МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
Факультет іноземних мов
Навчально-науковий центр іноземних мов
Науково-дослідна Лабораторія лінгвокультурології та зіставної лінгвістики
Кафедра теорії та практики іноземних мов

ПРОБЛЕМИ РОМАНО-ГЕРМАНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ІНШОМОВНОЇ ЛІНГВОМЕТОДИКИ У ЦІННІСНИХ ВИМІРАХ СЬОГОДЕННЯ

Матеріали
І науково-методичного семінару
(Умань, 23 листопада 2022 р.)

Умань
2022

УДК [811.11/.13+378.16:81`243](06)
І-66

Редакційна колегія:

Безлюдний О. І., ректор Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини, доктор педагогічних наук, професор, Заслужений працівник освіти України;

Годованюк Т. Л., проректор із наукової роботи Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини, доктор педагогічних наук, професор;

Постоленко І. С., в. о. декана факультету іноземних мов, кандидат педагогічних наук, доцент;

Щербань І. Ю., заступник декана факультету іноземних мов із наукової роботи, кандидат педагогічних наук, доцент;

Білецька І. О., доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри теорії та практики іноземних мов, керівник науково-дослідної Лабораторії лінгвокультурології та зіставної лінгвістики Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини;

Безлюдна В. В., доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри іноземних мов, директор Навчально-наукового центру іноземних мов Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини;

Комар О. С., доктор педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри англійської мови та методики її навчання.

Відповідальний за випуск:

Гурський І. Ю., викладач кафедри теорії та практики іноземних мов

І-66 **Проблеми** романо-германської філології та іншомовної лінгвометодики у ціннісних вимірах сьогодення : матеріали І наук.-метод. семінару (Умань, 23 листоп. 2022 р.) / МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини [та ін.] ; [редкол. : О. І. Безлюдний, Т. Л. Годованюк, І. С. Постоленко [та ін.] ; відпов. за вип. І. Ю. Гурський]. Умань : Візаві, 2022. 119 с.

Матеріали збірника присвячено висвітленню кола актуальних проблем, які обговорювалися на І науково-методичному семінарі «Проблеми романо-германської філології та іншомовної лінгвометодики у ціннісних вимірах сьогодення», зокрема: дискусійні вектори германістичних студій у мультикультурному просторі в синхронії та діахронії; романські мови у сучасному глобалізованому світі; новітні тенденції у методиці викладання іноземних мов і культур у закладах загальної середньої та вищої освіти.

Видання призначене для науковців, викладачів, здобувачів вищої освіти та широкого кола читачів, які цікавляться здобутками у галузях романо-германської філології та іншомовної лінгвометодики.

Автори несуть відповідальність за наукову вірогідність і коректність вміщених у збірнику матеріалів.

УДК [811.11/.13+378.16:81`243](06)

© Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, 2022

ЗМІСТ

Передмова
«Боролися, боремося, поборемо! У наших серцях горить незгасаюче світло!»…… 6

ДИСКУСІЙНІ ВЕКТОРИ ГЕРМАНІСТИЧНИХ СТУДІЙ У МУЛЬТИКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ В СИНХРОНІЇ ТА ДІАХРОНІЇ

Володимир Ващенко
ВИДИ ТЕРМІНОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ……..... 9
Людмила Веремюк
ЗІСТАВНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕПОНІМІВ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКОЇ ТА АНГЛІЙСЬКОЇ МОВ…… 12
Олена Галушко
ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ІЗ ОНОМАСТИЧНИМ КОМПОНЕНТОМ……. 14
Ihor Hurskyi
LANGUAGE PECULIARITIES OF THE ENGLISH LANGUAGE DESCRIPTION OF A FOREIGN LANGUAGE CITY……..... 17
Богдана Жовтобрюх
РОЛЬ НЕВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ПІД ЧАС ВИСЛОВЛЕННЯ КРИТИЧНОГО СУДЖЕННЯ……..... 20
Юлія Забудська, Наталія Цимбал
КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ АНГЛОМОВНИХ РЕКЛАМНИХ ГАСЕЛ…….. 24
Олександра Звіряка
ВЕРБАЛЬНІ ТАБУ В АНГЛІЙСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРНІЙ СПІЛЬНОТІ……. 26
Марія Іванова, Наталія Цимбал
СТРУКТУРА КОНЦЕПТУ *ЦІННОСТІ / VALUES* У БРИТАНСЬКІЙ І АМЕРИКАНСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРАХ…… 29
Ганна Кичій
СОЦІАЛЬНИЙ АСПЕКТ ДИСКУРСИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ АНГЛІЙСЬКОГО ОСОБИСТОГО ІМЕНІ (НА МАТЕРІАЛІ П’ЄСИ БЕРНАРДА ШОУ «ПІГМАЛІОН»)……... 31
Ольга Кожевнікова
СТАНОВЛЕННЯ ГЕНДЕРНОЇ ЛІНГВІСТИКИ ЯК ОКРЕМОЇ НАУКИ…… 40
Світлана Куєвда
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ БІБЛІЙНОГО ПОХОДЖЕННЯ ЗАСОБАМИ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ…….. 43
Оксана Левчук, Олеся Мельник
СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ГРАМАТИЧНИХ ЗАСОБІВ ВИРАЖЕННЯ

ФУТУРАЛЬНОГО ЗНАЧЕННЯ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ……... 46
Катерина Малишевська
ОСОБЛИВОСТІ ЛЕКСИКОГРАФІЧНОГО ТРАКТУВАННЯ СЕМАНТИКИ КАУЗАТИВНИХ ДІЄСЛІВ-ЗВ'ЯЗОК АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ……. 49
Ірина Назарчук
СТРУКТУРНІ МОДЕЛІ КАЛАМБУРУ……... 51
Алла Паладьєва
ВАРІАТИВНЕ ВИРАЖЕННЯ ТАКТИК У СТРАТЕГІЧНІЙ ЛІНІЇ ОПОЗИЦІЇ АНГЛІЙСЬКОМОВНОГО ДИСКУРСУ ПЕРЕГОВОРІВ……..... 54
Алла Підкуйко
СТИЛІСТИЧНИЙ АСПЕКТ ВІДТВОРЕННЯ АНГЛОМОВНИХ ПІСЕНЬ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ…… 61
Володимир Поцелуйко
ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ ВИВЧЕННЯ МОВИ НАУКИ В СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ……. 64
Валентина Савка
ПРАГМАТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТЕКСТУ АНГЛОМОВНОГО ВЕБ-БРАУЗЕРУ……..... 66
Тамара Скала
ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВВІЧЛИВОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ АМЕРИКАНСЬКОГО ДІЛОВОГО ЧОЛОВІКА……..... 69
Діана Степанюк
РОЛЬ АБСТРАКТНИХ ІМЕННИКІВ У МОВЛЕННІ……..... 71
Олена Таярані Бехтері
СПЕЦИФІКА ЛІНГВОКУЛЬТУРНИХ КОНЦЕПТІВ……..... 74
Анна Шарпіло
ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЕМОЦІЙНИХ КОНЦЕПЦІЙ В АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ…….. 76
Тамара Шевченко
МОВНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ГЕНДЕРУ……..... 78

РОМАНСЬКІ МОВИ У СУЧАСНОМУ ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ СВІТІ: КОЛО ПРОБЛЕМ, ЗДОБУТКИ, ДОСЛІДНИЦЬКІ ПЕРСПЕКТИВИ

Анастасія Головатюк
ТИПОЛОГІЯ ФРАНЦУЗЬКИХ КОМЕРЦІЙНИХ ЛИСТІВ…… 83
Інна Лаухіна
ТЕМАТИЧНІ ГРУПИ АРАБСЬКИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ У СУЧАСНІЙ ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ……... 87
Віктор Литвиненко
ФРАНКОФОНІЯ В УКРАЇНІ……..... 91
Ольга Побережник
ФРАНЦУЗЬКА МОВА ЯК ТРЕТЯ ІНОЗЕМНА ПІСЛЯ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА ІСПАНСЬКОЇ У ПЕДАГОГІЧНОМУ УНІВЕРСИТЕТІ……... 93

Таміла Філіппович
EL USO DEL CONCEPTO «TORO» EN LOCUSIONES FRASEOLÓGICAS ESPAÑOLAS..... 95

НОВІТНІ ТЕНДЕНЦІЇ
У МЕТОДИЦІ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ І КУЛЬТУР
У ЗАКЛАДАХ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ТА ВИЩОЇ ОСВІТИ

Ірина Білецька
ПОЛІКУЛЬТУРНА ОСВІТА В США: ІСТОРІЯ СТАНОВЛЕННЯ ПОНЯТТЯ……..... 98
Ілона Бойчевська
ВПРОВАДЖЕННЯ SMART–ТЕХНОЛОГІЙ В ОСВІТНІЙ ПРОЦЕС: ДОСВІД КАЗАХСТАНУ……. 101
Олександр Коваленко
ГОВОРИМО ПРО ВІЙНУ НА ЗАНЯТТЯХ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ…….. 105
Людмила Лагуш
ЦІННІСНО-ОРІЄНТОВАНА КОНЦЕПЦІЯ ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНЬОГО ПЕДАГОГА В ЗАКЛАДІ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ВІЗІЇ, ВИКЛИКИ, ПЕРСПЕКТИВИ……... 108
Інна Нестеренко
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В МЕТОДИЦІ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ……..... 117

ПЕРЕДМОВА

«БОРОЛИСЯ, БОРЕМОСЯ, ПОБОРЕМО!
У НАШИХ СЕРЦЯХ ГОРИТЬ НЕЗГАСАЮЧЕ СВІТЛО!»

Шановні учасники науково-методичного семінару!

Цією передмовою до матеріалів **І науково-методичного семінару «Проблеми романо-германської філології та іншомовної лінгвометодики у ціннісних вимірах сьогодення»** (Умань, 23 листопада 2022 року) його організатори мають на меті підвести підсумки його роботи в непередбачуваних та екстремальних умовах злочинного воєнного вторгнення росії на територію суверенної української держави.

Складний період творення новітньої історії України, свідками якого ми є, сповнений героїзму, відваги та жертовності воїнів, які продовжують естафету відчайдушної боротьби за кожен клаптик української землі, освяченої невтомною працею та кров'ю хоробрих предків, які за нашим переконанням навіть не змогли б уявити, що трагедія війни стане болісною реальністю для нас – цифрового покоління, яке знало про воєнні вторгнення лише зі сторінок шкільних та університетських підручників із історії та розповідей очевидців. Попри токсичні радіаційні хмари брехні ми дихаємо повітрям свободи та не маємо забувати про це жодної хвилини. Незважаючи на те, що в країні відчутні нищівні подихи війни та відсутня «вакцина» проти нової нормальності, організатори науково-методичного

семінару прийняли рішення провести науковий захід, оскільки життя має продовжуватися та його цінність має осмислюватися кожним із нас попри труднощі, дискомфорт та відчуття безвиході й невпевненість у тому, що станеться через декілька хвилин. Здається, що цей страшний сон мине, але на душі – лютий, крига якого так і не розчинилася у вирі життя під впливом зранених промінчиків весни, щедрого літнього сонця та обнадійливого осіннього тепла. Одним із способів хоч на хвилину забути про обпікаючу реальність – триматися разом, підтримувати один одного, в тому числі й під час наукових заходів, які дають надію, що вітер змін перегорне сторінку календаря, який і сам так віроломно чекає, що нам усім наступний день подарує *25 ЛЮТОГО 2022 року …*

Під час науково-методичного семінару були обговорені актуальні проблеми романо-германської філології, перекладознавства та методики викладання іноземних мов і культур у закладах загальної середньої та вищої освіти. Креативні ініціативи учасників були виражені в осмисленні парадигми концептуалізації світу в літературній творчості Григорія Савича Сковороди, глибина філософських та педагогічних ідей якого непідвладна вічності.

Головним досягненням семінару вважаємо те, що в його рамках відбулося об’єднання спраглих до дискусій та відкриття нових знань учасників – викладачів та здобувачів вищої освіти Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини – славетного хранителя непідвладних часу традицій підготовки поколінь освітян за покликанням душі. Усі учасники відчували себе першовідкривачами незвіданого, що є невід’ємною передумовою постійного самовдосконалення навіть в умовах війни.

Дослідники-початківці, які запропонували власні доповіді для виступу, переймали досвід структурування та змістового наповнення публічних презентацій результатів наукових досліджень у досвідчених старшокурсників та наукових керівників, які здійснювали їх ґрунтовну підготовку до участі. Акумульований досвід став підґрунтям для нових оригінальних ідей стосовно проведення наукових досліджень у межах проблематики членів науково-

дослідної Лабораторії лінгвокультурології та зіставної лінгвістики, серед яких слушним є задум – пошук концептів, які ще не підлягали комплексному вивченню у вітчизняних студіях, для проведення їх лінгвокультурного аналізу, посилений науковий інтерес до здійснення якого об'єднав усіх членів структурного підрозділу в окремий напрям. Сподіваємося, що цей задум допоможуть зреалізувати здобувачі вищої освіти факультету іноземних мов, які є безпосередніми учасниками досліджень Лабораторії, та вже новий концептуальний досвід буде репрезентований на науковому заході в 2023 році.

Віримо, що ми разом вистоїмо. Простягнімо руку допомоги тим, кому це потрібно! Ми – УКРАЇНЦІ, нація, яка попри болісні рани бореться за право теперішнього та майбутнього поколінь ЖИТИ …

Організаційний комітет науково-методичного семінару

Володимир Ващенко,
здобувач ОС «Магістр» ІІ курсу,
факультет іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ВИДИ ТЕРМІНОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ

Однією з проблем сучасного термінознавства є визначення статусу, особливостей і функцій термінологічних одиниць, які є полісемічними, синонімічними або унікальними, тобто неоднозначними, неточними та залежними від історико-територіального та лінгвокультурного контексту. До специфічних галузевих термінологій, які потребують виявлення і дослідження культурного компонента значення одиниць, що входять до неї, належить англомовна юридична термінологія.

Галузева терміносистема охоплює не всі термінологічні найменування, використовувані в текстах конкретної галузевої тематики. Особливо це стосується загальнонаукових і міжгалузевих термінів. Водночас терміносистема – це взаємопов'язаний набір термінологічних одиниць усіх типів, включно з: загальнонауковими, міжгалузевими, галузевими термінами, а також номенклатурними знаками, термінонімами, професіоналізмами та терміноїдами. Питання щодо статусу лексичних одиниць, які входять до складу термінологій і терміносистем, розглядають також в термінологічних працях з ономастики.

Завдання даного дослідження – скласти класифікації юридичних термінів із культурним компонентом значення за різними підставами (логіко-понятійними, лінгвістичними класифікаціями термінологічних одиниць тощо).

На підставі аналізу англомовних юридичних термінологічних одиниць можна виділити загальноанглійську юридичну термінологію, в якій варіантність превалює над системністю, та окремі англомовні юридичні

терміносистеми, де системність превалює над варіантністю. В англомовній юридичній термінології простежуються дві протилежні тенденції, доцентрова і відцентрова, співвідношення яких змінювалося з часом. Термінологічні одиниці, що мають культурний компонент значення, ілюструють відцентрову тенденцію розвитку англомовних терміносистем. Наведемо класифікацію видів термінологічних одиниць із культурним компонентом значення:

I. **Доцентрова** тенденція розвитку англомовної юридичної термінології та окремих терміносистем (80 % із 60 тис. англомовних юридичних термінологічних одиниць включно з одиницями термінології, що не входять до складу термінографії; 97 % із 20 тис. англомовних термінологічних одиниць, що входять в умовно виділений основний корпус англомовної юридичної термінології та включених до термінографії).

II. **Відцентрова** тенденція розвитку англомовної юридичної термінології та окремих терміносистем (20 % із 60 тис. англомовних юридичних термінологічних одиниць, включно з одиницями, не включеними до термінографії; 3 % з 20 тис. англомовних юридичних термінологічних одиниць, що входять до основного корпусу англомовної юридичної термінології та включені до термінографії.

Унікальні термінологічні одиниці (зустрічаються тільки в одній терміносистемі, їх мовний субстрат відсутній у загальноанглійській загальновживаній мові, у загальноанглійській термінології, в інших терміносистемах):

1.1. За характером маркованості:

1.1.1 марковані територіально:

а) терміноніми (назви одиничних явищ): *Tynwald* (на о. Мен)

б) терміни (назви класу явищ): *act of sederunt* (шотл.)

в) термінологічні одиниці-епоніми: *Old Bailey* (у Лондоні)

1.1.2 марковані історично: *High Court of Admiralty* (в Англії до 1873 р.)

1.2 За кількістю елементів:

а) однослівні: *caucus* (амер.)

б) словосполучення: *supreme law of the land* (амер.)

2. Полісемічні термінологічні одиниці

2.1 За характером маркованості:

а) марковані історично: *justiciar* (шотл., англ. іст.)

б) марковані територіально: *antitrust legislation* (амер.)

2.2.1 За кількістю елементів:

а) однослівні: *predication* (амер.) обґрунтування фактами; *predicated* (амер.) заснований на фактах

б) словосполучення: *blanket policy* (амер., англ.)

2.2.2 За характером маркованості значень:

а) мають загальноанглійське загальновживане значення: *allow* (загальноангл. загальновживаний.; англ.)

б) мають загальноанглійське термінологічне значення: *predicated* (загальноангл.; амер.)

в) мають історично марковане територіальне значення: *baron* (англ. іст.)

г) мають різні значення в різних терміносистемах: *Attorney General* (амер., англ.).

3. Синонімічні термінологічні одиниці: *Attorney General* (амер.) = *Minister of Justice (*англ.) (міністр юстиції).

Таким чином, в процесі формування англомовних юридичних терміносистем співвідношення відцентрової та доцентрової тенденцій визначалося взаємодією лінгвістичних та екстралінгвістичних чинників, що діяли в певний історичний період на певній території.

Доцільним вбачаємо подальший розгляд системних відношень між сукупностями зазначених термінологічних одиниць, що існують нині.

Людмила Веремюк,
кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри теорії та практики іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ЗІСТАВНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕПОНІМІВ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКОЇ ТА АНГЛІЙСЬКОЇ МОВ

Мова функціонує як багаторівнева система з взаємопов'язаними елементами, об'єднаними в підсистеми завдяки ієрархічним відношенням. Взаємопроникнення порівняльно-історичного, типологічного векторів зіставних розвідок пояснюється спільною метою – виокремити низку ізоморфних та аломорфних одиниць порівнюваних мов.

Історію зіставних досліджень проаналізували українські лінгвісти Н.Б. Іваницька, В.Л. Іващенко, Л.В. Туровська, М.П. Кочерган, котрі обґрунтували статус зіставного мовознавства як сформованої науки зі своєю теоретичною базою, метою, предметом і методами аналізу як потужний напрям лінгвістичної компаративістики з чітко окресленою сферою інтересів [1, с. 38].

Зіставний метод застосовується до вивчення споріднених і неспоріднених мов у сучасному стані для дослідження структури мови в її подібностях і відмінностях та встановлення між порівнюваними мовами відношення контрасту на всіх рівнях. Зіставний метод видається найефективнішим у дослідженні споріднених мов, оскільки їх контрастні властивості чітко виявляються на фоні подібних ознак [1]. Смислова неоднозначність і тотожність термінів «порівняльна / зіставна / контрастивна лінгвістика» в українських міжмовних розвідках виправдовується діалектичним взаємозв'язком контрасту та подібностей, порівнянням через схожість [4]. Зіставні дослідження межують із типологічними [2], в розрізі яких на базі зіставлення визначають типологічні ознаки досліджуваних явищ, і порівняльно-історичними, які реконструюють давні форми порівнюваних одиниць [4, с. 68], спільних для досліджуваних споріднених мов [3, с. 4].

М.П. Кочерган називає зіставний метод зворотним боком порівняльно-історичного, тому що останній має на меті встановлення відповідностей, а не

відмінностей, а зіставний насамперед шукає відмінності, на що звернув увагу О.О. Реформатський.

