] – (обставина часу *always*, означення *best*, обставина місця *forward*);
5. *You cannot make an omelet without breaking eggs* [3] – додаток *an omelet*, обставина умови *without breaking eggs*).

Речення з двома або більшою кількістю граматичних основ є складними: **складносурядними (compound) чи складнопірядними (complex)**:

1. *All are good lasses, but where come the bad wives?* (укр. *Всі дівчата – голуб'ята, а де ж ті чортові баби беруться?*) [2, с. 24];
2. *Don't trouble your trouble until trouble troubles you.* (укр. *Не буди лиха, поки лихо стить*) [2, с. 211];
3. *Dogs that bark at a distance don't bite at hand* (укр. *Бійся не того пса, що гавкає; котра собака багато бреше – мало кусає*) [2, с. 63];
4. *Drunkenness reveals what soberness conceals.* (кер. *Що у п'яного на язиці, те у тверезого в голові*) [2, с. 211].

Наведені складні речення – складносурядне, що складається з двох простих речень (приклад 1), складнопірядні, що мають головне і пірядне речення часу (приклад 2), пірядне означальне (приклад 3) і пірядне речення додатку (приклад 4).

Отже, структура англійських паремій відзначаються неоднорідністю та різноманітністю синтаксичної будови, що робить їх яскравими, розмаїтими мовними засобами, основна кількість паремій утворена за моделями простих двоскладових поширених та складнопірядних речень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Блох М. Я. Теоретические основы грамматики. М.: Высшая школа, 1986. 159 с.
2. Баранцев К. Т. Англо-український фразеологічний словник. К.: Т-во "Знання", КОО, 2005. 1056 с.
3. 33 популярних англійських прислів'я... – <https://www.google.com/search?q=33>

АНГЛОМОВНІ СКОРОЧЕННЯ У СУЧАСНІЙ ПРЕСІ: ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ І СЕМАНТИЧНИЙ АСПЕКТИ

В англійській мові можна простежити помітно виражену тенденцію до різного роду скорочень слів. Кількість скорочень зросла, тому що складні слова та словосполучення, як правило, важкі для сприйняття, громіздкі і незручні, внаслідок чого носії мови прагнуть передати їх у скороченій формі. При цьому особливе місце в словниковому складі англійської мови відведено аббревіатурам, оскільки аббревіатури виконують функцію полегшення передачі мовних засобів, вони відіграють важливу роль у процесі комунікації.

У цьому дослідженні проведено аналіз особливостей використання аббревіатур в українській та англійській пресі. *Актуальність* дослідження пов'язана безпосередньо з екстралінгвістичним фактором – аналізом сучасного англомовного медіадискурсу, що представляє сьогодні широке поле для досліджень, а також обумовлена недостатньою вивченістю такого феномена, як аббревіація. Крім того, актуальність обумовлена значним розширенням впливу ЗМІ на суспільство, а також зростаючим інтересом до способів, за допомогою яких цей вплив посилюється.

Публіцистика як вид літератури з'явилася у XI столітті. Зокрема, у книзі І.Р. Гальперіна «Нариси зі стилістики англійської мови» газетно-публіцистичному стилю присвятили чималий розділ про мовні стилі. У газетному стилі автор розрізняє такі два типи: а) стиль газетних повідомлень, оголошень та заголовків, і б) стиль газетних статей, що становить різновид публіцистичного стилю, куди також входять стиль ораторський і стиль есе [4, с. 396-427]. На думку Арнольд І.В., газетно-публіцистичний стиль є самостійним функціональним стилем, що володіє певним соціальним призначенням, комбінацією мовних функцій та має на меті повідомити, закликати і переконати [2, с. 386].

З кожним роком англійська мова збагачується новими аббревіатурними конструкціями, які визначають одну зі специфічних особливостей функціонування мови. В.В. Борисов вважає аббревіатурою «букву або коротке поєднання букв, що мають алфавітну схожість з вихідним словом або виразом і використовуються замість цього слова або виразу для стислості». Крім того, він вважає, що вона «висуває чимало проблем з точки зору теорії словотворення» [3, с. 98]. При розгляді та вивченні цього поняття можна зустріти різні терміни, що стосуються аббревіації: «аббревіатура», «скорочення» або «усічення».