Виявлення спільних і відмінних рис епонімів як певного типу лексики англійської та української мов належить сфері лексичної семантики з елементами лінгвокультурологічного зіставлення, присвяченого аналізу специфіки відображення змісту епонімів у національній мовній свідомості. Залежно від предмета дослідження розрізняють зіставну фонологію, зіставну лексикологію, зіставну граматику, зіставну стилістику, зіставну лінгвістику тексту як результат співпраці зіставного мовознавства з теорією перекладу [1, с. 19]. Завдяки поєднанню двох лінгвістичних напрямів – семасіології як лексичної семантики та зіставного мовознавства – сформувалася контрастивна семасіологія.

Методами зіставних розвідок є порівняльно-семантичний для отримання семантичного опису конкретних подібностей і відмінностей у значенні мовних одиниць; порівняльно-параметричний для виокремлення відмінностей мовних одиниць за допомогою певного набору узагальнених параметрів, встановлених на основі формалізованих критеріїв кількісних і якісних характеристик прояву цих відмінностей, через процедури індексування і шкалювання.

Зважаючи на те, що чистих видів зіставлення у практиці міжмовних досліджень не буває і тому в лінійному зіставленні наявні елементи векторного зіставлення [2, с. 226], вивчення структурно-семантичних особливостей епонімів англійської та української мов відбувається за допомогою зіставного лінійного аналізу.

Отже, зіставне мовознавство впевнено набуває теоретичної оформленості, тож перспективним видається зіставне дослідження семантичних зв’язків епонімів у лексико-семантичних групах англійської та української мов.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кочерган М. П. Основи зіставного мовознавства. Київ : Академія, 2006. 424 с.

2. Іваницька Н. Б. Зіставне мовознавство в системі лінгвістичних дисциплін. *Нова філологія.* 2014. № 64. С. 220–225.

3. Іващенко В. Л., Туровська Л. В. Слов'янське зіставне, порівняльне і типологічне термінознавство кінця XX – початку XXI століть. *Мовознавство*. 2014. № 2. С. 24–42.
4. Корунець І. В. Порівняльна типологія англійської та української мов. Вінниця : Нова книга, 2003. 464 с.

Олена Галушко,
здобувач ОС «Магістр» ІІ курсу,
факультет іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ІЗ ОНОМАСТИЧНИМ КОМПОНЕНТОМ

Актуальність дослідження зумовлена спрямуванням сучасної лінгвістики на вивчення мовних явищ крізь призму культури, віри, звичаю, національного сприйняття та відносин між людьми з урахуванням їх етнічного походження.

Фразеологізми – це точні та влучні усталені вислови, що якнайкраще характеризують культурні особливості представників того чи іншого народу. Фразеологізм із компонентом-онімом – культурно-мовний знак, який є єдністю фрагмента культурного знання й мовної структури. Такий фразеологізм – це невичерпне джерело для вивчення національної специфіки мови, носій культурної інформації, що представлена в його семантиці та сконцентрована у внутрішній формі. Трансформації – це спосіб перекладу, до якого може звертатися перекладач у випадку, коли словникова відповідність відсутня або контекстуально неможлива.

Ономастична фразеологія допомагає розширити словниковий запас, стимулює інтерес та привертає увагу до іноземної мови через тісний зв'язок із історією та культурою.

Основною ціллю роботи є дослідження практичних аспектів перекладу англійських фразеологізмів, які містять ономастичні компоненти, із використанням різних видів трансформацій, що дозволяє перекладачеві якнайкраще передати зміст фразеологізму, відтворити ситуацію, відобразити

мораль, що випливає з нього, без змістового перетворення та використання мовленнєвих відповідників.

Трансформації при перекладі – це перетворення, що дозволяють перекладачеві здійснювати перехід від слова, частини речення чи речення до комунікативно-рівноцінних конструкцій при відсутності можливості використання регулярних відповідників в умовах заданого контексту.

«Трансформовані» фразеологізми часто стають надбанням народної творчості мови, якою здійснюється переклад, відображаючи її культуру й етнос.

Виділяють такі трансформації та прийоми перекладу:

– лексичні, що поділяються на транскрибування, транслітерацію, калькування, лексико-семантичні заміни (конкретизація, генералізація, модуляція, цілісне перетворення), контекстуальні заміни;

– граматичні, з-поміж яких можна виокремити членування, об’єднання речення, заміну частини мови (форми слова, члена речення, типу речення), зміну порядку членів речення, перестановку;

– комплексні (лексично-граматичні), які інколи мають назву стилістичних трансформацій: антонімічний переклад, експлікація, компенсація [3, с. 4–8].

Лексичні трансформації – це відхилення від словникових відповідників при перекладі, що полягає в заміні окремих лексичних одиниць мови, яка перекладається, на лексичні одиниці мови перекладу, що не є їх еквівалентами. Прикладом лексичної трансформації при перекладі фразеологізму з компонентом-онімом може бути *Bermuda Triangle* «Бермудський трикутник» (калькування).

Граматичні трансформації – це заміна нееквівалентними формами та структурами мови перекладу граматичних одиниць мови, які перекладаються, що виконується задля збереження змістовної відповідності між мовами [2, с. 32]. Граматичну трансформацію можна виокремити при перекладі такого фразеологізму, як *Chinese puzzle* «китайська грамота».

Комплексні лексичні трансформації утворюються шляхом поєднання різноманітних лексичних та граматичних трансформацій, серед яких, серед

іншого, має місце генералізація, додавання та вилучення слова, конкретизація, модуляція [1, с. 467]. Серед прикладів комплексних лексичних трансформацій, що утворюються за допомогою додавання слова, *Adam's apple* «Адамове яблуко розбрату».

Важливим аргументом на користь використання різних типів трансформацій при перекладі фразеологізмів з англійської мови на українську є те, що дослівний переклад не лише повною мірою не передає значення такої мовленнєвої одиниці, як фразеологізм, але й надає йому зовсім інше значення, яке є протилежним до оригінальної ідеї.

Отже, фразеологізми є віддзеркаленням культури носіїв мови. Це влучні вислови, що передають увесь спектр узвичаєного побуту того чи іншого етносу. Оскільки кожну мову необхідно досліджувати нерозривно з її культурою задля усвідомлення певних особливостей та характеристик, що притаманні лише їй, здійснення перекладу мовних одиниць-фразеологізмів з англійської мови на українську – це справжній виклик для перекладача, який часто звертається до такого способу перекладу, як трансформація.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бегма Ю. О. Комплексні перекладацькі трансформації як спосіб досягнення адекватності перекладу англійських художніх текстів українською мовою. *Мова і культура*. 2012. Вип. 15, Т. 7. С. 464–468.

2. Рибальченко О. Є., Кириллова М. Д. Граматичні трансформації речення при перекладі (на матеріалі роману Ч. М. Паланіка «Бійцівський клуб»). *Збірник наукових статей студентів та викладачів відділення перекладу, присвячений 155-річчю Одеського національного університету імені І. І. Мечникова та 60-річчю факультету РГФ*. Одеса, 2020. С. 31–37.

3. Юдина О. А., Надеждина Н. Г. Переводческие трансформации и приемы перевода. Методические указания к практическому курсу профессионально-ориентированного перевода для студентов, обучающихся по программе «Переводчик в сфере профессиональной коммуникации». Н. Новгород : ННГАУ, 2015, 28 с.

Ihor Hurskyi,
lecturer of Foreign Languages Theory and Practice Department,
Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University

LANGUAGE PECULIARITIES OF THE ENGLISH LANGUAGE DESCRIPTION OF A FOREIGN LANGUAGE CITY

Contemporary linguistic researches indicate that globalization processes, which are based on an information exchange and intercultural communication, become the catalyst for the development of tourism and travel guides. Consequently, at present particular attention is given to the language peculiarities of a culture description. The topicality of this problem and its importance for lexicological studies elucidated the theme choice of our research.

The aim of our investigation is to study language peculiarities of the English language description of a foreign language city on the material of travel guides and the press.

Research objectives are as following:

1. To study structural and genre peculiarities of travel guides.
2. To single out historical periods of a travel guide genre development.
3. To compare different types of travel guides and figure out allomorphic, isomorphic features.
4. To identify the role of travel guides in the transmission of an alien culture.
5. To describe thematic groups of exotisms indicating their significance in discovering an alien culture.
6. To analyze thematic groups of urbanonyms indicating their role while acquainting with an alien culture.

The object of the study is the English language description of a foreign culture.

The subject of the study is the analysis of lexical peculiarities of the English language description of a foreign culture.

The material for the study is 115 exotisms and 100 urbanonyms, selected with the help of arbitrary method from 4 travel guides of the series “Awesome Ukraine”.

The scientific novelty of our investigation consists in the following:

1. Our study is an attempt to provide a structural, typological analysis of a travel guide as a genre of a tourism discourse.

2. It is the first attempt to characterize 2 prevailing lexical layers of exotisms and urbanonyms in the texts of travel guides.

In the process of our investigation we drew to such **conclusions:**

A travel guide is a multi-format edition, which aims at presenting must-know basic geographic, cultural, historic facts, helpful pieces of advice for the circle of tourists, who try to plunge into the ocean of an unknown culture overcoming a culture barrier.

It is the most complicated genre of a tourism discourse and intercultural communication and its key genre peculiarities are the following: accuracy, informativeness, a high level of generalization, impersonality.

The structure of any travel guide is the combination of 2 information blocks: basic and variational. The structure is the result of the author’s intention and, as a result, may vary from one edition to the other one.

Taking the historical evolution of travel guides into account, we are to emphasize that the first stage is represented by Ancient Roman road maps indicating the distances between different points. We are inclined to think that a crucial period in the genre formation is the beginning of the XIX century, when a German publisher Karl Baedeker created a special publishing house of guidebooks.

Nowadays we may observe a rapid genre development. To our mind, the driving forces of its modern genre development are the following: the appearance of new tourism types; transformations in the culture description from a traditional one to innovative with the priority of a practical criterion.

On the basis of a critical analysis of travel guides: “Kyiv by Locals”, “Awesome Ukraine”, “Culture Shock! Paris”, “The Food Lover’s Guide to Paris”,

“The World’s Best Drinks. Where to find them & How to make them” we identified that isomorphism is grounded in a well-thought author’s conception greatly influencing structural and content characteristics. Allomorphism is based on belonging of analyzed editions to divergent types.

In our opinion, there are 2 main functions of travel guides – informational and advertising. That’s why, on the one hand, a travel guide is the provider of information, which enables a tourist to choose a suitable “login” and “password” to enter a foreign cultural space. On the other hand, it is a powerful means of representing a country in a suitable light to attract tourists and to create a positive image of described places.

As it has been mentioned, there are 2 prevailing lexical layers in the texts of travel guides, such as: exotisms and urbanonyms.

Exotisms are lexical units, which are to name specific realias of a foreign culture. While analyzing 115 exotisms we divided them into 11 thematic groups according to a semantic criterion.

26 % of exotisms belong to the group “History”. For instance, if we take into account the exotisms: *Euromaidan, Orange Revolution, Student Revolution* we may notice that they denote the events of political unrest that took place in Ukraine. Another exotisms of this group *vyshyvanka* (an embroidered shirt), *chumaky* (travelling merchants), *batyars* (petty criminals first appeared on the streets of Lviv before World War II) decorate the texts with a historical flavour helping to make an imaginary trip in the past.

Exotisms of each thematic group have a certain role in the description.

Lexical units of a thematic group “Music bands”*: Okean Elzy, Boombox, Dakha Brakha, VV* are to give tourists an opportunity to get acquainted with key representatives of modern Ukrainian music.

Exotisms *tsymbaly, bandura, trembita, kobza* belonging to the group “Musical instruments” enable readers to understand Ukrainian folk music better.

Exotisms *tryzub, hryvnia* belonging to the group “National symbols” open the doors of things, characteristic only of Ukrainians.

Moving on to the analysis of urbanonyms we define them as lexical items, which are to name inner city objects, such as: hotels, restaurants, squares, streets and the like. They create a semantic image of the city.

While analyzing 100 urbanonyms we divided them into 5 semantic groups.

The biggest group is “Names of famous places” (42%), which may be represented by the urbanonyms: *The Healthy Road* – a roadway in Odessa, which is famous for outdoor gyms and playgrounds; *One-Walled House* – a sight in Odessa’s historic centre.

The smallest group is “Names of restaurants” (11%). For instance, *Dizyngoff*. It is the name of Odessa’s famous restaurant. It was named intentionally after the first mayor of Tel Aviv Meir Dizyngoff, who managed to create the city from scratch. Restaurant owners admit that they managed to create a trendy restaurant mixing culinary trends, styles from scratch. This example illustrates a comparative approach in naming an object in order to generate readers’ interest in visiting it.

Another striking example is *«Falafel»,* which names a must-visit fast-food for tourists.

Богдана Жовтобрюх,
здобувач ОС «Магістр» ІІ курсу,
факультет іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

РОЛЬ НЕВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ПІД ЧАС ВИСЛОВЛЕННЯ КРИТИЧНОГО СУДЖЕННЯ

Відомо, що поряд із вербальною комунікацією існують й інші способи комунікації, які також слугують засобом повідомлення інформації. Йдеться про невербальну комунікацію.

Необхідно зазначити, що велику роль у спілкуванні відіграють так звані паралінгвістичні засоби. Загалом, паралінгвістика означає розділ мовознавства, що вивчає невербальні засоби, які включено до мовленнєвого повідомлення, що передають, разом із мовленнєвими засобами, смислову інформацію.

Американський лінгвіст Дж. Трейгер один із перших визначив межі паралінгвістики [1]. Він виділив два види паралінгвістичних явищ:

1) вокалізація, яка ділиться на характеризатори (сміх, плач, шепіт, завивання тощо), кваліфікатори (висота тону, інтенсивність виголошення тощо) та роздільники (кашель, чхання тощо);

2) голосові якості (темп мови, діапазон висоти тону, діапазон вимірювання ритму, тембр голосу тощо).

Р. Хайруліна поєднує ці два види паралінгвістичних явищ, говорячи про фонаційні типи. Взагалі, автор поділяє паралінгвістичні засоби на три види:

1) фонаційні (тембр мови, темп, гучність, типи наповнюваності паузи, особливості вимови – діалектні, соціальні, індивідуальні);

2) кінесичні засоби – жести, тип пози, що вибирається, міміка людини у процесі спілкування;

3) графічні засоби – тип виконання літер та пунктуаційних знаків (почерк), додаткові знаки типу §, #, $ тощо [2, с. 88–89].

У нашому дослідженні ми звертаємо увагу на такі два види паралінгвістичних засобів як фонаційні та кінесичні. Необхідно зазначити, що крім терміна «паралінгвістичні засоби» можна використовувати також термін «невербальні засоби».

Дослідження емпіричного матеріалу дозволяє стверджувати, що досить часто вираження критичного судження супроводжується кінесикою. Наочним прикладом цього може бути ситуація мовного спілкування, у межах якого рух супроводжує вербальне вираження критичного судження:

LADY WINDERMERE. (Shaking her head) No, I am talking very seriously. You mustn t laugh, I am quite serious. I don't like compliments, and I don't see why a man should think he is pleasing a woman enormously when he says to her a whole heap of things that he doesn't mean [3, с. 7].

Героїня ганьбить свого шанувальника, який надіслав букет квітів у її день народження. Критичне судження полягає в тому, що вона вважає таку поведінку неприпустимою стосовно заміжньої жінки. Леді Уіндермір висловлює несхвалення поведінкою свого співрозмовника через невербальну

комунікацію: *shaking her head*. Негативний заряд висловлювання підкріплюється також безліччю негативних конструкцій: *no; mustn't laugh; don't like; don't see; doesn't mean.* Героїня прагне дистанціюватися від співрозмовника, а також нагадує йому про необхідність дотримання *privacy*.

Разом із кінесикою виділяється також окулесика і такесика. Окулесика – це наука про мову очей, використання руху очей чи контакт очима у процесі комунікації.

Як приклад реалізації критичного судження у вигляді окулесики можна звернутися до фрагмента з твору А. Хейлі «Готель».

A wave of cigar smoke accompanied Ogilvie in. When he had followed her to the living-room, the Duchess looked pointedly at the half-burned cigar in the fat man's mouth. "My husband and I find strong smoke offensive. Would you kindly put that out" [4, с. 138].

Насамперед привертає до себе увагу вказівка автора на рухи очей герцогині (окулесика). Однак автор дає характеристику погляду герцогині за допомогою визначення pointed, що означає *something you say or do in a deliberately direct and noticeable way, in order to show your annoyance or disapproval*. Знову, лексеми *annoyance* і *disapproval* входять у сферу значення критичного судження. Висловлювання герцогині: *My husband and I find strong smoke offensive* підтверджує припущення про критичний характер даного судження, оскільки *offensive* означає *very rude or insulting and likely to upset people*. Отже, окулесика підкріплює критичне висловлювання героїні. Варто зауважити, що в даному прикладі показано такі риси національної поведінки англійців, як ощадливість та дотримання *privacy*.

Наступним засобом невербальної комунікації служить такесика – об'єкт особливого наукового напряму, що вивчає значення та роль дотиків під час спілкування. Так, вчені, які вивчають тактильну поведінку людей, вважають, що в залежності від мети та характеру дотику можна поділити на такі типи: 1) професійні; 2) ритуальні; 3) дружні; 4) любовні. Проте дистанційованість,

властива англійцям, позначається на використанні знаків тактильної комунікації. Таким чином, англійці у спілкуванні уникають фізичних контактів.

Лінгвісти виділяють також проксеміку (використання просторових відношень при комунікації), хронеміку (використання часу в невербальному комунікаційному процесі) і сенсорику (ґрунтується на чуттєвому сприйнятті).

Кількісний підрахунок дозволяє виявити частотність вживання різних засобів невербальної комунікації: кінесики, окулесики та такесики:

Частотність невербальної комунікації при вираженні критичного судження

Засоби невербальної комунікації	Частотність використання невербальних засобів у критичних судженнях (%)
Окулесика	53
Такесика	0
Кінесика:	47, з них: міміка (14); жести (2); поза (2); рухи тіла (25).

Отже, аналіз практичного матеріалу показує, що невербальні засоби спілкування часто використовуються в англійській мові при вираженні критичного судження. Найчастіше використовуються окулесика та кінесика (53% та 47% відповідно). Критичне судження передбачає дистанціювання, що виключає такесику зовсім. Зважаючи на національний характер, що визначає комунікативну поведінку англійців, можна стверджувати, що невербальні засоби, спрямовані на вираження критичного судження, дозволяють залишатися комунікантам у рамках прийнятих у даній лінгвокультурній спільноті комунікативних норм та цінностей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Trager G. L. Paralanguage: A first approximation. Studies in linguistics. 1958. 13 p.
2. Хайруллина Р. Х. Лингвистика межкультурных коммуникаций : курс лекций. Уфа : Изд-во БГПУ. 2005. 138 с.
3. Wilde O. The Importance of Being Earnest. СПб. : КАРО. 2008. 310 с.
4. Hailey A. Hotel. М. : Айрис-пресс. 2006. 384 с.

Юлія Забудська,
здобувач ОС «Магістр» ІІ курсу,
факультет іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Наталія Цимбал,
кандидат філологічних наук, професор,
завідувач кафедри прикладної лінгвістики та журналістики,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ АНГЛОМОВНИХ РЕКЛАМНИХ ГАСЕЛ

Дослідження мови реклами – актуальний напрям сучасної лінгвістики.

Залежно від способу поводження з комунікативним партнером прийнято виділяти кооперативні стратегії та некооперативні комунікативні стратегії. Зрозуміло, що в рекламних гаслах використовують виключно кооперативні стратегії.

Нами проаналізовано контент вебсайтів англомовних інтернетмагазинів з метою виявлення рекламних слоганів. Опираючись на семантичний і прагматичний аналіз ми згрупували ці слогани, беручи до уваги їх комунікативний намір. На основі цього виокремлено дві комунікативні стратегії.

1. *Стратегія позиціонування інтернет-магазину на ринку*, що найчастіше реалізується за допомогою таких тактик: тактика найменування товарів чи послуг магазину; тактика демонстрацій переваг магазину та підкреслення його ексклюзивності; тактика підкреслення компетентності, традицій і досвіду, цінностей; тактика використання власної назви.

2. *Стратегія спонукання споживача до вибору рекламованої послуги,* яка реалізується за допомогою таких тактик: тактика звернення до споживача; тактика зазначення цільової групи; тактика неоднозначності / багатозначності змісту.

У процесі лінгвістичного аналізу спостерігалося явище використання двох чи кількох тактик одночасно. В одному слогані можуть застосовуватися тактики, які належать до двох різних стратегій. Комбінаторні можливості

характерні, як правило, для частотних тактик, що відзначаються наявністю значної кількості мовних засобів. Комунікативна інтенція висловлення у вигляді рекламного гасла може бути експліцитною – формально вираженою або імпліцитною – формально невираженою.

До експліцитних засобів вираження комунікативних стратегій і тактик відносимо лінгвальні засоби різних мовленнєвих рівнів. При цьому засвідчуємо їх лексичні, морфологічні та синтаксичні особливості та застосовані стилістичні прийоми.

Основні тенденції використання лексичних засобів у англомовних рекламних гаслах такі: переважання загальновживаної апелятивної лексики, як конкретної, так і абстрактної, зокрема, лексем однієї тематичної групи, іншомовної та розмовної лексики; вживання власних назв, серед яких домінують топоніми (назви країн, міст, вулиць) і антропоніми (імена і прізвища дизайнерів, засновників бренду); застосування сенсорної лексики, тобто одиниць, що описують світ у звукових, зорових, чуттєвих образах.

У рекламних гаслах інтернет-магазинів спостерігається використання візуальної, аудіальної, рідше кінестичної репрезентативної систем. Як морфологічні особливості рекламних гасел слід назвати такі: кількісне переважання іменників, передусім однини, та якісних прикметників; серед дієслівних форм домінування наказового способу, активного стану і теперішнього часу; уживання інфінітива та ing-form дієслова; використання займенників, зокрема різних форм особового займенника; застосування прислівників: неозначувальних, місця й часу; активне включення як порядкових, так і кількісних числівників.

Для синтаксису рекламних гасел англомовних інтернет-магазинів характерні здебільшого субстантивні словосполученн, а також прості особові речення. Щодо стилістичних засобів можна зробити висновок, що метафора, епітет та різного роду повтори є найпродуктивнішими та найбільш вживаними у процесі створення рекламних гасел. Також у проаналізованих прикладах зафіксоване використання мовної гри, антитези, гіперболи, літоти.

Отже, комунікативні стратегії англомовних рекламних слоганів відзначаються багатовекторністю і експресивністю.

Олександра Звіряка,
здобувач ОС «Магістр» ІІ курсу,
факультет іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ВЕРБАЛЬНІ ТАБУ В АНГЛІЙСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРНІЙ СПІЛЬНОТІ

Вербальні табу неодноразово ставали темою наукових досліджень у сучасній лінгвістиці. Відповідно до визначення О. Рутер, вербальні табу є забороною використання у мові певних слів і висловів. Їх вживання регламентується нормами та правилами етикету або цензурою [4, с. 6]. У своєму дослідженні вчений оперує термінами вербальне, словесне та мовне табу [4, с. 6]. Зазначаючи, що мовне табу є ширшим поняттям, ніж словесне чи вербальне табу, і означає всі заборони, які існують у мові, О. Рутер уважає за доцільне використовувати їх у своїй роботі як рівнозначні.

У термінології Є. Голованова вербальні табу позначаються як «табуйовані слова», під якими маються на увазі слова, заборонені до вживання в громадському місці [3, с. 374]. До табуйованих слів Є. Голованова відносить грубі, вульгарні слова, нецензурну лексику [3, с. 374].

Р. Газізов визначає вербальні табу як «заборону на вживання грубих та нецензурних виразів, а також недоречних у тій чи іншій комунікативній ситуації мовних формул, використаних без урахування статусно-рольових відносин між комунікантами» [2, с. 263]. На нашу думку, це визначення найточніше розкриває суть аналізованого явища і є пріоритетним для подальшого дослідження.

При подальшій роботі безпосередньо з матеріалом дослідження – з художніми фільмами британського кінематографу – ми виявили, що в англійській лінгвокультурі, як і в будь-якій іншій, неприйнятним є

використання у мовленні грубих та нецензурних виразів. Крім цього, деякі семантично нейтральні слова у певних ситуаціях можуть виявитися недоречними і їх вживання може стати причиною комунікативних збоїв та невдач.

До грубої лексики автори відносять просторічні, грубі і вульгарні слова та висловлювання, які характеризують їх як «непристойні»; нецензурні слова та висловлювання, у свою чергу, характеризуються як «вкрай непристойні» [1]. Головна відмінність грубої лексики від нецензурної у допустимості її публічного вживання: публічне вживання грубих слів і виразів забороняється, але іноді допускається у деяких комунікативних ситуаціях, наприклад, «між своїми» у стані емоційного напруження; нецензурна лексика абсолютно неприпустима у громадському вживанні та її використання є суттєвим порушенням суспільної моральності.

Відповідно до загальної концепції дослідження, виявлення та опис вербальних табу передбачає аналіз висловлювань, що містять грубі та нецензурні вирази, які по суті є ситуаціями порушення заборони на вживання у мові подібної лексики. Негативна реакція у відповідь адресата є «сигналом» того, що відбулося порушення заборони на вживання цієї категорії слів і свідчить про те, що в даній лінгвокультурі існує норма і треба її дотримуватися.

Таким чином, комунікативні ситуації, що містять порушення вербальних табу, виходячи із загальної методики, представлені наступною моделлю:

Модель 1: висловлювання = порушення комунікативних табу (вербальні, тематичні) => вербальна / невербальна реакція адресата на висловлювання.

Слід також зазначити, що аналіз ненормативної лексики проводиться принципово з урахуванням контексту її вживання, оскільки нормативність/ненормативність одиниць мови не є їхньою постійною та незмінною характеристикою [1]. Наприклад, вживання сленгових, жаргонних або просторічних виразів в одних ситуаціях може бути нормативним і свідчити про належність мовця до певної соціальної групи, а в іншій ситуації може сприйматися співрозмовником як недоречне і навіть образливе, тобто мовна

одиниця набуває статусу ненормативної.

У ході аналізу практичного матеріалу було виявлено, що грубі та нецензурні вирази можуть використовуватися в мові того, хто говорить як із наміром образити, принизити або зганьбити адресата, так і без такого наміру, не маючи при цьому конкретного адресата, з метою підвищити емоційність мови або розрядити внутрішню напругу, виплеснувши негативні емоції.

Поза всяким сумнівом, вживання у мові висловлювань, що містять прямий умисел образити особу є порушенням вербальних табу, а тому є неприпустимим у спілкуванні. У ситуаціях емоційної напруги потенційно можливим є вживання грубих і нецензурних слів і виразів (без наміру образити будь-кого), але, як пишуть О. Баєв, І. Стернін, «це не знімає заборони на її публічне вживання» [1].

Таким чином, до вербальних табу англійської лінгвокультури належать:

1) грубі та нецензурні слова та висловлювання, які містять у своїй семантиці намір того, хто говорить образити особу (явище, предмет);

2) грубі та нецензурні слова та вирази, які не є за змістом образливими для особи (явища, предмета);

3) недоречні мовні формули, використані без урахування статусно-рольових відносин між комунікантами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баев О. Я. О понятиях «неприличная форма высказывания» и «нецензурная лексика». URL: http://sterninia.ru/files/757/4_Izbrannye_nauchnye_publikacii/Lingvokriminalistika/Lingvokriminalistika_Izbrannye_stati_2006-2012.pdf (дата обращения: 03.10.2022).

2. Газизов Р. А. Коммуникативная категория вежливости в немецкой лингвокультуре (ситуативно-стратегический анализ) : монография. Уфа : РИЦ БашГУ, 2011 (а). 340 с.

3. Голованова Е. Ю. Этические запреты и эвфемизация. Коммуникация: этико-лингвистический аспект : монографія ; под ред. Л. А. Азнабаевой. Уфа : РИЦ БашГУ, 2011. С. 370–439.

4. Рутер О. А. Табу в фольклорных поэмах М. Цветаевой: лингвистический аспект : дис. … канд. филол. наук : 10.02.01 / Южный федеральный университет. Р. н. / Д., 2007. 259 с.

Марія Іванова,
здобувач ОС «Магістр» ІІ курсу,
факультет іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Наталія Цимбал,
кандидат філологічних наук, професор,
завідувач кафедри прикладної лінгвістики та журналістики,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

СТРУКТУРА КОНЦЕПТУ *ЦІННОСТІ / VALUES* У БРИТАНСЬКІЙ І АМЕРИКАНСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРАХ

Систему цінностей певного суспільства можна представити як концепт *ЦІННОСТІ / VALUES*, оскільки концепт як ментальне утворення в свідомості індивіда є виходом на концептосферу соціуму, тобто в кінцевому результаті – на культуру, а як одиниця культури концепт є фіксацією колективного досвіду, що стає надбанням індивіда.

Структура концепту *VALUES* містить певну частину складників, які можна назвати універсальними та частину складників, що є культурно маркованими.

Основними складниками концепту *VALUES* у британській лінгвокультурі, виокремленими на основі аналізу British National Corpus, є: ядро концепту – *Family values, Work, Science, Public institutions;* навколоядерна зона – *Private property, Collaboration, Democracy, Success, Money, Consumerism, Rights and duties, Community;* периферія – *Respect / Pride, Freedom, Health, Value(s), Rule of law, Happiness, Market economy, Wealth, Tolerance, Justice, Honesty*.

Базовими складниками концепту *VALUES* в американській лінгвокультурі, встановленими на основі аналізу American National Corpus, постають: ядро концепту – *Action / Work orientation*; навколоядерна зона – *Equality / Egalitarianism, Time and its control, Change, Individual achievement (Status, Success), Materialism / Acquisitiveness*; периферія – *Privacy, Value(s), Self-reliance / Independence, Efficiency, Risk taking, Patriotism, Practicality, Individualism, Competition, Personal control over the environment, Future*

orientation, Directness / Openness / Honesty, American liberalism and capitalism, Informality.

Спільними складниками концепту *VALUES* для представників обох лінгвокультур є: *Work, Patriotism, Freedom / Independence, Materialism (Acquisitiveness) / Consumerism, Individual achievement (Status, Success) / Success, Honesty* (як складник цінності *Directness / Openness / Honesty*) / *Honesty.* Решта виокремлених елементів слугують культурно маркованими для британського й американського суспільств відповідно.

У структурі концепту *VALUES* до ядра входять одиниці, які є спільними для обох лінгвокультур – *Work і Patriotism*, наявність останньої зумовлена типом тексту. Цінності, які належать до індивідуальних, перебувають у периферії концепту, що також зумовлено особливостями масмедійного тексту.

У мультимодальних масмедійних текстах переважають тексти, яким характерна повна кореляція вербальних і невербальних засобів. Значно меншій кількості притаманна їхня часткова та нульова кореляція. Невербальні засоби здатні відігравати провідну роль в інформаційному обміні та можуть виконувати декілька функцій одночасно, зокрема ілюстративну, аргументативну, символічну, медіаманіпулятивну, сатиричну, пізнавальну, культурологічну, валюативну, метафоричну та ін. Невербальні засоби також виступають репрезентантами концепту *VALUES.*

Загалом, традиційно дослідження етнічних концептів, стереотипів, реалій і ключових національних домінант відбувається, здебільшого, на основі вербальних корпусів. Однак існує значна кількість невербальних елементів, які репрезентують американську та британську лінгвокультури. З огляду на це, видається доцільним сфокусувати увагу не лише на перших, але й ураховувати специфіку других, оскільки їх комбінації здатні передавати значно більше інформації саме у взаємодії. Вони не слугують виключно декоративними елементами, а покликані виконувати різні функційні ролі та мають відмінне навантаження, будучи контекстуально залежними й семантично значущими.

Ганна Кичій,
здобувач ОС «Магістр» І курсу,
факультет іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

СОЦІАЛЬНИЙ АСПЕКТ ДИСКУРСИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ АНГЛІЙСЬКОГО ОСОБИСТОГО ІМЕНІ (НА МАТЕРІАЛІ П'ЄСИ БЕРНАРДА ШОУ «ПІГМАЛІОН»)

Дієвим способом сформувати цілісне уявлення про соціальне життя англійського особистого імені є аналіз його використання у літературно-мистецькому контексті, а саме в текстовій палітрі драматичного твору. У якості матеріалу для здійснення дослідження ми обрали п'єсу Бернарда Шоу «Пігмаліон» ("Pygmalion"). Її вибір був зумовлений тим, що в текстовому просторі цього всесвітньовідомого літературного витвору особисте ім'я як об'єкт нашого студіювання використовується у реальних комунікативних ситуаціях.

У дискурсивному просторі художнього твору простежується заздалегідь визначена розстановка англійських особистих імен, які крім функцій номінації, ідентифікації та розрізнення, виконують також певні художньо-стилістичні функції, які слугуватимуть предметом нашого лінгвістичного дослідження. Імена відіграють виняткову роль, уможливлюючи забезпечення авторського відображення творчої індивідуальності, принципів і переконань, а також ставлення до реальної дійсності. Якщо письменник здійснює вдалий вибір імені для героя літературного твору й воно відповідає особливостям національного антропонімікону, то така номінація набуває специфічного семантико-стилістичного навантаження і поглиблює емоційно-художнє враження як від цього способу, так і від усього твору в цілому. Такі імена визначаються як поетичні, або поетоніми (на відміну від реальних імен) [1].

У художньому творі найчастіше на перший план виходить існуюче й усталене в суспільстві конвенціальне уявлення про мовну поведінку та сприйняття людини. Функціональне призначення художнього твору є набагато ширшим. Автор керується такими художніми завданнями – розважання читача, створення інтригуючого, або захоплюючого сюжету, тримання читача в напрузі до

кінця твору тощо. У світлі сказаного, особисте ім'я допомагає усвідомити життя імені в контексті художнього твору, в якому воно конденсує певну інформацію про свого носія, тобто, характеризується певним змістом. Такий зміст може включати такі дані про іменованого: стать, вік, стан у сім'ї та суспільстві, ступінь поваги і теплоти (шанобливості) у відносинах, походження (аристократичне, або простонародне) тощо. Однак така інформація про носія імені є іноді не завжди зрозумілою із контексту твору. Вона стає зрозумілою тільки в тому випадку, якщо здійснювати наукове студіювання цієї проблеми. Необхідним є достатній обсяг фонових знань, які є основою мовного спілкування, та знань вертикального контексту («це філологічна проблема, це питання про те, як і чому той або інший письменник передбачає у своїх читачів здатність сприймати історико-філологічну «інформацію», об'єктивно закладену в створеному ним літературному творі») [1]. Вони збираються додатково для того, щоб зрозуміти чи інтерпретувати ту систему імен, яка спеціально створена автором із наслідуванням запланованих художньо-естетичних цілей.

Крім перерахованих вище компонентів змісту особистого імені воно володіє ще одним – асоціативним, який також відіграє вирішальну роль у творі. Загальновідомим фактом є те, що імена можуть викликати різні асоціації та образи. Така реакція залежить не тільки від етимології імен, а й від того, як вони використовувалися у минулому та використуються у наші дні.

Відомий англійський антропоніміст Л. Данклінг у книзі "First Names First" порівнює особисте ім'я із особою його носія – "a name is a kind of face" [2, с. 11]. На наш погляд, означена точка зору є слушною. Почувши певне ім'я, у нас відразу моделюється певний образ того, хто іменується ним, навіть якщо ми не знаємо цю людину: її зовнішній вигляд, особисті якості тощо. З огляду на це, ми неначе починаємо «бачити» цю людину. Почасти це пов'язано з тим, що ми підсвідомо починаємо згадувати людей, яких ми знали / знаємо і які були / є носіями цих імен. Тим самим, ми моделюємо стереотипний образ носія певного імені. У тій же книзі Л. Данклінг наводить такі приклади: ім'я *Mary* асоціюється зі спокійною людиною, *Edward* – з доброзичливою, *Richard* – з красивою і

приємною, *Joan* – з молодою і красивою, *Barbara* – з чарівною і прекрасною, а *Adrian* – з артистичною [2, с. 12]. Усе це певною мірою відноситься і до поетичних антропонімів.

Ми ставимо за мету – проаналізувати фактори вибору імен. Літературна критика, присвячена творчості Бернарда Шоу є неосяжною, ми беремо до уваги все те, що написано критиками про цих драматургів. У статті Філіпа В. Аллінгема (Philip V. Allingham) "The Naming of Names in Hard Times" наводиться слушна думка про те, що імена, які вибирає автор, корелюють із суспільно-політичною та культурною сферами життя у визначений проміжок часу. З огляду на це, імена персонажів роману Чарльза Діккенса зумовлені загальною соціально-культурною і політичною ситуацією у країні та періодом часу, у який він здійснював багатогранну літературну діяльність. Вибір імен Ч. Діккенсом був свого роду полемічною відповіддю на злободенні економічні, політичні та філософські теорії того часу, що обговорювалися. У нашому випадку ми не можемо брати до уваги дійсну полеміку Б. Шоу з опонентами в сфері естетики, теорії мистецтва і театру тощо. Ми залишаємо ці матеріали за рамками нашого дослідження та обмежуємося власне тими елементами, які підказані самим контекстом.

П'єса Бернарда Шоу «Пігмаліон» (1912) дає можливість проаналізувати аспекти використання особистих імен із метою досягнення запланованого стилістичного ефекту. Одного з героїв звуть *Freddy Eynsford Hill*. У п'єсі чоловіче ім'я *Freddy* використовується тільки в зменшувально-пестливій формі, що говорить про його інтимне і дружнє використання (від повної форми *Frederick* старогерманського походження: *ffidu* – «мир, спокій» + *richi* – «могутній; ватажок»). Зупинимося детальніше на контекстуальному аналізі сфер його дискурсивного використанння:

а) в сімейному колі:

THE DAUGHTER. Well, haven't you got a cab?

FREDDY. There's not one to be had for love or money.

THE MOTHER. Oh, Freddy, there must be one. You can't have tried [4, с. 5];

THE DAUGHTER (...) What on earth is Freddy doing? I shall get pheumonia if I stay in this draught any longer [4, с. 17];

MRS EYNSFORD HILL (introducing). My son Freddy [4, с. 88];

б) в колі знайомих:

LIZA .... Freddy: you don't think I'm a heartless guttersnipe, do you?

FREDDY. Oh no, no, darling: how can you imagine such a thing? You are the loveliest, dearest [4, с. 122–123];

LIZA. Oh, Freddy, a taxi. The very thing.

FREEDY. But damn it, I've no money [4, с. 125].

Крім того, ім'я *Freddy*, зважаючи на велику поширеність та популярність, є знаковим для свого часу. Це виявлялося у тому, що до будь-якого юнака або чоловіка можливо було звернутися – *Freddy*. У цьому випадку відбулося розширення семантичного змісту цього імені, в результаті чого воно метафоризувалось. Це підтверджується наступним прикладом:

FREDDY. Oh, very well: I'll go, I'll go. (He ... comes into collision with a flower girl ..., knocking out her basket out of her hands ...).

THE FLOWER GIRL. Nah then, Freddy: look wh 'y' gowin', deah. (...)

THE MOTHER. How do you know that my son's name is Freddy, pray? (...)

THE FLOWER GIRL. I didn't.

THE MOTHER. I heard you call him by it. Don't try to deceive me.