Досить важким для вчених є питання лінгвістичного статусу аббревіатур. Деякі дослідники відносять до аббревіації будь-які процеси, які призводять до скорочення мовних одиниць. Виділяють екстралінгвальні та внутрішньолінгвальні чинники створення аббревіатур. Аббревіація є не тільки активним способом словотворення, що дозволяє скоротити слова або

словосполучення, але активно використовується на сторінках газет як експресивний засіб, засіб художньої виразності та мовної гри.

Класифікації лексичних скорочень в англійській мові численні, що пов'язано, з одного боку, з багатогранністю процесу скорочення, а з іншого боку – з різними підходами лінгвістів до вивчення цієї проблеми. Автори книги «*A Grammar of Contemporary English*» [0 с.1030-1031] ділять скорочення на три типи з точки зору структурної класифікації: Clipping (Усічення), Blends (Додавання), Acronyms (Акроніми).

Одним з найпоширеніших способів передачі аббревіатур є передача лексеми типовим еквівалентом. В цьому випадку перекладачеві потрібно вивчити контекст і знайти словникову відповідність певної лексичної одиниці. Наступним способом перекладу аббревіатур є транслітерація. При транслітерації передається буквений склад іноземного скорочення українськими літерами. Існує такий перекладацький прийом, як транскрипція. В. Н. Комісаров визначає транскрипцію як «відтворення звукової форми іншомовного слова» [5, с. 210]. Транскрипція скорочення в іноземних мовах використовується тоді, коли скорочення є назвою компанії, підприємства, товариства, а також для передачі власних назв, які не мають співвідносних форм в мові перекладу.

Проведений аналіз засвідчує той факт, що сучасний етап розвитку англійської та української мови періодики характеризується широким використанням суспільно-політичної, термінологічної, розмовної лексики та фразеологічних зворотів. У сучасній публіцистиці особливого поширення набула аббревіація, що дозволяє дати більш короткі, ніж вихідне слово або словосполучення, найменування для публіцистичної лексики. Слід визнати, що збільшення числа скорочених одиниць, що вживаються на сторінках сучасної преси, підтверджує основний принцип періодики – чергування стандарту та експресії. Однак, тенденція до скорочення слів, крім переваг (швидкість передачі інформації, спрощення чи видалення нагромаджень), має деякі недоліки, а саме: зменшується психологічна активність мовця, дуже часто слова втрачають емоційність, залишається тільки інформативність, а спілкування загалом стає стриманіше.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Quirk R., *A grammar of contemporary English*. Longman Group, 1972.
2. Арнольд И.В. «Стилистика современного английского языка» – Л., 1981. – 423 с.
3. Борисов, В. В. Аббревиация и акронимия. Военные и научнотехнические сокращения в иностранных языках [Текст] / В. В. Борисов; под ред. А. Д. Швейцера. – М. : Изд-во МО СССР, 1972. – С. 98–100.
4. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка. – М. 1958. – 459 с.
5. Комиссаров В. Н. Теория перевода. Лингвистические аспекты. – М : Альянс, 2013. – 254 с.

СЕМНИЙ СКЛАД КОНСТИТУЕНТІВ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНОЇ ГРУПИ *TOWN/CITY/МІСТО* В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

У сучасній лінгвістиці компонентний аналіз вважається засобом моделювання ієрархічно обумовленої семної структури слова [1, с. 198]. Направлений на виділення окремих сем та аналіз відношення між ними компонентний аналіз, на думку його прибічників, відіграє виключну роль під час опису лексики і без нього не може обійтись жодна адекватна теорія смислу [2, с. 113]. Компонентний аналіз має на меті розкласти лексичне значення на мінімальні семантичні складові і є, власне, процедурою розщеплення значення на складові частини [4, с. 81]. Серед найважливіших умов використання компонентного аналізу виділяють уявлення про лексико-семантичну систему мови як про системно-структурне утворення. Виходячи зі складності та неоднорідності лексики, яка не дозволяє здійснити одночасний аналіз всього словника, дослідженню підлягають окремі лексичні множини, що об'єднуються на основі певної семантичної ознаки, спільної для всіх лексичних одиниць угруповання [3, с. 14-15].

Семний аналіз конституентів ЛСГ *town/city/mісто* в англійській та українській мовах дозволяє виділити семи 'час існування' та 'розміщення'.

Семний аналіз конституентів ЛСГ, дозволив виділити сему 'час існування' в структурі лексем ЛСГ.

Аналіз словникових дефініцій членів ЛСГ показує, що актуалізація цієї семи має місце в лексемах, в тлумачних словниках сучасної англійської мови з використанням прикметників *ancient*, *modern* та примітки *historical*.