THE FLOWER GIRL (protesting). Who's trying to deceive you? I called him Freddy or Charlie same you might yourself if you was talking to a stranger and wished to be pleasant» [4, с. 6–9].

У тексті п'єси також зустрічаються інші приклади знакових, метафоризованих імен – *Charlie, Dick* і *Judy* – зі значенням «будь-який чоловік» і «будь-яка жінка» відповідно:

а) *Charlie*:

FREDDY. And left me with a cab on my hands! Damnation!

THE FLOWER GIRL (with grandeur). Never mind, young man. I'm going home in a taxi (She sails off to the cab. The driver puts his hand behind him and holds the door

firmly shut against her. Quite understanding his mistrust, she shows him her handful of money). A taxi fare aint no object to me, Charlie. (He grins and opens the door) [4, с. 26];

б) *Dick*:

HIGGINS. Why don't you shave?

NEPOMMUCK. I have not your imposing appearance, your chin, your brow. Nobody notices me when I shave. Now I am famous: they call me Hairy Faced Dick [4, с. 104];

в) *Judy*:

TAXIMAN. And where's home?

LIZA. Angel Court, Drury Lane, next to Meiklejohn's oil shop.

TAXIMAN. That sounds more like it, Judy.

TAXIMAN. Ever been in a taxi before?

LIZA (with dignity). Hundreds mid thousands of times, young man.

TAXIMAN (laughing at her). Good for you, Judy. Keep the shilling, darling with best love from all at home. Good luck! [4, с. 28].

Той факт, що *Freddy, Charlie, Dick* та *Judy* метафоризувались, достатньо наочно підтверджується існуванням різноманітних фразеологічних зворотів, до складу яких входять повні імена. Вибірка таких фразеологізмів була здійснена на основі використання лексикографічних джерел: "RASpears", "American Idioms Dictionary" (1991); "Longman Dictonary of English Idioms" (1980); О. Кунін «Англо-російський фразеологічний словник» (1984):

а) *Charlie*: *a proper Charley / Charlie* (круглий, повний дурень), *good-time Charlie* (гуляка, гульвіса, марнотратник життя), *turn Charlie* (злякатися, валяти боягуза), *Mr. Charlie* (на негритянському слензі – прізвисько білої людини), *get a harley horse* (викликати спазм, судому руки, або ноги), *Charlie / Charley* (прізвисько нічного сторожа);

б) *Dick*: *(every) Tom, Dick and Harry* (кожен, перший зустрічний; звичайна пересічна людина), *as tight as Dick's hatband* (зав'язаний туго), *spotted Dick* (пудинг із корицею, або родзинками на нутряному жирі);

в) *Freddy*: *blind Freddy* (людина, яку не вдасться обманути), *(even) blind Freddy could (or would) see it / even blind Freddy would not miss it* (це і сліпому зрозуміло); *Fred Bloggs* (пересічна людина; середньостатистичний американець);

г) *Judy*: *Punch and Judy* (традиційна лялькова вистава, її головні діючі особи: горбань Панч із крючковатим носом – втілення оптимізму і Джуді, його дружина, неохайна і негарна); *Judy* (жінка, баба).

Однією із центральних персонажів п'єси є Еліза Дуліттл *(Eliza Doolittle)*, особисте ім'я якої має зменшувальну форму поширеного біблійного імені *Elizabeth* (латинськ. < старогрецьк. < староєврейськ. *Elisheba* – «клятва бога мого»): *Elizabeth* > *Eliza* > *Liza*. Коли Еліза представляється, відповідаючи на питання, як її звуть, вона вживає ім'я *Liza*, з приводу чого в коментарах до п'єси, спеціально зазначається, що ця форма є звичайною простонародною, і має дещо зневажливий відтінок: *Liza: a somewhat vulgar diminutive of "Elizabeth"* [4, с. 38]. У сучасному суспільстві зменшувальна форма *Liza* (так само як і *Eliza*) широко використовується як самостійне ім'я. Відбулося його переосмислення та втрата негативного забарвлення:

HIGGINS. What's your name?

THE FLOWER GIRL. Liza Doolittle.

HIGGINS (declaiming gravely).

Eliza, Elizabeth, Betsy and Bess,

They went to the woods to get a bird's nes:

PICKERING. They found a nest with four eggs in it:

HIGGINS. They took one apiece, and left three in it [4, с. 38–39].

Прикладами означеного явища можуть слугувати імена американської співачки й актриси Лайзи Міннеллі (*Liza Minnelli*, нар. 1946) та англійської актриси Лайзи Годдард (*Liza Goddard*, нар. 1950). У тексті ж професор Хіггінс звертається до Елізи Дуліттл, використовуючи тільки більш благородну форму – *Eliza*:

HIGGINS. Listen, Eliza. I think you said you came in a taxi.

LIZA. Well, what if I did? I've as good a right to take a taxi as anyone else.

HIGGINS. You have, Eliza; and in future you shall have as many taxis as you want. You shall go up Mid down and round the town in a taxi every day. Think of that, Eliza [4, с. 47].

Таким чином, Еліза Дуліттл, називаючи себе *Liza*, не надто високо цінує своє соціальне становище. Для неї звичне таке звернення, це форма сприйняття себе самої. У цьому випадку професор Хіггінс, виконуючи роль учителя і наставника, проводить для неї урок, як треба сприймати себе та і підвищує її соціальний статус через варіативність її імені. Причому це роблять і інші персонажі п'єси, що здійснюють із нею комунікацію:

PICKERING. What is his trade, Eliza?

LIZA. Talking money out of other people's pockets into his own ... [4, с. 73];

PICKERING. Say it, Miss Doolittle. You will understand presently. Do what he tells you; and let him teach you in his own way [4, с. 75].

У наведеному прикладі підвищення соціального статусу здійснюється шляхом використання формальної форми *Miss Doolittle*, тобто, через її родове ім'я і звернення *Miss:*

MRS PEARCE. It's not a copper. This is where we wash ourselves, Eliza, and where I am going to wash you [4, с. 51];

FREDDY (horrified). Eliza, darling. What do you mean? What's the matter?

LIZA. Never mind. It doesn't matter now. There's nobody in the world now but you and me, is there? [4, с. 124].

Ми знаходимо відлуння схожих лінгвістичних процесів у новелі Френсіса Скотта Фіцджеральда «Крижаний палац» ("The Ice Palace", 1920), у якій молода героїня Селлі Керрол Харпер *(Sally Carrol Harper)* родом із півдня Америки (штату Джорджія) знайомиться із юнаком із півночі та приїздить до його сім'ї, щоб ближче познайомитися із майбутніми родичами:

Lastly there was Mrs. Bellany, whom Sally Carrol detested. ... In addition, Mrs. Bellany seemed to typify the town in being innately hostile to strangers. She called Sally Carrol "Sally", and could not be persuaded that the double name was anything more than a tedious ridiculous nickname. To Sally Carrol this shortening of her name was like

presenting her to the public half clothed. She loved "SallyCarrol"; she loathed "Sally" [3, с. 77].

У представленому контексті Селлі Харпер навпаки дуже високо сприймає свій соціальний статус і вважає, що особисте ім'я виконує знакову роль в аспекті ставлення до себе та власної самооцінки. З огляду на це, вона дуже хворобливо реагує, коли до неї звертаються, вживаючи тільки одне ім'я, а не два. Це є прикладом більш високого уявлення про себе, самозавищеної оцінки свого статусу через ім'я і, відповідно, завищеного уявлення про роль імені. Ці два різних приклади з іменами *Liza* і *Sally Carrol* показують, як відбувається заниження та завищення самооцінки людиною самої себе через призму особистого імені. Усе залежить від власного сприйняття людиною самої себе.

Як було відзначено вище, полковник Пікерінг звертається до Елізи Дуліттл використовуючи не тільки ім'я *Eliza*, але й офіційну форму *Miss Doolittle*, демонструючи тим самим ввічливість і чемність у ставленні до неї. Звернення *Miss Doolittle* дивує і захоплює її:

PICKERING. Very clever, Higgins; but not to the present point. (To Eliza). Miss Doolittle –

LIZA (overwhelmed). Ah – ah – ow – oo! [4, с. 48].

І далі наступна ситуація:

LIZA. ... Is not you going to call me Miss Doolittle any more?

PICKERING. I beg your pardon, Miss Doolittle. It was a slip of the tongue.

LIZA. Oh, I don't mind; only it sounded so genteel ... [4, с. 73].

Пізніше Еліза говорить Пікерингу, що саме таке звернення поклало початок її вихованню та освіті. Вона починає вже по-іншому відноситися до власного імені, й відповідно, до сприйняття себе самої через запропоновану форму:

LIZA (continuing). It was just like learning to dance in the fashionable way: there was nothing more than that in it. But do you know what began my real education?

PICKERING. What?

LIZA (stopping her work for a moment). Your calling me Miss Doolittle that day when I first came to Wimpole Street. That was the beginning of self-respect for me ... [4, с. 137].

У кінці п'єси Еліза пропонує полковнику Пікерінгу називати її *Eliza,* при цьому додаючи, щоб професор Хіггінс звертався до неї використовуючи форму *Miss Doolittle* (через його погане ставлення до неї), тим самим через ім'я (у цьому випадку фамільне ім'я із титулом) дистанціюючи себе у ставленні до Хіггінса:

PICKERING. Well, this is really very nice of you, Miss Doolittle.

LIZA. I should like you to call me Eliza, now, if you would.

PICKERING. Thank you, Eliza, of course.

LIZA. And I should like Professor Higgins to call me Miss Doolittle.

HIGGINS, I'll see ou damned first» [4, с. 138].

У тексті «Пігмаліона» ми бачимо, що близькі друзі професор Хіггінс і полковник Пікерінг звертаються один до одного не за особистими іменами, а за фамільними, що не є характерним для сучасного англійськомовного суспільства. Традиція звертатися за прізвищем серед знайомих і близьких друзів у Британії та Америці бере свій початок із XVIII століття. Таке формальне звертання було нормою того часу. У таких ситуаціях особисті імена більше використовувалися простими людьми в звертаннях. Але з 30-х років XX століття у Великобританії, а в Америці ще раніше, форма звернення за фамільним іменем перестає широко застосовуватися, все більше і більше почали віддавати перевагу особистим іменам. Однією із основних причин такої зміни відомий англійський антропоніміст Л. Данклінг називає поступове руйнування суворої класової системи цих країн [2, с. 20–21]. П'єса була написана на початку XX століття, коли традиція звертання за прізвищем серед друзів ще існувала, і Б. Шоу наочно це демонструє:

PICKERING. Excuse the straight question, Higgins. Are you a man of good character where women are concerned» [4, с. 53].

HIGGINS. (...) You know, Pickering, if you consider a shilling, not as a simple shilling, but as a percentage of this girl's income, it works out as fully equivalent to sixty or seventy guineas from a millinaire [4, с. 39].

Крім повної форми фамільного імені *Pickering*, у тексті також застосовується його зменшувальна форма на кшталт усічення особових імен для того, щоб зробити акцент на теплоті і дружності відносин – *Pickering* > *Pick*:

HIGGINS (calling down to Pickering). I say, Pick: lock up, will you? I shan't be going out again» [4, с. 110].

Таким чином, у п'єсі «Пігмаліон» показано різноманітні сторони соціального побутування особистих імен.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бакастова Е. В. Семантизация имени собственного в целом художественном тексте (на материале английского языка) : автореф. дис. … канд. филол. наук. Одесса, 1987. 16 с.
2. Dunkling L. A. First Names First. London, 1977. 276 p.
3. Fitzgerald F. S. Selected Short Stories. M. : Progress Publishers, 1979. 358 p.
4. Shaw G. B. Pygmalion. M. : Foreign Languages Publishing House, 1948. 152 p.

Ольга Кожевнікова,
здобувач ОС «Магістр» ІІ курсу,
факультет іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

СТАНОВЛЕННЯ ГЕНДЕРНОЇ ЛІНГВІСТИКИ ЯК ОКРЕМОЇ НАУКИ

Дослідження, у фокусі яких знаходиться гендер – соціокультурний конструкт, пов'язаний із приписуванням індивіду певних якостей та норм поведінки на основі його біологічної статі – відносно нова галузь гуманітарного знання.

Становлення та інтенсивний розвиток гендерних досліджень у лінгвістиці припадає на останні десятиліття XX століття, що пов'язано зі зміною наукової парадигми у гуманітарних науках під впливом постмодерної філософії. Нове

розуміння процесів категоризації, відмова від визнання об'єктивної істини, інтерес до суб'єктивного, до приватного життя людини, розвиток нових теорій особистості, зокрема теорії соціального конструктивізму, призвели до перегляду наукових принципів вивчення категорій етнічність, вік та стать, які раніше інтерпретувалися як біологічно детерміновані. Новий підхід зажадав і застосування нової термінології, точніше відповідної методологічним установкам дослідників, що і стало причиною введення в науковий опис терміна гендер, покликаного підкреслити суспільно конструйований характер статі, його конвенційність, інституційність та ритуалізованість. Цей підхід природно стимулював вивчення лінгвістичних механізмів прояву гендеру у мові та комунікації. У цьому напрямі підштовхувала вчених і феміністська критика мови, яку ряд дослідників відносить до однієї зі складових постмодерної філософії [1, с. 156].

Визнання пріоритету мови призвело до так званого «лінгвістичного повороту» в гуманітарних науках – історії, соціології, антропології та ін.

У другій половині XX століття поява нових соціально-філософських теорій відбувалася паралельно із демократизацією західного суспільства. Студентська революція 1968 року, активізація фемінізму сприяли прискореному поширенню цілої низки ідей. До них належить і усвідомлення соціально-культурної обумовленості статі. «Новий жіночий рух» у США, який вступив у боротьбу з патріархатом, стимулював наукове осмислення гендерної концепції та значною мірою сприяв її поширенню з метою політичної боротьби. З кінця 60-х років XX століття у мовознавстві (головним чином у США та Німеччині) виникає напрямок, названий феміністською критикою мови, або феміністською лінгвістикою [2, с. 25].

Феміністська лінгвістика розкритикувала мову за її андроцентричність, тобто орієнтованість не на людину взагалі, а на чоловіка. Мова була звинувачена у сексизмі – дискримінації за ознакою статі, яку зазнають жінки. Феміністська лінгвістика відкрито проголошувала свою політичну заангажованість і прагнення не лише розкрити сліди патріархату та сексизм

мови, а й подолати їх, реформувавши мову. В основі міркувань лежала гіпотеза лінгвістичної відносності Сепіра-Уорфа: мова структурує та спрямовує мислення, тому свідомість людини значною мірою визначається особливостями мови. Феміністська лінгвістика запропонувала численні рекомендації щодо реформування мови [3, с. 189].

Алармістський етап поступово змінився більш виваженим підходом. Поряд із вивченням дискримінації жінок у мові виникли інші напрями досліджень: соціолінгвістичний, психолінгвістичний, лінгвокультурологічний напрям вивчення гендеру.

Сьогодні можна говорити про існування власне гендерних досліджень, які вивчають обидві статі, а точніше – процес соціального конструювання відмінностей між статями. Гендер вважається інституціоналізованим та ритуалізованим соціокультурним конструктом – одним із параметрів соціальної ідентичності індивіда. Громадські інститути (армія, школа, церква і т. д.) підтримують відмінності, надають їм статусу норми і інтерпретують як природно обумовлені. Громадські ритуали також створюють гендерну асиметрію – в одязі, повсякденному побуті та символіці. Гендер як продукт культури відображає уявлення народу про жіночність та мужність, зафіксовані у фольклорі, казках, традиціях і, зрозуміло, у мові. У колективній свідомості присутні гендерні стереотипи – спрощені та загострені уявлення про властивості та якості осіб тієї чи іншої статі.

У найзагальнішому плані дослідження гендера у мовознавстві стосується двох груп проблем.

1. Мова і відбиток у ній статі. Мета такого підходу полягає в описі та поясненні того, як маніфестується в мові наявність людей різної статі (досліджуються насамперед номінативна система, лексикон, синтаксис, категорія роду тощо), які оцінки приписуються чоловікам та жінкам та в яких семантичних областях вони найбільш помітно виражені.

2. Мовленнєва і в цілому комунікативна поведінка чоловіків і жінок, де виділяються типові стратегії та тактики, гендерно-специфічний вибір одиниць

лексикону, способи досягнення успіху в комунікації, переваги у виборі лексики, синтаксичних конструкцій і т. д. – тобто специфіка чоловічого та жіночого говоріння.

Це є основні тенденції, що спостерігаються в лінгвістичній гендерології. Між розглянутими напрямками немає чітких меж, що обумовлено міждисциплінарним характером гендерних досліджень. Однак простежується більш чітка спрямованість вивчення гендерних аспектів мови та комунікації, яка надалі може сформуватися в окремі галузі дослідження гендеру.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Сміт С. Постмодернізм та соціальна історія на заході: проблеми та перспективи. *Питання історії.* 1997. № 8. С. 154–161.
2. Labov W. Variation in Language. *The Learning of Language.* National Council of Teachers of Englisch. N. Y., 1971. P. 187–221.
3. Maccoby E., Jacklin C. The Psychology of Sex Differences. Stanford, 1974.

Світлана Куєвда,
здобувач ОС «Магістр» ІІ курсу,
факультет іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ БІБЛІЙНОГО ПОХОДЖЕННЯ ЗАСОБАМИ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

Святе письмо стало вагомим внеском у формування сучасної англійської мови. Біблія короля Якова перевершує лексикографічний продукт Вільяма Шекспіра в Оксфордському словнику, де з Біблії маємо 1545 нових слів, а із праць Шекспіра – 1524. Також в українській мові досі збереглося багато біблеїзмів, які використовували в часи Київської Русі.

Особливості перекладу біблійних одиниць українською вивчали К. С. Кривошеєва, М. В. Мельник, О. С. Миськів, А. А. Сальченко, О. В. Дзера, Ю. А. Мороз та багато інших. Порівнюючи історію перекладів Біблії на українську та англійську мови можна зазначити, що переклад англійською

налічує величезну кількість версій [2]. Це надає можливість кожній людині з її особливостями та неповторним світосприйняттям зрозуміти, про що йдеться в цій книзі.

Святе Письмо було перекладено на англійську та українську мови із давньоєврейської, грецької та арамейської. Давньоєврейська та грецька мови є синтетичні, які граматично синтезуються, використовуючи флексії та формотворчі афікси, що відіграє важливу роль у визначенні типу лексичного зв'язку між словами в мові. Приміром, для перекладу з грецької на аналітичну англійську мову неможливо використовувати дослівний переклад, тому було використано різні методи та техніки перекладу, такі як формальна, функціональна та оптимальна еквівалентності [2]. Деякі перекладачі поєднували методи перекладу та уподібнювали текст до менталітету свого народу задля кращого його розуміння. Завдяки цьому, ймовірно, саме переклад фразеологізмів англійської мови буде актуальним в україномовному середовищі. Використання різних технік дає змогу по-новому зрозуміти біблійні вислови та надати національної автентичності тексту зі Святого Письма задля кращого розуміння. Українська мова поряд із семітськими мовами (давньоєврейською та арамейською) також є синтетичною, тому перекладаючи біблійні фраземи з англійської мови, перекладач має знайти еквівалент фрази, за умови, що її використання в контексті відповідає біблійним текстам [3].

Переклад українською мовою англійських фразеологічних одиниць, що містять два іменники поспіль, здійснюється з огляду на граматичне значення. Скажімо, ідіоматичний вислів *Tower of Babel* перекладається за допомогою прикметника з іменником – *Вавилонське стовпотворіння*, тоді як фразему *by the sweat of one's brow* доцільно відтворювати поєднанням іменників та сполучника – *в поті чола*. Для перекладу ідіоми *the apple of one's eye*, окрім граматичної структури, важливою є особливість її семантики як в англійській, так і в українській мові. Внутрішня форма цієї фразеологічної одиниці акцентує, що зіниця є необхідною для зору. У дослівному перекладі з

англійської мови ця фраза звучить як «яблуко чийогось ока», ймовірним поясненням цього є те, що в давнину зіницю вважали круглим твердим предметом, який можна порівняти з яблуком, але скоріш за все – це просто вплив англосаксонської мови, де слово *arppel* має два значення: «яблуко» та «зіниця».

Серед біблійних фразеологізмів розрізняють первинні та вторинні. Первинні біблеїзми безпосередньо зображують біблійний текст або ситуацію: *love your neighbour as yourself – полюби свого ближнього, як самого себе; a prophet is not without honour, save in his own country – нема пророка у своїй країні; bear your cross – нести свій хрест* та ін. Вторинні фразеологізми представляють певний зміст, який не передає повністю сенс текстів Біблії: *forbidden fruit – заборонена груша солодка; daily bread – хліб щоденний* тощо.

Перекладаючи з англійської мови, крім граматики та семантики, не треба забувати про семантику часу, простору та граматичну категорію роду. В обох мовах часто використовувані біблеїзми набувають більш нейтрального (народного) стилю, наприклад: *beat swords into plowshares – перекувати мечі на рала; a man reaps what he sows – що посієш те й пожнеш; scapegoat – цап відбувайло; wolves in sheep's clothing – вовк в овечій шкурі*.

Значна кількість дослідників вважають, що перекладаючи фразеологізми важливим є осягнути національно-специфічний об'єкт, тобто переклад ідіом потребує знань історії, літератури та національних зворотів, що характерні лише для певної мови. Під час перекладу не можна не враховувати значення місцевості, природи та фауни тієї чи іншої країни, а також ремесла, якими в давнину займалися люди. В українській мові налічується велика кількість сталих виразів саме із такими назвами, наприклад: *метати громи та блискавки; плакуча верба; дістати гарбуза; птах високого польоту; показувати пазури; товкти воду в ступі* [1]. Схожі можна знайти і в англійській мові: *a cat has nine lives; a sly dog; as slippery as an eel; as cunning as a fox; storm in a teacup; the calm before the storm; burn your boats; break new ground*.

Отже, переклад фразеологізмів – це збагачення мови іншомовними фразами та ідіомами. Для цього потрібно використовувати різні семантичні трансформації, а саме: узагальнення або конкретизацію, зміну частин мови та структури речення, модуляцію та антонімічний переклад. Тож контекстуальний переклад, так як і семантика мови, відіграють важливу роль для розуміння іншомовних фразеологічних одиниць.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Словник української мови : в 11 тт. / ред. кол. : І. К. Білодід (гол.) та ін. ; АН УРСР, Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. Київ : Наукова думка, 1970–1980.

2. Compare Bible Verses in All Translations. Bible Study Tools, 2022. URL: https://www.biblestudytools.com/compare-translations

3. Maslennikov I. Proverbs and Phrases of Biblical Origin. *Translation Journal*. 2006. Vol. 10. No. 2. URL: https://translationjournal.net/journal/36proverbs.htm

Оксана Левчук,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри англійської мови та методики її навчання,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Олеся Мельник,
здобувач ОС «Магістр» ІІ курсу,
факультет іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ГРАМАТИЧНИХ ЗАСОБІВ ВИРАЖЕННЯ ФУТУРАЛЬНОГО ЗНАЧЕННЯ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

У сучасних лінгвістичних дослідженнях категорія часу дієслова розглядається не лише як форма відображення об’єктивного часу, а і як засіб мовної експлікації поняттєвої (семантичної, когнітивної) категорії часу. У цьому контексті традиційні бінарні відношення *граматичний час – об’єктивний (фізичний, реальний) час* змінює тріада *онтологічний (істинний, реальний) час – поняттєвий (концептуальний) час – лінгвістичний (мовний) час (темпоральність)* (Н. Д. Арутюнова, О. В. Агрова, С. М. Белякова та ін.) чи відношення *базова когнітивна структура – лінгвістичний час*

(А. В. Кравченко) [1, с. 41]. Особливої уваги заслуговують стилістичний і семантико-прагматичний аспекти вживання висловлень, що мають проспективний характер.

Визначення категорійного статусу майбутнього часу не є однозначним через специфіку обробки свідомістю носіїв мови об'єктивної дійсності за участі певних когнітивних механізмів. На відміну від об'єктивної реальності, мінімально чуттєво сприйманий час відображається у людській свідомості за умов максимальної свободи вираження та яскравого психологічного забарвлення [2, с. 30]. Так як майбутнє не відбувається на наших очах, проспективна дія постає як потенційно можлива, гіпотетична й невизначена. Повідомлення створюється та сприймається як здійсненне, хоча воно лише передбачається, очікується чи планується. Будь-яка майбутня подія розцінюється суб'єктивно, що виявляється у відношенні мовця до майбутньої дії крізь призму волі, емоційного стану, знання довколишньої дійсності та різного роду обставин, які формують своєрідне тло для сприйняття майбутнього.

Однією з найуживаніших конструкцій, що виражають намір та передбачення є *will* + INFINITIVE, яка може вживається у різноманітних контекстах. Серед епістемічних вживань *will* в англійській мові виділяють два типи: центрально-епістемічний та футуральний [3, с. 188]. Перший трактується дослідниками як той, що відноситься до епістемічної модальності і застосується до ситуацій у теперішньому та минулому часі, наприклад: «*From your own experience you* ***will*** *doubtless* ***be aware*** *of the fact that time drags at some moments and at others flies like the wind*». Мовець розмірковує про знання співрозмовників у теперішньому, які отримані на підґрунті їхнього життєвого досвіду. У цьому значенні *will* виступає синонімом до модального дієслова *must,* хоча особливості вживання означених модальних дієслів мають певні відмінності.

Сутність другого типу вживання *will* викликає дискусії серед мовознавців. Прибічники одного погляду вважають конструкції з цією

лексемою показником майбутнього часу (Wekker, Davidsen-Nielsen, Collins), представники іншого – епістемічної модальності (Huddleston, Palmer).

Особливої уваги заслуговує конструкція *shall* + INFINITIVE як засіб референції до майбутнього часу, наприклад: «*Everything you say will be treated in confidence, and I* ***shall not repeat*** *a single word without giving you the opportunity to endorse it, correct it, or withdraw it completely».*

Опрацьований фактичний матеріал засвідчує неможливість футурального вживання *shall* з іншими особами, окрім першої: у випадках поєднання із другою і третьою особами допускається лише модальне прочитання: «*This Decision* ***shall enter*** *into force on 8 July 2006, provided that all the notifications under Article 103(1) of the Agreement have been made to the EEA Joint Committee».*

Аналіз стилістичної приналежності конструкцій з *shall* дозволяє констатувати переважне їх вживання у поєднанні з першою особою в художніх текстах і, рідше, при імітації усного мовлення (субтитри до фільмів). Модальні вживання з формами третьої особи є відмінністю юридичних документів та офіційних текстів. Крім того, необхідно зазначити, що для сучасних публіцистичних текстів англійською мовою вживання *shall* (як у футуральному, так і в модальному значеннях) є найменш характерним.

Особливі стилістичні форми категорії футуральності, так звані футуральні ситуації, передають узагальнений смисл ймовірної дії або події в майбутньому та мають такі ознаки: 1) значення майбутньої перспективної дії, яка характеризується семантикою нейтральної або інтенціональної проспективності, що матиме або не матиме місце в майбутньому; 2) наявність граматичних засобів, що передають футуральність зі значенням бажання або проспективну модальність із відтінками різних значень, що входять до семантики наміру; 3) існування в семантичному значенні однієї чи більше ментальних сфер категорії футуральності (категоричного твердження, гіпотетичності, спонукання тощо).

Підсумовуючи, можна зазначити, що формам майбутнього часу сучасної англійської мови властивий широкий спектр модальних і прагматичних

функцій, що представлені в різних функціональних стилях цієї мови. У кожному стилі мовлення категорія футуральності виконує низку функцій, які здебільшого притаманні окремим різновидам стилів та впливають на функцію власне категорії футуральності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гошилик В. Б. Взаємодія категорій футуральності і модальності в сучасній англійській мові. *Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]. Сер.: Філологічні науки*. 2014. Кн. 1. С. 41–44.

2. Селиванова Е. Е. Футурум в английском языке: понятийная категория и ее языковая репрезентация. *Сб. науч. тр. / Моск. гос. лингв. ун-т.* Москва, 2001. Вып. 460. С. 29–49.

3. Huddleston R. D., Pullum G. K. The Cambridge Grammar of the English Language. Cambridge : Cambridge University Press, 2002. 1842 p.

Катерина Малишевська,
здобувач ОС «Магістр» ІІ курсу,
факультет іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ОСОБЛИВОСТІ ЛЕКСИКОГРАФІЧНОГО ТРАКТУВАННЯ СЕМАНТИКИ КАУЗАТИВНИХ ДІЄСЛІВ-ЗВ'ЯЗОК АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Каузативні дієслова в лінгвістиці активно досліджувалася протягом другої половини XX століття, однак для антропологічної парадигми сьогодення ця проблема досі залишається актуальною, оскільки семантика цих одиниць незмінно пов'язана з людським мисленням і категоризацією життєвого досвіду людини.

Теоретичні аспекти вивчення категорії каузативності та каузативних конструкцій були розроблені насамперед такими вченими як Б. Комрі, В. Недялков, М. Сібатані, Г. Сильницький, Л. Талмі, О. Холодович, В. Храковский, тощо.

Каузативними вважають дієслова, які пов'язані відношенням спричинення. На думку О. Холодович, термін «каузативне дієслово» використовується у двох значеннях: смисловому та формальному. Корпус

каузативних дієслів англійської мови охоплює як одиниці, приналежні до першого типу, так і дієслова, які можуть виражати відношення каузації лише в окремих контекстах.

Найпоширеніші каузативні дієслова англійської мови є багатозначними, серед яких можна зазначити такі як: *let, make, have, get, cause.* Означені дієслова часто помилково вважаються (квазі)синонімічними [1], а тому і взаємозамінними. Проте порівняльний аналіз каузативних конструкцій із цими дієсловами засвідчує, що їхні синтаксичні, семантичні, лексичні та стилістичні характеристики відрізняються. Приміром, дієслово-зв'язка *cause* відрізняється від таких дієслів, як *make* і *have* тим, що за значенням відноситься більше до лексичних каузативів, аніж аналітичних. Це дієслово може виражати як маніпулятивну каузацію, тобто фізичне маніпулювання суб'єкта каузації суб'єктом або об'єктом, що каузується (напр., англ. *John stood the child up. John moved the chair. I didn't make the child stand up, but I caused him to stand up)*, так і директивну каузацію, яку, здебільшого, демонструють такі каузативні дієслова-зв'язки як *let, make, get, have* (напр., *John made Bill move. John got Bill to stand up. John had the child stand up*). Наведені приклади засвідчують, що у контекстах з дієсловами *let, make, get, have* виражається більш специфічне каузативне значення, ніж у реченнях із *cause*.

Розглянемо в якості прикладу лексикографічне тлумачення англійського каузативного дієслова-зв'язки *let.* Лексикографічним критерієм наявності в дефініції семи каузативності є дієслово *allow* або інше синонімічне йому дієслово: 1) *to allow smb. to do smth.* «дозволити комусь зробити щось»; 2) *to allow smth. to happen* «допустити, дозволити відбутися»; 3) *to allow a person or animal to leave a place where they have been kept* «дозволити людині або тварині покинути місце, де їх утримували» [2]. Синонімами дієслова *to let* у каузативному значенні «to afford an opportunity» можуть виступати *allow, permit, admit*; у тлумаченні «to engage the temporary use of (something) for a fee» – *hire, rent, lease, charter* тощо.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що дієслова-зв'язки у складі каузативних конструкцій англійської мови є одним із основних засобів вираження категорії каузативності. Корпус каузативних дієслів у досліджуваній мові містить як формальні дієслова, так і ті, що можуть виражати відношення каузації лише у певних контекстах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Gilquin G. Causative get and have: so close, so different. *Journal of English Linguistics.* 2003. № 31. P. 125–148.

2. Longman Lexicon of Contemporary English / ed. by T. McArthur. Longman Group Limited, 1998. 913 p.

Ірина Назарчук,
здобувач ОС «Магістр» ІІ курсу,
факультет іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

СТРУКТУРНІ МОДЕЛІ КАЛАМБУРУ

Важлива роль реалізації установок на мовну креативність належить стилістичним прийомам і виразним засобам мови, які забезпечують можливості розширення смислового потенціалу тексту, створення багатовимірності зображуваної картини та активації того емоційного впливу, який автор прагне забезпечити, формуючи свій текст. Ціла низка стилістичних прийомів спеціально орієнтована на створення багатозначності й зіткнення різних смислів. До них, зокрема, належить каламбур.

Каламбур як основний вид мовної гри стає одним із центральних об'єктів дослідження у вітчизняному та зарубіжному мовознавстві з другої половини XX століття та залишається ним і понині (О. Земська, Г. Китайгородська, О. Розанова, В. Санников, А. Сковородинніков, Г. Рахимкулова, О. Ронен, Н. Арутюнова, Н. Голев, С. Іллясова та ін.). Лінгвістичній природі каламбуру та механізмам його утворення, у свою чергу, присвячено наразі мало досліджень, з-поміж яких особливу увагу привертають роботи Ю. Щербини, В. Санникова, О. Осіна, А. Сковородиннікова, С. Михейкіної, А. Москвина.

Каламбур реалізується і в художньому, і в газетному, і в публіцистичному дискурсах, але особливої ваги він набуває в медійних заголовках, де виконує ряд стилістичних функцій. Каламбур привертає увагу потенційного читача до змісту статті за рахунок нестандартної форми заголовка та в компресованій формі передає необхідну інформацію про тематику та ідеї статті. Він також здатний задавати необхідний тон оповіді та викликати почуття естетичного задоволення у реципієнта в момент, коли той співвідносить широкий контекст статті із заголовком та встановлює наявність каламбуру.

Каламбур і схожі з ним стилістичні явища при їх реалізації в англомовних медійних заголовках утворюють різні за лексичною і граматичною структурами словосполучення. Проведене нами дослідження дозволило виділити чотири ключові структурні моделі каламбуру: каламбур на основі слова (у тому числі складного), на основі слова у складі вільного словосполучення, на основі фразеологічної одиниці [3]. Крім того, було виділено одну стилістичну модель: на основі конвергенції з іншим та/або іншими стилістичними прийомами. Під моделлю у нашій роботі, за Т. Медведєвою, ми розуміємо «штучно створений лінгвістом реальний чи уявний засіб, що відтворює та імітує своєю поведінкою (зазвичай у спрощеному вигляді) поведінку будь-якого іншого («справжнього») засобу (оригіналу) з лінгвістичною метою» [1, с. 4]. Безперечно, всі виділені нами моделі є мовними. При цьому, як і будь-яка мовна модель, кожна з виділених нами структур перетворюється на мовну одиницю, коли автор використовує адекватне «лексичне наповнення, яке реалізує потенціал мовної моделі» [2, с. 13].

Дані проведеного аналізу свідчать, що найпоширеніша модель реалізується у випадках, коли каламбур утворюється із урахуванням фразеологічної одиниці, чий семантичний статус зазнає значних змін у результаті актуалізації різних механізмів авторської мовної гри.

Прикладом реалізації каламбуру на основі слова служить заголовок статті «Canada Goose ducks Chinese boycott» із The Times від 1 січня 2021 р. У цьому заголовку лексема *duck* актуалізується у значенні «уникати», що вказує на

обговорюване в тексті статті відкриття в Китаї бутика канадського бренду з виробництва зимового одягу Canada Goose, яке відбулося незважаючи на заклики китайської влади бойкотувати канадські магазини.

Прикладом реалізації каламбуру на основі слова у складі вільного словосполучення служить заголовок статті Rainbows and clouds із журналу The Economist від 6 липня 2021 р., який будується на обіграванні лексеми *rainbows* у складі словосполучення *rainbows and clouds*. Стаття присвячена питанню підготовки гей-параду в Лондоні і певним конфліктам між чоловіками і жінками. Відповідно, *rainbows* у такому контексті можна розуміти і як метафору «*райдуги примирення*», і як метонімічне посилання до «ЛГБТ-спільноти», чиїм символом і є веселка.

Як приклад для ілюстрації каламбуру, утвореного на основі фразеологічної одиниці розглянемо заголовок статті The Economist від 17 березня 2020 року «Monkey business». Заголовок статті натякає на тематику повідомлення: у тексті йдеться про спалах лихоманки у Бразилії.

Щодо каламбуру на основі конвергенції з іншим та/або іншими стилістичними прийомами, то як показало проведене нами дослідження, каламбур, як правило, будується на обіграванні значень окремого слова чи слова у складі словосполучення, вільного чи стійкого. Однак для досягнення яскравого стилістичного ефекту автори також нерідко поєднують цей прийом із іншими. Зазначимо, що конвергенції каламбуру поєднані з іншими стилістичними прийомами можуть бути як простими (включають лише один прийом, крім каламбуру), так і складними (включають більше ніж два прийоми). Найбільш частотними або, інакше кажучи, продуктивними з виділених нами моделей є конвергенції каламбуру з такими стилістичними прийомами як антитеза, алюзія, гра слів, оксюморон, а також конвергенції за участю морфологічних трансформацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Медведева Т. Н. Формальные модели в лингвистике. Саратов : ИЦ «Наука»,

2010. 58 с.
2. Солганик Г. Я. Основы лингвистики речи. М. : Издательство Московского университета, 2010. 128 с.
3. Шмелёва С. Модели каламбура. *Вестн. Моск. гос. лингвист. ун-та. Сер. Языкознание.* 2017. Вып. 10 (783). С. 77–87. URL: http://libranet.linguanet.ru/prk/Vest/10_783.pdf (дата обращения: 7.08.2022).

Алла Паладьєва,
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри теорії та практики іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ВАРІАТИВНЕ ВИРАЖЕННЯ ТАКТИК У СТРАТЕГІЧНІЙ ЛІНІЇ ОПОЗИЦІЇ АНГЛІЙСЬКОМОВНОГО ДИСКУРСУ ПЕРЕГОВОРІВ

Оскільки об’єктом нашого лінгвістичного пошуку є текстовий простір англійськомовного дискурсу переговорів, а предметом – варіативне вираження тактик у стратегічній лінії опозиції ми вважаємо за доцільне доповнити загальноприйняту класифікацію комунікативних стратегій (за підходом С. Дацюка [2]) стратегією опозиції (конфліктною). У світлі означеного, пропонуємо розглядати її у якості автономної, оскільки навіть незважаючи на те, що опозиція не є конструктивною та сенсоутворюючою лінгвістичною категорією, вона відіграє вирішальну роль у моделюванні реакційної (несиметричної із точки зору сенсу) структури комунікації.

З одного боку, конфлікт є штучним в аспекті сутності самих переговорів, метою яких є досягнення згоди чи конвенції. З іншого – вербальна суперечка часто передує переговорному процесу. З огляду на це, необхідно детальніше розглянути сутність цього явища, описати можливі варіанти виходу з конфліктної ситуації та вирішення проблем у рамках досліджуваного дискурсивного типу.

Науковці А. Анцупов та А. Шипілов пропонують таке визначення конфлікту: «Під конфліктом розуміється найбільш гострий спосіб вирішення значущих протиріч, що виникають у процесі взаємодії та полягають у протидії суб’єктів конфлікту й супроводжуються негативними емоціями» [1, с. 8].

Під окресленим терміном ми розуміємо ситуацію, у якій відбувається: зіткнення двох сторін (учасників конфлікту) стосовно розбіжності інтересів, цілей і поглядів, унаслідок якого одна зі сторін свідомо та активно шкодить іншій (фізично, або вербально), натомість протилежна сторона, усвідомлюючи, що зазначені дії спрямовані проти її інтересів, здійснює дії у відповідь проти іншого учасника.