Наприклад, *borough – historical a town sending representatives to Parliament* [8].

Типовою рисою англійської мови є використання у словниковій дефініції лексеми прикметників *ancient* та *modern*, які співвідносяться з епохами у людській історії.

Наприклад, *oppidum – an ancient Roman provincial town lacking self-government* [9]; *concrete jungle a modern city or urban area filled with large buildings and regarded especially as a harshly competitive, unwelcoming, or dangerous place* [9].

В українській мові вказівку на час існування міста знаходимо у словникових дефініціях у вигляді примітки *іст.* як у наступних словникових дефініціях: *пригород – іст. місто, селище, підпорядковане в адміністративному й економічному відношенні іншому, більшому місту* [5 с. 597].

В той же час актуалізацію даної семи можливо продемонструвати у наступному прикладі: *метрополія – у Стародавній Греції - місто- держава (поліс) стосовно до заснованих ним в інших землях поселень (колоній)* [6, с. 694].

Актуалізація семи відбувається через вказівку на місце його існування, а саме на часові межі існування феномену.

Сема 'розміщення' в англійській мові актуалізується у лексемах ЛСГ за допомогою лексеми *country*, вказуючи, що дане місто знаходиться у сільській місцевості.

Наприклад, *village – a very small town located in a country area* [8]; *dorp – a small town or village in the country* [8].

Актуалізацію семи можливо продемонструвати у наступному прикладі: *sea town – a seaside town* [9]. Лексема *seaside (the district or land bordering the sea)* позначає територію, яка знаходиться біля моря.

Можливим є використання у словниковій дефініції назви штату, де знаходиться дане місто: *cathedral city – city in central southern California* [8],

В українській мові сема 'розміщення' представлена у наступних лексемах: *місто-супутник– місто або селище міського типу, що розвивається поблизу більшого міста й тяжіє до нього як до центру у виробничому, господарському й культурно-побутовому відношеннях* [7]; *порт – приморське місто, біля такої ділянки* [5, с. 289]. У визначенні лексеми *порт* йдеться про те, що місто розташоване поблизу моря.

Здійснене дослідження відкриває перспективи подальшого вивчення лексики на позначення *town/city/місто* на матеріалі західногерманських та східнослов'янських мов та виявленні ізоморфних та аломорфних рис.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Алефиренко Н.Ф. Спорные проблемы семантики : монография. М. : Гнозис, 2005. 326 с.
2. Апресян Ю. Д. Современные методы изучения значений и некоторые проблемы структурной лингвистики. В кн. *Проблемы структурной лингвистики*. М. Наука, 1963. С. 102–149.
3. Кузнецов А.М. От компонентного анализа к компонентному синтезу. М. : Наука, 1986. 127 с.
4. Селиверстова О.Н. Труды по семантике. М. : Языки славянской культуры, 2004. 960 с.
5. Словник української мови : в 11 т. / ред. кол. : І. К. Білодід (гол. ред.) та ін. Київ : Вид-во "Наукова думка", 1977. Т. 8: ПРИРОДА–РЯХТЛИВИЙ. 929 с.
6. Словник української мови : в 11 т. / ред. кол. : І. К. Білодід (гол. ред.) та ін. Київ : Вид-во "Наукова думка", 1973. Т. 4: І–М. 840 с.
7. Українська радянська енциклопедія в 12 томах. 1974–1985. URL: <http://leksika.com.ua/ure/>
8. English Oxford Living Dictionaries. URL: <https://en.oxforddictionaries.com>.
9. Merriam-Webster. URL : <https://www.merriam-webster.com>

ОСОБЛИВОСТІ СЛОВОТВОРУ АНГЛІЙСЬКОГО МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ

Існування мови є безперервним розвитком, який виражається та стає помітним в появі нових слів в усіх сферах життя. З розвитком інформаційних технологій відбувається частковий перехід від звичних способів спілкування до нових та більш сучасних – соціальних мереж, де молодь чітко та впевнено може використовувати свої коди, слова, які не відомі їх батькам. Дане дослідження зацентровано на стилістичній класифікації англійського вокабуляру та утворенні лексичних одиниць молодіжного сленгу. Сленг молоді найбільш жваво відтворює усі події сьогодення. Він відображає нові явища, події, факти, до того ж змінюється в процесі їх перетворень, тому, як наслідок, має вплив на повсякденне спілкування, витісняючи звичну лексику з ужитку. Х. Бредлі зазначає, що ми використовуємо сленг тільки тому, що це «неправильні» слова [1, с. 125].