На наш погляд, у природі конфлікту поєднуються та розвиваються внутрішні (психологічні, особистісні) та зовнішні (соціальні) фактори у системі складного порядку.

До зовнішніх факторів, що регулюють мовленнєву поведінку, відносять: традиції та норми, що сформувалися у певній етнокультурній спільноті, професійній групі, до якої відносяться комуніканти; конвенції, прийняті у цьому соціумі; схеми комунікативної поведінки, які стали соціально значущими та засвоєні особистістю; виконання комунікантами соціальних ролей, що визначаються їхнім статусом, професією, національною приналежністю, рівнем освіти, віковими параметрами, мотивами, інтенціями, установками та поглядами [3].

Причиною виникнення конфліктних ситуацій можуть бути такі: несумісність особистісних якостей комунікантів, неузгодженість їхніх дій, порушення процесів вербалізації та розуміння, негативні обставини спілкування, невідповідність комунікативних та практичних цілей [4].

Дослідники зазначають, що ситуація конфлікту може розвиватися за двома можливими варіантами:

1) конструктивна конфліктна ситуація передбачає сприятливий результат розвитку конфлікту. Використовуючи різні регулятивні засоби, комуніканти стають на шлях взаємної згоди, а сама вербальна взаємодія стає стандартною та кооперативною;

2) деструктивна конфліктна ситуація моделює несприятливий результат взаємодії, тобто, комуніканти не знаходять, або не бажають знайти прийнятний

вихід, що часто призводить до комунікативної невдачі та/або припинення інтеракції.

Конфлікти дедалі частіше оцінюються із протилежних позицій. З одного боку, конфлікт сприймається як засіб розвитку об’єкта, його автономного руху, усунення особливостей учасника, які негативно впливають на його існування; у такому разі конфліктний стан є показником життєдіяльності об’єкта й оцінюється як необхідний та бажаний фактор, основна мета його вивчення полягає у пошуку способів поведінки в цій ситуації.

З іншого боку, конфлікт сприймається як суперечність, що знаходить відлуння унаслідок відповідних закономірностей, правил поведінки чи розвитку подій. Така мовленнєва взаємодія оцінюється як недолік та негативне явище, основною метою вивчення конфліктної ситуації є її подолання чи уникнення. Комунікативні конфлікти здебільшого руйнують саму систему взаємодії перетворюючи її у неефективну.

Під предметом конфлікту зазвичай розуміють об’єктивно існуючу чи уявну проблему, яка є його причиною (проблеми: влада, першість, володіння певними цінностями тощо); під об’єктом – будь-який конкретний елемент матеріального світу чи соціальної реальності, який стає точкою особистих, групових, громадських чи державних інтересів, тобто, породжує предмет конфлікту. Щоб стати об’єктом конфлікту, цей елемент повинен опинитися на перетині інтересів різних суб’єктів, які прагнуть його контролювати.

Одним із завдань учасників переговорів є, на наш погляд, перетворення конфлікту на конструктивну форму, яка сприятиме виявленню важливих проблем і формуватиме відкриті та довірчі відносини.

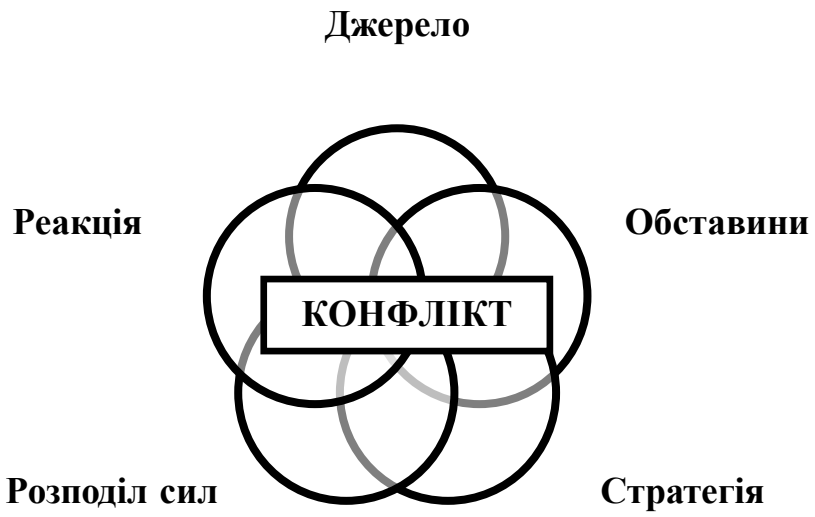

Рис. 1. П'ять взаємозалежних категорій конфлікту

Загальний процес урегулювання конфлікту може бути осмисленим крізь призму категорій п'яти взаємозалежних питань, які ми узагальнили та візуалізували за допомогою рис. 1. До спектру окреслених питань відносять: **джерело конфлікту, обставини, розподіл сил, реакцію, стратегію.** Уважаємо за доцільне розглянути детальніше кожну категорію.

1) Джерело конфлікту. У процесі переговорів сторони мають різні цінності, переконання, несумісні цілі та пріоритети, протилежні методології, інтерпретації подій у поєднанні з невідповідністю ресурсів, очікувань щодо цін та витрат, фонових знань та рівнів влади. Першочерговим завданням постає точне визначення джерела конфлікту та його типу. Необхідно дати відповідь на запитання, в основі якого – хто є учасником конфлікту, якими є взаємно несумісні інтереси сторін. Важливо також ідентифікувати рівень формулювання причини конфлікту та чи існує інше приховане джерело.

2) Обставини конфлікту стосуються його історії, можливого впливу культурних чинників та корпоративної культури, спрямованої на його врегулювання. Наскрізними є відповіді на такі запитання: Який ступінь залежності сторін?; Наскільки серйозним є конфлікт щодо залучених сторін та

компаній, які вони представляють загалом?; Що можна дізнатися із цього конфлікту, що може бути порівняльною перевагою сторони?

3) Розподіл сил.

Існує чимало факторів, які впливають на баланс сил, а саме:

- *час:* одна зі сторін може бути обмеженою у часі з огляду на встановлені терміни. Отже, необхідно визначити, яка сторона висловлює зацікавленість в оперативному укладанні угоди та що вона втратить у разі затягування переговорів;
- *гроші:* одна зі сторін втрачає фінансовий капітал, інша – здобуває. Потрібно з'ясувати, яка зі сторін має необхідний капітал і якими є інвестиції;
- *знання та вміння:* необхідно дізнатися, яка зі сторін є більш досвідченою та володіє високим рівнем компетенції у сфері виробництва, проблемній галузі, у володінні стратегіями та тактиками переговорів, знанні культурних особливостей;
- *інформація:* Яка інформація доступна кожній із сторін?; Як ця інформація буде подана?;
- *влада:* Хто має повноваження ухвалювати рішення?; Які можливі способи використання статусу та положення для впливу на перебіг переговорів?;
- *легітимність:* На чиєму боці моральні принципи та/або закон?;
- *зв'язку:* Яка зі сторін має найбільш впливові зв'язки у процесі комунікативної взаємодії?

На переважну частину питань, що стосуються розподілу сил, ми можемо надати об'єктивну відповідь – наприклад, хто має більше фінансових ресурсів для фінансування проєкту.

Під час переговорів зазвичай спостерігається розподіл сил, тобто, джерела влади розподілені між двома сторонами. Необхідно лише знати, яка сторона матиме перевагу та яким чином силова розстановка може вплинути на управління конфліктом та досягнення згоди.

4) Реакція. Як сторони ставляться до конфлікту – зі злістю, страхом, наснагою, схвально чи роздратовано? Як вони відгукуються одна про одну? Лінгвістичні особливості дискурсу уможливлюють з'ясування природи та рівня конфлікту. Наскільки можливо, що сторони зможуть сісти за стіл переговорів? Що потрібно зробити, щоб не концентруватися на особистостях та перейти до вирішення реальних справ?

5) Стратегія. Існує п'ять тактик виходу з конфлікту – боротьба, згладжування, ухиляння, торг та вирішення проблем. Ймовірно, на різних стадіях напружених переговорів можуть бути застосовані неідентичні тактики. Для використання ефективної тактики необхідним є урахування фактору часу.

На основі проаналізованих фрагментів дискурсу з автентичних лінгвістичних джерел [5; 6; 7; 8; 9; 10], проаналізуємо реалізацію тактик у стратегічній лінії опозиції.

Застосування ***тактики боротьби*** зазвичай призводить до того, що сторона отримує перемогу. Більшість переговорників оцінюють її як нетипову та приписують її іншим, однак вона може бути ефективною у таких ситуаціях:

- адаптація до вимог протилежної сторони є неможливою;
- відсутність часу для вирішення конфлікту та досягнення мети;
- відстоювання власних умов у тому разі, коли довгострокові відносини не становлять предмет інтересу.

У цілому, ***тактика згладжування*** може розглядатися як програшна, інколи вона уособлює блеф. Проаналізуємо репліку: *I'm really looking out for your interests, not mine!* Метою використання є тимчасове згладжування конфлікту з метою отримання додаткового часу для перепочинку. Тактика може бути корисною, якщо кожна зі сторін прагне зберегти партнерські відносини; одна сторона може, або прагне пристосовуватися; інша – наділена владними повноваженнями та має більше комунікативного досвіду.

Використовуючи ***тактику ухиляння***, одна зі сторін уникає розгляду спірних питань говорячи: *Let's not deal with the differences.* Вона використовується, коли питання не є вирішальним, при цьому сторона не може

поступитися, оскільки відмінності є потенційно непереборними. З огляду на це, відкрите спілкування є неможливим.

Тактика торгу передбачає визнання інтересів іншою стороною та прагнення укладання угоди за виграшними умовами на основі спільних інтересів. Вона має переваги у тому випадку, коли метою не є перемога чи обмеження у часі. Ефективний торг може допомогти сторонам вибудувати міцні відносини та, зрештою, вирішити проблеми. Застосування тактики є можливим, коли:

- обидві сторони вважають, що їхні відносини є важливими;
- вони готові йти на поступки;
- мають у власному розпорядженні достатню кількість часу.

Тактика вирішення проблем передбачає бажання працювати разом та розробляти нові рішення, із якими можуть погодитися учасники переговорного процесу. Її використовують, коли для обох сторін важливим є збереження відносин та досягнення запланованих цілей.

Отже, при реалізації палітри тактик стратегії опозиції наскрізним є осмислення істинних намірів учасників переговорного процесу по відношенню до конфліктної ситуації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анцупов А. Я., Шипилов А. И. Конфликтология. М., 1999. 250 с.
2. Дацюк С. Коммуникативные стратегии. Проэкт сетевого журнала «XYZ», 2003. URL: http://www.xyz.ua/datsjuk/communicative_strategy/ (дата обращения: 02.10.2022).
3. Третьякова В. С. Конфликт глазами лингвиста. URL: http://dere.ru/ (дата обращения: 02.10.2022).
4. Deutsch M. Social psychology's contributions to the study of conflict resolution. *Negotiation Journal*. 2002. P. 307–320.
5. Hollett V. Business Objectives : Student's Book. Oxford : Oxford University Press, 1998. 191 p.
6. Hollett V. Business Opportunities : Student's Book. Oxford : Oxford University Press, 1995. 192 p.
7. Howe B. Visitron: The Language of Meetings and Negotiations : Handbook. 1989.
8. Lannon M., Tullis G., Trappe T. Insights into Business (Nelson Business English). 1993.
9. O'Connor P., Pilbeam A., Scott-Barrett F. Negotiating. Longman, 1996. 96 p.
10. Powell M. Business Matters: Students' Book: the Business Course with a Lexical Approach: Intermediate / Upper Intermediate. Language Teaching Publications, 1996. 144 p.

Алла Підкуйко,
здобувач ОС «Магістр» ІІ курсу,
факультет іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

СТИЛІСТИЧНИЙ АСПЕКТ ВІДТВОРЕННЯ АНГЛОМОВНИХ ПІСЕНЬ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Наш світ дуже багатогранний та різноманітний. Всесвітня культура включає в собі значну кількість культур та діалектів багатьох країн. Кожна культура – унікальна і має свій набір аспектів: народ, традиції, звичаї, історію та духовність. Проте, у наш час, англійська культура є найбільш популярною серед молоді і дорослих людей у всьому світі.

Сьогодні є безліч труднощів з перекладом, адже перекладач не просто повинен передавати загальний сенс вихідного тексту. Очевидно, що все залежить від функціонального стилю оригіналу: якщо це науковий текст, то головне завдання – відтворити зміст, а при перекладі художнього тексту важливо ще й зберегти форму. Саме тут важливу роль відіграє стилістичний аспект. Варто зазначити, що стилістичний аспект перекладу – це правильний підбір лексико-граматичних засобів відповідно до загальної функціонально-комунікативної спрямованості оригіналу, з урахуванням існуючих норм мови, якою робиться переклад [1, с. 12].

Техніка перекладу пісень – одна з найбільш складних, оскільки переклад – це літературний процес, який вимагає великих творчих зусиль. Наприклад, перекладачу потрібно одночасне глибоке знання мови, почуття ритму, мислення поета і знання соціокультурних аспектів мови перекладу [2]. В процесі роботи з текстом віршований переклад має свої особливості та методи передачі інформації.

В останнє десятиліття в сучасній лінгвістиці дослідженням особливостей пісенного тексту приділяли увагу Е. Анісімова, Н. Валгіна, Ю. Караулов; особливості та труднощі перекладу у своїх працях описували В. Карп, Д. Пацулакі; лінгвостилістичний та лінгвокультурний аспекти пісень вивчали Ю. Плотницький та Д. Крістал.

Сучасна англомовна пісня сформувалася в 1980-х роках, що відомі своїми контркультурними тенденціями. В текстах пісні з'явилися теми соціального характеру: самотність, протест проти війни і прогресивність техніки, індивідуальне самовдосконалення, конфлікт поколінь [3, с. 217].

В аналізі фонетичних характеристик текстів потрібно враховувати звукову організацію художнього тексту, звукову гармонію, милозвучність, звукові повтори – алітерація, асонанс, звуконаслідування, звуковий символізм. Під час роботи з лексикою розглядаються стилістично забарвлені слова, засоби художньої образотворчості: омоніми, синоніми, антоніми, пароніми, архаїзми, історизм, неологізми. У пісенних текстах використовується величезна кількість стилістичних мовних засобів. Вони використовуються сучасними співаками для забарвлення пісень та мелодійного чи ритмічного звучання пісні.

На прикладі пісень популярних виконавців ми з'ясували використання таких стилістичних засобів, як:

- скорочення: *You know I love ya, did I ever tell ya? – Ти знаєш, що я тебе кохаю, я коли-небудь казав це тобі?)* (Ed Sheeran and Justin Bieber «I Don't Care»);
- метафори: *A fallen star – падаюча зірка, the perfect thing to say – найкраще про, що можна говорити* (Michael Buble «Everything)»; *sweet divide – солодка розлука, a heavy truth – важка правда* (Selena Gomez ft. Marshmello «Wolves»);
- порівняння: *I'll worship like a dog at the shrine of your lies – І я немов пес буду віддано служити в твоєму храмі брехні* (Hozier «Take Me To Church»);
- гіпербола: *I died a hundred times – Я вмирав сто разів* (Back to Black «Amy Winehouse»), *Killing me softly with his song – Вбиває мене ніжно своєю піснею* (Roberta Flack «Killing Me Softly»);
- сленг: *Cause I'm out in the club and I'm sipping that bubb – Бо я у клубі, і я випиваю* (Lady Gaga «Telephone»).

Більше того, в англомовних піснях наявні стилістичні фонетичні засоби, які використовуються для створення мелодійності, серед них: алітерація, асонанс та інші. Прикладом алітерації є повторення звуку «s» в рядках пісні «Sound of silence» Dami Im:

*Now my heart awake**s** – І зараз моє **с**ерце*

*to the **s**ound of **s**ilen**c**e – прокидається під **ш**ум ти**ш**і.*

Наступний стилістичний фонетичний засіб – асонанс прослідковується у рядках пісні Billie Eilish ft. Khalid «Lovely», тут повторюється звук «ai»:

*Even if it takes all n**i**ght or a hundred years – Нав**і**ть якщо на це п**і**де вся н**і**ч або сотн**і** рок**і**в,*

*Need a place to h**i**de, but I can't f**i**nd one near – Мен**і** потр**і**бно укриття, але я не можу знайти жодного поруч.*

Отже, на прикладі зробленого аналізу можемо стверджувати, що стилістичний аспект – це важлива частина роботи перекладача при перекладі та відтворенні англомовних пісень українською мовою. Усі зазначені стилістичні явища використовуються для створення певного настрою пісні, мелодійності та інтенсивності фраз. Правильне відтворення стилістичних засобів дозволить отримати краще розуміння слухачем не тільки змісту пісні, а й почуттів, емоцій, які переживає та ділиться із слухачами автор.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арнольд І. В. Стилістика. Сучасна англійська мова. Підручник для ВНЗ-4-е вид., випр. та доп. М. : Флінта : Наука, 2002. 384 с.
2. Колісник О. С., Жукова Л. В. Особливості перекладу текстів іноземних пісень. URL: http://www.rusnauka.com/40_NNM_2015/Philologia/6_201818.doc.htm
3. Коломієць Л. В. Концептуально-методологічні засади сучасного українського поетичного перекладу (на матеріалі перекладів з англійської, ірландської та американської поезії) : монографія. К. : КНУ, 2004. 522 с.

Володимир Поцелуйко,
здобувач ОС «Магістр» ІІ курсу,
факультет іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ ВИВЧЕННЯ МОВИ НАУКИ В СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

Основні положення щодо вивчення лексико-семантичної системи мови, елементом якої є термін, викладено у працях Ю.Д. Апресяна, С.О. Карцевського, Д.М. Шмельова, Г.А. Уфімцевої та ін. Дефініція поняття "лексико-семантична система" має дискусійний характер, що відображає особливості підходів у представників різних наукових шкіл. Але на сучасному етапі загальновизнаним є розуміння лексико-семантичної системи як утворення (підсистеми мови), що визначається на основі смислових відношень лексичних одиниць, своєрідних типів їх угруповань та характеру взаємодії між ними (лексична парадигматика), а також з елементами інших підсистем мови, у яких знаходять вираження результати семантичного варіювання словесних знаків (лексична синтагматика). Термін як вербальний виразник наукових понять залучений до загальної системно-структурної організації мови, хоч має і певну специфіку, зумовлену його функцією в науковому дискурсі.

Важливим є висвітлення основних теоретичних проблем вивчення лексики мови науки в сучасній лінгвістиці: стратифікація лексики, дефініція лінгвістичного поняття *термін*, розмежування термінології і номенклатури, склад і сутність диференційних ознак термінологічної лексики тощо.

Насамперед у процесі добору матеріалу для дослідження виникає прикладна проблема стратифікації лексики мови науки. У складі лексики мови науки виділяються три шари: загальновживана, загальнонаукова і термінологічна лексика.

Загальновживана лексика не виражає поняття певної галузі знань, вона є лексичним фоном, який оформляє науковий текст. Проте загальновживана лексика у складі текстів певної тематики має семантичні ознаки, співвідносні з загальним семантичним навантаженням лексики конкретної предметної галузі.

Загальнонаукова лексика представляє поняття, загальні для всіх наук.

У складі *термінологічної лексики* можна виділити власне галузеву термінологію (напр.: митної справи, біології, еконміки тощо), а також термінологію суміжних наук, яка використовується для опису явищ певної предметної галузі, але без зміни того значення, яке є актуальним для терміносистеми-донора. Термінологічна лексика є номінативним виразником категоріально-поняттєвого апарату певної науки, основним інформативним шаром лексики мови науки.

Однак для ідентифікації лексичних одиниць, які виявляють чи не виявляють ознак терміна, необхідно враховувати багатозначність слів, адже одна лексема може зустрічатися в текстах як у загальнонауковому (загальновживаному), так і в термінологічному значенні (напр.: *синтез* як загальнонаукове слово і *синтез* як термін хімії). Від правильної ідентифікації лексичних одиниць наукового тексту залежить успіх термінологічної роботи, саме тому стратифікація лексики мови науки кваліфікується як проблема термінознавства.

У поглядах мовознавців на склад і сутність термінів спостерігається розбіжність через абсолютизацію однієї властивості, обмеженість аналізу лише мовою однієї певної науки, категоричність і неприпустимість компромісних, дихотомічних трактувань тощо. У нашій роботі визначено такий склад диференційних ознак терміна: системність; тенденція до однозначності в межах термінологічного поля; відсутність експресії; наявність точної дефініції; стилістична нейтральність.

Загалом для ефективної термінологічної роботи термінолог повинен знати структуру і систему мови взагалі; знати предметну галузь, володіти системою понять; розуміти системний характер лексики певної галузі; визначити принципи і методи опрацювання термінологічної лексики конкретної галузі науки; координувати свою роботу на міжгалузевому рівні.

Валентина Савка,
здобувач ОС «Магістр» ІІ курсу,
факультет іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ПРАГМАТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТЕКСТУ АНГЛОМОВНОГО ВЕБ-БРАУЗЕРУ

У сучасній лінгвістиці однією з найважливіших є проблема функціонування мови у різних соціальних та технологічних сферах, у тому числі у сфері інформаційних технологій, стрімкий розвиток яких наприкінці XX століття визначив перспективу формування інформаційного суспільства у XXI столітті.

У нашому дослідженні ми відокремлюємо поняття «веб-браузер», що означає один із видів прикладного програмного забезпечення (далі ПЗ) від поняття «веб-браузер» як мовленнєвий жанр, що реалізується у комп'ютерно-опосередкованому інструктивному тексті, орієнтованому на взаємодію розробників ПЗ та користувачів персональних комп'ютерів з метою надання останнім доступу до інформаційних ресурсів Інтернету.

Для опису жанрових характеристик тексту англомовного веб-браузеру ми використовуємо комунікативно-функціональну модель.

Ця модель включає такі жанроутворюючі характеристики, як: комунікативна мета; відправник; одержувач; ініціатор взаємодії; зворотний зв'язок між учасниками взаємодії; повідомлення; мовні засоби, які використовуються при створенні повідомлення.

Комунікативна мета є важливою характеристикою мовного жанру і може бути сформульована на підставі виділення переважної функції взаємодії розробників та користувачів за допомогою тексту.

За комунікативною метою, згідно з типами мовних жанрів (інформативні, імперативні, етикетні, оціночні) за Т. Шмільовою, мовний жанр «веб-браузер» має характеристики інформативного та імперативного жанру [1, с. 62].

Комунікативна мета аналізованого мовного жанру полягає у повідомленні користувачеві інформації, необхідної йому для роботи з цим видом

прикладного ПЗ. Крім того, для ефективної роботи з веб-браузером користувач може отримати інструкції про виконання певних дій. Наприклад, інформація про особливості веб-браузеру Safari повідомляється користувачеві в розділі Learn about features.

У розділі Help браузера Internet Explorer користувач може отримати наступну інформацію: *Get started > Tips and tricks > Security & privacy > Settings >About Internet Explorer.*

Для того, щоб користуватися веб-браузером Safari автоматично, слід виконати такі інструкції: *Make Safari your default web browser. Choose Apple menu > System Preferences, then click General. Click the "Default web browser" pop-up menu and choose Safari.*

Відправник та одержувач.

Джерелом тексту веб-браузеру є розробники, укладачі технічної документації та професіонали-юристи. Розробники, відповідно до очікувань користувачів дають назви пунктам меню інтерфейсу користувача. Упорядники технічної документації, завдання яких полягає в тому, щоб донести до масового користувача складну технічну інформацію точно, доступно та коротко, розробляють довідкові тексти. Професіонали-юристи розробляють розділи Terms of Service (Умови надання послуг), Privacy Policy (Приватність), Legal Notices (Юридична інформація).

Починаючи з конструювання тексту веб-браузера, розробники, технічні працівники та професіонали-юристи визначають:

1. Цілі та завдання повідомлення (інформування, інструктування).

2. Тип мовної поведінки (звернення до користувачів; залучення уваги користувачів, наприклад, до повідомлення про помилку у разі збою в роботі веб-браузеру тощо).

3. Ставлення до повідомлення, його оцінку (або відсутність такої) за допомогою використання відповідних мовних засобів.

4. Акценти тексту веб-браузеру, які можуть відображатися, наприклад, у персоналізованому, дружньому зверненні до користувачів [2, с. 186].

Ініціатор взаємодії та зворотний зв'язок.

Розробники, випускаючи веб-браузер на ринок, ініціюють взаємодію із користувачами. Користувачі, підписуючи угоду про умови використання веб-браузеру, мають можливість активно впливати на зміст і подання тексту веб-браузеру. Наприклад, після прочитання довідкових текстів у розділі Firefox Help користувачам пропонується позитивно чи негативно відповісти на запитання: *Was this article helpful?*

Думки та коментарі користувачів враховуються розробниками під час випуску оновлень.

Зворотний зв'язок реалізується також у використанні, наприклад, у меню інтерфейсу веб-браузеру імперативних форм. У меню інтерфейсу веб-браузеру Google Chrome використовуються такі імперативні форми: *Print. Find. Edit.*

Щоб отримати інформацію про роботу веб-браузеру Internet Explorer, потрібно вибрати опцію *Get started*. Далі користувач отримує інструкцію про можливі дії.

Імперативні форми як засіб реалізації зворотного зв'язку між розробниками та користувачами також використовуються у довідкових тестах: …*Open Internet Explorer, select the Tools button, and then select Internet options.*

Таким чином, ця характеристика показує, що для мовного жанру веб-браузер важливі попередній і наступний етапи взаємодії між користувачами і розробниками.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шмелёва Т. В. Модель речевого жанра. *Жанры речи*. Саратов : Издательство Саратовского университета, 1997. Вып. 1. С. 88–98.

2. Шурлина О. В. Конститутивные составляющие текста программного обеспечения. *Филологические науки. Вопросы теории и практики.* Тамбов : Грамота, 2016. № 12. С. 186–190.

Тамара Скала,
здобувач ОС «Магістр» ІІ курсу,
факультет іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВВІЧЛИВОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ АМЕРИКАНСЬКОГО ДІЛОВОГО ЧОЛОВІКА

Спілкування з погляду лінгвістики – це комунікація, що здійснюється за певними правилами. У середині XX століття лінгвістика збагатилася теорією мовної комунікації, у фокусі уваги якої виявилися принципи успішного збагачення, встановлення на досягнення комунікативних цілей, відмінність прямих та непрямих учасників спілкування (В. Богданов, В. Кашкін, Г. Почепцов, І. Сусов, Р. Якобсон та ін).

Ділове спілкування є особливою формою взаємодії людей у процесі певного виду трудової діяльності, яка сприяє встановленню відносин партнерства між керівниками та підлеглими, між колегами, створює умови для продуктивної співпраці задля досягнення значних цілей, забезпечуючи успіх спільної справи [3]. Питання ділового спілкування, якими займаються багато дослідників є необхідною частиною людського життя, важливим видом взаємодії з іншими людьми (І. Браїм, О. Гудіна, Ж. Данкел, Є. Малюга, А. Панфілов, П. Пост, О. Потапова, Є. Скавінська, Л. Столяренко, М. Чеховських та ін.).

Слід зазначити, що ввічлива поведінка комуніканта-чоловіка зумовлена його становищем в організації, що впливає на вербальну складову його мови [2, с. 108]. При аналізі вербальних засобів ситуацій ввічливого ділового спілкування дуже важливо приділити увагу розгляду лексичних одиниць. Для детальнішого аналізу нами було обрано сцени з американських художніх фільмів, у яких комуніканти налаштовані позитивно, а їх комунікативні інтенції збігаються [1, с. 7].

Виокремлено такі лексичні особливості ввічливої поведінки чоловіків:

- наявність привітання та звернення, що базуються на мовних етикетних формулах (***Hi, Jules?*** *I'm Ben, your new intern* (The Intern, 2015));

- представлення себе при першій зустрічі (найчастіше використовуються конструкції *my name is* або *I am*);

- використання обов'язкових формул подяки *thank you, thanks, my pleasure ;*

- використання дієслова *to appreciate*, яке у різних ситуаціях має різний відтінок;

- використання мовної етикетної формули *to be honest (Uh,* ***to be honest****, I'm not much of baseball fan* (Spotlight, 2015)*);*

- вербальне вираження позитивних емоцій за допомогою дієслівних етикетних кліше *to be delighted, to be proud of, to be glad ma to look forward;*

- використання прислівників із суфіксом -ly: (*originally, typically, necessarily, particularly, technically, apparently, really, terribly, exactly*), (*How long does that* ***typically*** *take?* (Spotlight, 2015));

- використання термінології із сфер: журналістики (*readership, classified business, readers, local paper, to report on, to check the clips*) як основної, юриспруденції (*attorney, victim,* синоніми *to abuse і to molest, lawyer, to go through, court, to sue, to lift the seal, case, investigation*) і релігії (*priest, parish, Cardinal, church, archdiocese, catechism*) як супутньої лексики.

До граматичних особливостей ввічливої поведінки чоловіків відносимо:

- активне використання при ввічливому діловому спілкуванні Present Continuous у запитальних речень і Present Perfect у розповідних (*What'****re*** *you* ***working*** *on now?* (Spotlight, 2015));

- часте використання майбутнього часу (*I'****ll wait*** *to hear from you* (The Intern, 2015);

- вживання пасивного стану (***Are*** *you* ***involved*** *with the charity?* (Spotlight, 2015)) та модальних дієслів, які мають мотивуючу функцію (*Fair enough. I just think that we* ***can*** *do better* (Spotlight, 2015));

- використання директивних мовних актів (***Get to*** *work!* (The

Internship, 2013)).

Отже, основними проявами ввічливої мови американського ділового чоловіка є вживання мовних етикетних формул, а також вербальне вираження «гри на підвищення» за допомогою дієслівних форм. Особливий інтерес представляє прояв ввічливості шляхом використання непрямих мовних актів та директивних мовних актів нейтрального характеру.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бигунова Н. А. Иллокутивные функции речевых актов положительной оценки (на материале англоязычного художественного дискурса). *Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта*. 2013. Вып. 2. С. 7–13.

2. Глущенко О. О. Вивчення гендерних особливостей мовлення в історичному аспекті. *Наукові праці. Філологія. Літературознавство*. Том 70. Випуск 57. Видання ЧДУ імені Петра Могили, 2007. С. 108–109.

3. Дорошенко С. М. Ґендерні особливості спілкування. URL: http://www.rusnauka.com/4_SND_2012/Philologia /8_100640.doc.htm (дата звернення: 06.07.2022).

Діана Степанюк,
здобувач ОС «Магістр» ІІ курсу,
факультет іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

РОЛЬ АБСТРАКТНИХ ІМЕННИКІВ У МОВЛЕННІ

У даному дослідженні здійснено вивчення абстрактних іменників у мовленні на матеріалі художньої літератури. За основу було взято твір Дж. Гарріс «Джентльмени та гравці». У книзі описується приватна школа Сент-Освальд, школа з глибокими традиціями класичної освіти, де навчаються хлопчики із забезпечених сімей. Їм, їхнім учителям і системі освіти та цінностей протиставлена державна школа «Сонячний берег».

Впродовж усієї оповіді автор зіштовхує представників двох протилежних верств суспільства, розкриваючи для читачів особливості їхньої культури та світогляду, зокрема через їхню мову.

У фокусі дослідження були два персонажі. Рой Стрейтлі – викладач латини в школі «Сент-Освальд», який пропрацював там майже 30 років, людина, яка живе традиціями й цінностями школи та привілейованого класу, який вона представляє. З іншого боку – Джон Снайд батько антагоніста Роя Стрейтлі – Аноніма. Це представник робітничого класу з низькооплачуваною роботою. Він належить до тих людей, кого учні приватної школи називають *"toerags", "proles", "rabble"* ("обшарпанці", "босяки", "шпана").

Статистично мовлення героїв представлене нерівномірно, Рой Стрейтлі – один із головних персонажів, чиє мовлення, а також думки читач може бачити в книжці, тоді як Джон Снайд з'являється в оповіданні нерегулярно. Проте, порівнюючи мовлення цих двох персонажів, різниця в частоті вживання абстрактних іменників очевидна. Мова Роя Стрейтлі наповнена абстрактною лексикою, вона з'являється під час внутрішніх монологів героя, у його репліках, звернених до колег, учнів, їхніх батьків. Водночас у всій книжці Джон Снайд вживає всього шість абстрактних іменників *(try, hug, harm, chance, school, life).* Така явна відмінність дає змогу автору підкреслити різницю між соціолектами вищого і нижчого класів.

Необхідно зазначити, що для мовлення Джона Снайда загалом характерна велика кількість незакінчених і еліптичних речень, знеціненої лексики, повторів:

"Geddout of it!"... "You boys, there! You fucking boys!"

"You can't mean it. Paris, a good school, a new life..."

Порівнюючи його репліки з промовою інших персонажів, можна помітити, що незакінчені речення і повтори використані героєм ненавмисно, йому бракує красномовства, запасу слів, чіткості думки, щоб сформулювати, що він хоче висловити. У репліках представників вищих класів (як дорослих - вчителів і батьків, так і юних учнів) недомовленість навпаки використовується як риторичний засіб.

Якщо в репліках Джона Снайда абстрактних субстантивів мало, половину з них *(chance, school, life)* можна віднести до найчастіших слів низького ступеня

абстрактності, то в мовленні Роя Стрейтлі – понад 700 лексичних одиниць, які можна розділити на низку семантичних груп. Розглянемо ці групи детальніше.

На відміну від значної за розміром вибірки слів, що позначають сенсорно-смакове сприйняття, у корпусі, список лексем цієї групи, відібраний у мовленні Роя Стрейтлі, включає близько десяти одиниць: *smell, sight, sound, silence, noise, quiet, warmth, crescendo, laughter, drone, lull.* При цьому більшість слів позначають звуки (або їхню відсутність).

Значно частіше в мовленні одного з головних героїв трапляються абстрактні імена, що позначають інтелектуальні дії або явища:

Дія	**Якість**	**Явище**
reckoning	omniscience	insight
concession	knowledge	attention
Influence	wisdom	suspicions
revisions	incompetence	fixation
thought		idea
objection		reason
recollection		truth
doubt		priority

Найчисленнішу групу в мовленні Роя Стрейтлі утворює лексика, що позначає емоційний стан людини. Так само як іменники групи "емоції", відібрані на матеріалі корпусу, ці субстантиви можна поділити на позитивні й негативні, а також виокремити слова, що позначають внутрішній стан людини *(pride, fascination, sorrow, foreboding)*, та емоції й дії, спрямовані на зовнішні умови й інших людей *(sympathy, neglect, victimization, gratitude, annoyance).*

У мовленні вчителя приватної школи також можна виділити групу іменників, що позначають риси характеру *(eccentricities, patience, charisma, mood, humour, intellect, compassion, sense, temper, dignity, pride, endurance, facetiousness, composure, cynicism, supremacy, frankness, politeness).*

Цю лексико-семантичну групу можна назвати перехідною: з одного боку, лексеми, що входять до неї, позначають характеристики особистості (інтелектуальні, вольові або емоційні), з іншого, формують уявлення про значущі норми поведінки та етичні цінності суспільства.

Звертаючись до матеріалу художньої літератури, важливість тих чи інших етичних цінностей можна вивести не лише з частоти вживання того чи іншого слова, а й з їх обговорення. У книжці «Джентльмени та гравці» цінностям вищого класу та принципам закритих приватних шкіл приділена особлива увага; часто у своїх рішеннях герої книжки керуються не стільки правилами та законодавством, скільки законами честі й традицій школи. Серед таких етичних концептів можна відзначити: *order, privacy, privilege, discipline, tradition (*та їхні порушення – *disgrace, rumour, scandal).*

Отже, у художній літературі мовлення героя використовується як засіб створення його образу, тому набір лексем у мовленні Роя Стрейтлі, представника вищого середнього класу, перевищує словниковий запас абстрактної лексики і є більш різноманітним порівняно з мовленням героїв, які представляють інші класи. Для подальшої роботи вважаємо за доцільне здійснити порівняльний аналіз досліджень абстрактних іменників, проведених на основі художнього твору та корпусу

Олена Таярані Бехтері,
здобувач ОС «Магістр» ІІ курсу,
факультет іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

СПЕЦИФІКА ЛІНГВОКУЛЬТУРНИХ КОНЦЕПТІВ

Лінгвокультурний концепт лежить в індивідуальній чи колективній свідомості. Саме у свідомості відбувається взаємодія мови та культури, тому будь-яке лінгвокультурне дослідження одночасно є когнітивним дослідженням. Концепт є осередком культури в ментальному світі людини. Культурний

концепт розуміється як ментальна сутність, що має ім’я в мові та структурує культурно-національне уявлення людини про світ.

Концепти є носіями культурної пам’яті народу та зумовлені культурними парадигмами й змінами культурних кодів. Серед концептів, які відіграють найважливішу роль у відповідній культурі, виокремлюють: константи культури, телеономні концепти (смисложиттєві) та культурні домінанти. Константи культури є сконцентрованим вираженням своєрідностей певної етнолінгвокультури; телеономні концепти уособлюють найвищі людські цінності; культурні домінанти частково перетинаються з константами культури, але акцентують соціально-групові цінності.

Зміст лінгвокультурного концепту складається з трьох компонентів: поняттєвого, образного та ціннісного. Поняттєва складова концепту включає його мовну фіксацію, позначення, опис, структуру ознак, дефініцію, зіставні характеристики концепту відносно до тих чи інших концептів. Образна складова концепту складається із зорових, слухових, тактильних, смакових тощо характеристик предметів, подій, відображених у пам'яті, це релевантні ознаки практичного знання. Образна складова концепту формується когнітивними метафорами, що підтримують концепт у мовній свідомості. Оскільки концепт є одиницею культури, його центром завжди виступає цінність. Саме наявність ціннісної складової відрізняє культурний концепт від інших ментальних одиниць, якими оперує сучасна наука, наприклад, когнітивний концепт, фрейм, сценарій, скрипт, архетип, гештальт, мнема, понятійна категорія тощо.

Сукупність концептів, що аналізуються в аспекті цінностей, утворюють ціннісну картину світу. Питання вербалізації лінгвокультурного концепту не є до кінця вивченим у сучасній лінгвістиці. Різниця в підході до визначення сутності концепту полягає в характері об’єктивації змісту, але розкрити та описати когнітивні структури свідомості можна лише через їхню матеріалізацію в культурі, через такий універсальний код як мова.

Лінгвокультурний концепт у мовній свідомості представлений як багатомірна сітка значень, які виражаються лексичними, фразеологічними, пареміологічними одиницями, прецедентними текстами, етикетними формулами, а також тактиками мовленнєвої поведінки, що відображають фрагменти соціального життя, які постійно повторюються.

Мовний знак представляє концепт у мові та в мовленні. Слово, як і будь-яка інша номінація, є ключем, який відкриває для людини концепт як одиницю розумової діяльності. Структура семантичних ознак значення слова відбиває основу структури концепту. Наявність мовного вираження для концепту, його регулярна вербалізація підтримують концепт у стабільному, стійкому стані, роблять його загальновідомим.

Аналіз засобів вербалізації концептів дозволяє реконструювати їх та їхні ціннісні компоненти. Іншими словами, дослідження засобів мовної організації текстів певної лінгвокультури створює можливості реконструкції її загальних цінностей та ціннісних домінант. Співвідношення будь-якого концепту більш ніж з однією лексичною одиницею, тобто з планом вираження усієї лексико-семантичної парадигми його імені, дозволяє представити його у вигляді концептуального поля (концептополя), що збігається за змістом з семантичним.