З поміж причин виникнення молодіжного сленгу дослідники виокремлюють такі обґрунтування:

- 1) відхід від буденності, гра, іронія, маска;
- 2) бажання змінити світ на інший манер, а також знак "я свій";
- 3) після 11 років індивідуальна свідомість дитини переростає в більш складне з'єднання доцентрових і відцентрових тенденцій [2, с. 45]. Так створюється специфічна лексика - сленг підлітків, об'єднаних спільними інтересами, територією та способом життя.

Процес словотворення лексики молодіжного сленгу англійської мови включає наступні моделі: афіксація; присвоєння нового значення літературного слова; скорочення; словоскладання; аббревіація; транспозиція, про що свідчать емпіричні дослідження, проведені на матеріалі статей «The Teen Slang Dictionary for Parents» та «Insider» в онлайн версії за 2019 – 2020 роки. У ході дослідження було проаналізовано звичайну розмовну лексику, аббревіатури, жаргонізми, які є стилістично забарвленими та вважаються розмовною лексикою серед молоді.

Наприклад, *You look really salty right now. What happened?* [3] – Ти виглядаєш пригніченою зараз. Щось трапилося? Слово *salty* утворено суфіксальним способом “salt” + суфікс “-y”.

That outfit is so fire. [3] – Це вбрання дуже модне. Аналізована лексема *fire* утворена за принципом призначення нового значення вже існуючому слову, адже звичне значення цього слова – “вогонь”.

All you do is cap, there's nothing real about you. [3] – Все, що ти робиш це брехня, у тебе немає нічого справжнього.

No cap, this pizza is amazing. (4) – Правда, ця піца чудова.

Лексична одиниці *cap* використовується у аналізованих повідомленнях шляхом призначення слову нового значення.

Характерною ознакою молодіжного сленгу є вживання різного роду скорочень і аббревіатур зокрема, наприклад:

Those shoes are GOAT! [3] – Ці туфлі неперевершені! Аббревіаційна лексема *GOAT* – має відповідний аналог "Greatest of All Time" і використовується з метою повідомити своїм друзям про свої позитивні емоції та враження.

У наступному прикладі лексема-аббревіатура *LMIRL* вживається у значенні "Let's meet in real life" - "давайте познайомимося в реальному житті": *You are so pretty, LMIRL! How about tomorrow?* [4] – Ти дуже гарна, давай зустрінемося в реальному житті! Як щодо завтра?

Лексична одиниця *hangry* використовується у молодіжному слензі як жаргонізм: *I'm sorry, I haven't eaten since breakfast so I'm just hangry, bro.* [3] – Вибач, але я не їв після сніданку, тому я голодний та злий, брате. Дана лексична одиниця утворена шляхом злиття двох слів, що унаочнює модель телескопії "hungry" + "angry". А лексична одиниця *bro* є випадком моделі усічення відповідної повної форми слова "brother".

Таким чином, сленг забезпечує близькість між співрозмовниками. Він часто відіграє важливу соціальну функцію, яка переважає у певній сфері або певному колі людей. Як окремий вид мови, молодіжний сленг відображає певною мірою рівень культури, освіченості, а також розвиток суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Bradley H. *The Making of English*: McMillan and Co. Ltd. – L., 1937
2. Запесоцкий А. С. *Ця незрозуміла молодь* / А. С. Запесоцкий, Л. П. Фаїна. – Москва, 1990.
3. *The Teen Slang Dictionary for Parents* [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.verywellfamily.com/a-teen-slang-dictionary-2610994>.
4. *24 slang words teens and Gen Zers are using in 2020, and what they really mean* [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.insider.com/24-slang-words-teens-are-using-2020-what-they-mean-2020-12#slay-to-slay-is-to-do-really-well-or-succeed-at-something-the-term-first-emerged-during-the-1970s-and-80s-in-the-midst-of-black-drag-and-ballroom-culture-17>

М. С. Конопля
Житомирський державний університет імені Івана Франка

ОБРАЗ КРАЇНИ ЯК ПРЕДМЕТ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

У 1960-х роках відомий американський соціолог та економіст Кеннет Боулдінг ввів у лінгвістичний обіг концепцію образності, цим терміном позначаючи психологічний вплив на споживачів, слухачів чи читачів,

спрямований на підтримку їх лояльності до певного суб'єкта/об'єкта (людини, бренду, країни тощо).

Формування позитивних образів, які є необхідними для успішної ідентифікації людей, послуг або товарів, стало надзвичайно важливим інструментом у системі ринкових та соціальних відносин у другій половині ХХ століття. Не звертаючи увагу на те, що «образ» в перекладі з англійської мови – це імідж, потрібно не забувати про те, що це не тотожні поняття, кожне з яких необхідно розглядати окремо і у взаємозв'язку [2, с.157].

З наукової точки зору, поняття «образ» досліджувалося в працях Г. Ле Бона, який описав його як «харизму», яку мають певні люди та предмети. Харизма, на його думку, це своєрідне панування ідеї чи бізнесу над свідомістю людини. Однією з головних особистостей харизми є те, що вона не дозволяє бачити речі в їх існуючій дійсній формі і паралізує будь-яке судження [3, с.272].

Для формування психологічної установки у реципієнта використовуються різні методи моделювання образу, в тому числі і лінгвістичні. «Образ країни» у засобах масової інформації аналізується за допомогою мови, якою користуються ЗМІ, включаючи лінгвальні засоби (слова, фрази, метафори, речення та прикметники тощо), які з'являються для підтримки або протидії державній політиці певної країни щодо різних внутрішніх та міжнародних питань. Оскільки мета образу країни полягає в тому, щоб шляхом комунікації сприяти ідентифікації та позиціонування держави, для досягнення цих цілей в створенні тексту часто використовуються наступні морфологічні особливості: власні імена, якісні прикметники, зіставні дієслова, особисті та присвійні займенники.

Найпродуктивнішим засобом моделювання образу є метафора. Метафора є основним засобом створення образу. Вона володіє образомодельною і текстоутворювальною функціями. Існує цілий ряд фреймів, які сприяють ефективному формуванню позитивного або ж негативного образу. Вживання і розгортання в тексті однієї або декількох моделей організовує, вибудовує текст певним чином, розставляє необхідні смислові акценти і забезпечує більшу зв'язність його частин.

Також, в англійських ЗМІ, що формують образ країни, є досить поширеною іронія, тобто різкий контраст між експліцитно вираженим позитивним повідомленням і імпліцитно закладеним в ньому негативним підтекстом. Слід розрізняти іронію і гумор. У той час як гумор має на меті добродушний сміх, іронія приховано виражає негативні емоції: жалість, розчарування, роздратування, презирство та т.д. М.Н. Лапшина називає іронію «прихованою насмішкою» і зазначає, що для адекватного сприйняття даного стилістичного прийому необхідне знання контексту ситуації і наявність фонових знань. Інші лінгвістичні засоби, використовувані в процесі формування образу країни в текстах ЗМІ, включають в себе риторичні вигуки і риторичні питання, градацію, інверсію, парцеляції, сегментовані конструкції, синтаксичний паралелізм і еліптичні конструкції. На додаток до

вищезазначеного, Д. Кристал і Д. Дейві відзначають характерні особливості пунктуації та графічних засобів виразності в текстах ЗМІ.

Важливим елементом формування образу країни на рівні тексту є заголовок, який відіграє важливу роль у структурному, змістовному та прагматичному аспектах. З одного боку, заголовок – це мовна структура, яка випереджає текст, що стоїть «над» ним і перед ним. Тому заголовок сприймається як мовний елемент, що знаходиться поза текстом і має певну самостійність. З іншого боку, заголовок – повноправний компонент тексту, що входить в нього і пов'язаний з іншими компонентами цілісного тексту (початком, серединою, кінцівкою), разом з якими він становить цілісність тексту [1,с.172-182].

Таким чином, публікації ЗМІ характеризуються великою різноманітністю лінгвістичних особливостей, які допомагають доповнювати об'єктивну інформацію емоційністю та авторською оцінкою з метою успішного впливу на масового читача, таким чином змінюючи уявлення реципієнта про країну та формуючи її образ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Біляк, І. В. Ігровий заголовок як засіб впливу в англomовному новинному медіа тексті: Мовні і концептуальні картини світу. 2013. Вип. 46(1). С. 172–182

2. Гавра, Д.П. Имидж территориальных субъектов в современном информационном пространстве. Санкт-Петербург, 2013. 157 с.

3. Лебон, Г. Психология натовпу. Санкт-Петербург: Терра-Книжный клуб, 2008. 272 с.