Отже, за визначенням, концептосфера культури охоплює весь набір ментальних уявлень щодо устрою світу, відображеного вербальними формами з чітко вираженою етнокультурною домінантою.

Анна Шарпіло,
здобувач ОС «Магістр» І курсу,
факультет іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЕМОЦІЙНИХ КОНЦЕПЦІЙ В АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ

Сучасне мовознавство можна охарактеризувати підвищенням ролі антропометричних, культурних і когнітивних підходів до вивчення мови, яка є

першоджерелом знань щодо концептуальних структур свідомості. Поняття реалізовуються за допомогою слів, фраз, висловлювань і текстів. У зв'язку з цим перевага надається багатозначним стрижневим словам, що можуть описувати складні поняття та формують мовну свідомість. Такі слова, як правило, виступають у ролі концептів. В англомовній літературі використовується поняття також поняття «когнітивна категорія», прослідковується певна кореляція з метафорою та метонімією [3, с. 20].

Дослідники не мають спільної думки щодо визначення поняття «концепт» та розглядають його у різних площинах. Але концепти можна охарактеризувати тим, що вони слугують основою для словотворення, є уособленням найважливіших понять народу, посідають центральне місце в лексико-тематичних групах, таким чином виступаючи частиною мовної картини світу. Тому можна стверджувати, що «концепт» є також поняттям лінгвокультурології.

Особливого значення у лінгвістичних студіях набуває поняття «емоційний концепт», що є універсальним ментальним конструктом, який базується на емоціях мовця. Стан, який виражає концепт, як правило, вербалізується у відповідності до національно-специфічних мовних та культурних норм і правил.

Серед останніх досліджень спостерігається підвищений інтерес лінгвістів до вивчення емоційної сфери мовної особистості. Згідно з цим, емоції відіграють важливу роль у розвитку емотивності у мові. Саме когнітивна лінгвістика підтвердила тезу про те, що кожна емоція має свій концептуальну оболонку.

Емоційні концепти – це почуттєві концепти. У лінгвістичних дослідженнях важливим є їх лексична інтерпретація. В когнітивній лінгвістиці дискурс розглядається як «контекст», що виступає когнітивною репрезентацією ітерації між різними концептами [3, с. 58].

Як метод дослідження концептів, використовується концептуальний аналіз, який передбачає моделювання й опис концептів.

Огляд статей з когнітивістики останніх років засвідчує, що до найбільш вживаних емоційних концептів в англійському дискурсі входять такі номінанти: «HEART», «HAPPINESS», «LOVE», «BELIEF», «BEAUTY».

Підсумовуючи, слід зазначити, що емоційні концепти в англійській мові здебільшого вербалізується через конотативно навантажені лексичні одиниці для створення атмосфери, необхідної для певного виду дискурсу. Викликаючи певне відчуття, лексичні одиниці є фіксованими та пов'язаними з подіями, які гарантують стале сприйняття виду мовлення широким загалом. Таким чином, емоційні концепти слугують інструментом поширення і закріплення в індивідуальній та масовій свідомості та стають частиною національної ментальності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Розвод Е. В. Вербалізація концепту SUN: лінгвокультурний аспект (на матеріалі американського варіанта англійської мови) : дис. … канд. філол. наук : 10.02.04. Луцьк, 2017. 263 с.

2. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підручник. Полтава : Довкілля-К, 2008. 712 с.

3. Ungerer F. An Introduction to Cognitive Linguistics / F. Ungerer, H. J. Schmid. London and New York : Longman, 2006. 396 p.

Тамара Шевченко,
здобувач ОС «Магістр» ІІ курсу,
факультет іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені ПавлаТичини

МОВНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ГЕНДЕРУ

Проблема специфіки обирання мовних засобів для висловлювання чоловіками та жінками досить актуальна (адже на сьогодні в науковій літературі трапляються припущення, що чоловіки та жінки послуговуються різними мовними засобами у подібних комунікативних ситуаціях), а також нагальна проблема «чоловічого» та «жіночого» бачення гендерних проблем.

Поряд з цим постає проблема – прояви гендерної дискримінації у мові (сексизм). Найчастіше прояви сексизму в мові трапляються через бажання особи підкреслити важливість своєї соціальної статі. Тому сучасні феміністки розглядають мовну семантику як інструмент підтримання соціальної нерівності статей, досліджуючи, як вербальна та невербальна комунікація допомагає зберегти традиційні бар'єри між статями, як люди використовують лінгвістичні ресурси, щоб створити гендерну диференціацію.

Гендер – це причина того, що чоловіки та жінки по-різному використовують мову («я говорю таким чином, тому що я жінка/чоловік»). На сучасному етапі гендерних досліджень питання ставиться по-іншому: чоловіки та жінки використовують мову таким чином, і не інакше, для того, щоб бути адекватно сприйнятим(ою) представниками протилежної статі.

Відповідно, змінюються запитання, які ставлять собі лінгвісти. Зокрема, нині не ставиться запитання: «Як говорять чоловіки та жінки?». Проблема формулюється по-іншому: «Які види мовних ресурсів люди використовують або можуть використати, щоб представити себе як певний тип чоловіка чи жінки». Запитання «Як говорять чоловіки про жінок?» формулюється також по-новому: «Які типи лінгвістичних практик виражають та підтримують певні гендерні ідеології та норми?».

Передвиборчі дискурсивні практики дають численні приклади мовних маніпуляцій з опорою на гендерні стереотипи як складової дискурсивних стратегій агітації/дискредитації. У кандидатів-чоловіків апеляція до гендеру з метою апології, як правило, відтворює домінантний стереотип чоловічності та чоловічої сили, причому принижується протилежна стать, їй висуваються високі вимоги: «…жінка, яка хоче бути лідером, повинна не лише вміти боротися, вона має пройти певний вишкіл і самовідданою працею довести вміння вирішувати проблеми громади».

У виступах жінок експлуатується гендерний стереотип чоловічої агресивності та жіночності; «чоловіча» політика позиціонується як груба і аморальна. Стратегія дискредитації в передвиборчому дискурсі демонструє

гендерну асиметрію. Вказівка на стать може бути використана політичними противниками жінки-кандидата як маркер невідповідності «чоловічій ролі» політичного лідера.

В основі мовного конструювання гендеру лежить співвіднесеність мовних форм з гендерними уявленнями (асоціаціями, стереотипами), які є частиною універсуму представників певної культури. Конструювання гендеру у всіх видах соціальної практики має свою специфіку, наприклад, у передвиборчому дискурсі гендер – необхідна складова іміджу-проектування, в межах якого створення «чоловічності» або «жіночності» стає «товаром», який призначений для певного споживача. Роль мови при цьому не обмежується спілкуванням у вузькому значенні слова (прийом-передача інформації) або збереження та передача знань.

Мовна репрезентація гендеру розглядається у двох основних напрямах: здійснення репрезентації гендеру в мові за рахунок «дзеркального» його (гендеру) відображення за допомогою лінгвістичних ресурсів чи останні самі конструюють гендер, другий напрям – існування таких феноменів, як «чоловіча мова» та «жіноча мова».

Імпліцитне припущення про те, що чоловіки та жінки є бінарною суперечністю, що мова виступає символічним відображенням цієї опозиції, є глибоко проблематичним з точки зору мови, з точки зору гендеру.

Нині більшість учених вважають, що існує діалектичний зв’язок між мовою та соціумом. У цьому зв’язку, без сумніву, експліковано гендерний аспект. Для розуміння гендеру варто враховувати соціокультурний фон. Це зумовлено тим, що гендер є «емічною» характеристикою, тобто пов’язаний із проявами особливого в поведінці, зокрема уявлення про чоловічність та жіночність суттєво відрізняються в різних культурах, що призводить до варіативності норм мовленнєвої поведінки чоловіків та жінок.

Отже, гендер можна кваліфікувати як контекстуальну змінну. Виходячи з цього, зрозуміло, чому «існує незначна кількість узагальнень, як можуть бути зроблені формальні, структурні аспекти мови однієї статі як протилежність

мови іншої статі» [3, с. 8–25]. Таке припущення можна зробити з того, що маскулінність та фемінність (чоловічність та жіночність) насправді не протилежні, а діалектично взаємопов'язані категорії.

Мова – не просто дзеркало гендеру, вона допомагає конституювати його, не будучи незмінним станом буття людини. Гендер – це певний набір практик, дій, він виконується людьми в різних ситуаціях по-різному. Об'єктом дослідження повинен бути писемний, візуальний текст, лінгвістичні ресурси в цілому, які аналогічно, як гендерні конструкти, не є сталими, а змінні.

Гендерні значення, які асоціюються з певними лінгвістичними ресурсами, не виступають атрибутами мови. Це пояснюється тим, що, по-перше, для чоловіків та для жінок можливими є одні і ті ж самі дії, проте, вони оцінюються по-різному, зокрема: боротьба за рівну оплату, за рівну працю. По-друге, гендерні значення мовних засобів форми вираження цих значень можуть змінюватися, наприклад, лайливі вислови та сленг, які традиційно вважалися чоловічим лінгвістичним простором. Вони не розглядаються як маскулінний спосіб мислення, тому що жінки використовують такі форми також, особливо нині.

Реалізація чоловіками та жінками гендерних ролей передбачає використання мовних засобів, які сприймаються ними як призначені для їх гендерної групи, наприклад, «дві статі носять одяг, який відповідає гендерним експектаціям» [2, с. 23]. Аналогічно чоловіки та жінки відбирають мовні засоби відповідно до «правила статі».

Ось тому, незважаючи на тимчасовий контекст, манера мовлення або манера одягатися асоціюється з певною статтю. У цьому сенсі бінарна опозиція, яка асоціюється з маскулінністю та фемінністю, абсолютно реальна та доречна при обговоренні гендерної мовної поведінки. Отже, чоловіки намагаються спілкуватися такою мовою, яку вони вважають типовою для чоловіків, а жінки намагаються говорити в такій манері, яку вони розглядають як типову для жінок, обидві статі уникатимуть тієї мовної поведінки, яка не типова для їхньої статі. Аналізуючи мовну репрезентацію гендеру, головним

завданням є розуміння гендеру як безперервного процесу продукування соціумом відмінностей у чоловічих та жіночих ролях, ментальних та емоційних характеристиках у мовній поведінці зокрема.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bucholtz M. Geek the girl: language, femininity and female nerds. *Gender and Belief Systems :* Proceedings of Berkeley Women and Language Conference. Berkeley : Berkeley Women and Language Group, 1996. P. 119–131.
2. Cameron D. Performing Gender Identity: Young Men's Talk and the Construction of Heterosexual Masculinity. *Language and Masculinityhnson.*1997. P. 45–63.
3. Johnson S. Theorizing Language and Masculinity: A Feminist Perspective. *Language and Masculinity*. 1997.

РОМАНСЬКІ МОВИ У СУЧАСНОМУ ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ СВІТІ: КОЛО ПРОБЛЕМ, ЗДОБУТКИ, ДОСЛІДНИЦЬКІ ПЕРСПЕКТИВИ

Анастасія Головатюк,
здобувач ОС «Магістр» ІІ курсу,
факультет іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ТИПОЛОГІЯ ФРАНЦУЗЬКИХ КОМЕРЦІЙНИХ ЛИСТІВ

Постановка проблеми. Сучасний стан розвитку суспільства в Україні пов'язаний з модернізацією економіки й торгівельно-ринкових відносин, прагненням нашої держави стати частиною Європейського Союзу. В умовах ділових контактів, які постійно розширюються, особливої ваги набуває вивчення текстів ділової документації й кореспонденції, особливо країн-членів ЄС, серед яких першорядне місце займає Франція. **Актуальність** теми дослідження визначається необхідністю детального опису французької комерційної кореспонденції, зокрема її класифікації й функціонально-стильових характеристик.

Аналіз останніх джерел і публікацій свідчить, що питання типології ділових листів вивчали М. Брус, М. Зубков, О. Карпенко, С. Шевчук, М. Дені.

Мета статті – розглянути класифікацію комерційних листів сучасної французької мови.

Виклад основного матеріалу. Ділові листи є одним із жанрів офіційно-ділового стилю й слугують «засобом спілкування з установами та приватними особами» [4, с. 48]. Традиційним є поділ ділових листів на дві великі групи: офіційні й власне ділові, або комерційні [2, с. 94]. Ця типологія зумовлена загальноприйнятими традиціями й нормами ділового листування, її критеріями є: 1) денотат листа, тобто подія, факт, предмет, що має професійну, комерційну значущість; 2) адресат і адресант листа як носії певного соціально-професійного статусу; 3) офіційний стиль викладу, стандартний характер мовних і графічних засобів вираження [5, с. 85–110].

Так, лист вважається офіційним, якщо адресатом або адресантом є

державна організація / установа, благодійна організація, приватна організація / компанія, громадська організація або особи, що їх представляють [1, с. 50] Комерційним є лист, якщо адресат чи адресант є торгівельними, виробничими приватними або державними компаніями / організаціями, або особи, що їх представляють, а денотатом листа є купівля-продаж, інформація про ціни, пропозиції товарів і послуг і т. ін.

М. Зубков класифікує ділові листи за функціональною ознакою: 1) листи, що потребують відповіді; 2) листи, що не потребують відповіді [2, с. 95]. До першої групи належать листи-запити, листи-прохання, листи-пропозиції, листи-звернення, листи-вимоги. У другій групі об'єднані листи-відповіді, листи-попередження, листи-розпорядження, листи-відмови, листи-нагадування, листи-подяки, листи-підтвердження, листи-запрошення, комерційні, супровідні, гарантійні, рекламні, рекомендаційні, інформаційні листи [2].

За кількістю адресатів ділові листи поділяють на звичайні (надсилають на одну адресу), циркулярні (надсилають керівною установою до своїх структурних підрозділів, філій) та колективні (від імені кількох організацій або підприємств) [5, с. 85].

О. Карпенко пропонує класифікувати ділові листи за змістом та призначенням і виділяє такі типи:

1) ініціативний лист – висловлює прохання, пропозицію, запит;

2) лист-відповідь (залежить від ініціативного, оскільки містить рішення з приводу поставленого запитання);

3) супровідний лист (інформує адресата про документи, додані до листа);

4) лист-запрошення (пропозиція адресатові взяти участь у запланованому заході);

5) інформаційний лист (повідомлення адресатові про факт або захід);

6) рекламний лист (опис рекламованих послуг або товарів);

7) лист-підтвердження (повідомлення про одержання відправлення або чинність якого-небудь документа);

8) лист-нагадування (указівка про термін певного зобов'язання або

проведення заходу);

9) гарантійний лист (забезпечення виконання певних зобов'язань) [3, с. 43–47].

На нашу думку, пошук критеріїв типології французьких ділових листів потрібно вести з урахуванням їхнього комунікативно-прагматичного аспекту, який представляє мовну / мовленнєву реалізацію прагматичної мети автора. Комерційний лист може бути і засобом впливу на адресата, і результатом цього впливу, він виконує певну комунікативно-прагматичну функцію, яку ми розуміємо як типову конвенціональну мовленнєву реалізацію прагматичної мети автора, зумовлену нормами соціально-функціональної сфери. Загальною прагматичною метою автора є вплив на адресата, а мовні засоби, які добираються для її досягнення, формують ту чи ту комунікативно-прагматичну функцію листа, яка й дозволяє адресату інтерпретувати ділові листи, наприклад, як прохання, вимогу, скаргу або вибачення. Відповідно французькі комерційні листи можна класифікувати так: 1) інформативний лист, що містить повідомлення про реальний стан справ з певним ступенем відповідальності автора за істинність свого повідомлення; 2) спонукальний лист, що містить спонукання до зміни реального стану справ, дій, учинків; 3) інформативно-спонукальний лист, що поєднує повідомлення про реальний стан справ зі спонуканням до його зміни; 4) декларативний лист, що установлює відповідність між повідомленням і дійсним станом справ; 5) експресивний лист, що виражає емоційно-психологічний стан автора, викликаний реальним станом справ; 6) лист-реагування, що виражає ставлення автора до здійсненого на нього впливу.

До французької комерційної кореспонденції належать листи, якими обмінюються продавець (vendeur) і покупець (acheteur) в ході здійснення комерційної угоди. Схема листування варіюється залежно від простоти / складності замовлення, наявності / відсутності проблем при поставці й урегулюванні рахунків. Базовою при цьому є така схема: 1) запит покупця (appel d'offre) → 2) оферта (offre) → 3) замовлення (commande) → 4)

повідомлення про одержання замовлення (accusé de réception de la commande) → 5) підтвердження замовлення (confirmation de la commande) за доставлений товар (facture) → 6) рахунок-фактура (facture); → 7) підтвердження оплати (renvoi de règlement) [6].

Схема може змінюватися, якщо:

1. Ініціатором угоди є продавець, який розсилає потенційним клієнтам листи з інформацією про товари й послуги (lettre de vente). У цьому разі схема листування починається з другої ланки.

2. Покупця не влаштовують умови замовлення, тоді четверта ланка схеми буде більш розгорнутою, включаючи зміну замовлення (modification de la commande) і повідомлення про отримання замовлення на альтернативних умовах (accusé de réception de la commande avec litige).

3. На рівні отримання замовлення продавцем в ході угоди можуть виникнути проблеми з визначенням умов виконання замовлення і власне його виконання. У цьому разі листування між замовником і постачальником може бути достатньо тривалим і включати більшу кількість листів.

4. Після поставки товару й виписки рахунка-фактури з боку покупця може наступити рекламація, пов’язана з помилкою при поставці або неправильному нарахуванні оплати (можливий наслідок порушення загальноприйнятої інформативної й комунікативної організації листа), а також із затримкою виконання замовлення, і, таким чином, між шостою і сьомою ланкою схеми може з’явитися проміжна «рекламаційна» ланка листування. Листування на цьому етапі також може бути достатньо розгорнутим залежно від значущості допущених помилок, а також обґрунтованості пред’явлених претензій. Можна виділити дві групи таких листів: 1) рекламації з боку покупця й листи-відповіді постачальника; 2) листи продавця, адресовані недобросовісному покупцю, з нагадуванням про необхідність термінової оплати виконаного замовлення (premier rappel de règlement, deuxième rappel de règlement, mise en demeure).

5. Досить нечасто можуть виникнути проблеми після відправлення

покупцем підтвердження оплати виконаного замовлення (недбало або неправильно заповнений чек, неплатоспроможний вексель і т. ін.).

Отже, типологія ділових листів може бути різною залежно від призначення, кількості учасників, змісту, комунікативно-прагматичної функції. Французька комерційна кореспонденція – це письмовий діалог між покупцем в продавцем, який включає сім обов'язкових кроків: запит пропозиції, оферту, замовлення, повідомлення про отримання замовлення, підтвердження замовлення, рахунок-фактуру й підтвердження оплати. В умовах реальної комунікації схема може бути розгорнутою за рахунок листів проблемного й рекламаційного листа.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Брус М. П. Українське ділове мовлення : навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей. Івано-Франківськ : Тіповіт, 2014. 306 с.
2. Зубков М. Г. Сучасна українська ділова мова : Підруч. для вищ. та серед. навч. закладів. Х. : ФОП Співак Т. К., 2009. 400 с.
3. Карпенко О. О. Сучасне діловодство : навч. посіб. Х. : Нац. аерокосм. ун-т «Харк. авіац. ін-т», 2009. 75 с.
4. Універсальний довідник з ділових паперів та ділової етики. К. : Довіра, 2003. 623 с.
5. Шевчук С. В. Українське ділове мовлення : навч. посіб. К. : Вища школа, 2004. 302 с.
6. Dany M. Les négociations commerciales. P. : Hachette, 2002.

Інна Лаухіна,
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри теорії та практики іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ТЕМАТИЧНІ ГРУПИ АРАБСЬКИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ У СУЧАСНІЙ ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ

Постановка проблеми. Мовні контакти арабського Сходу і європейських країн, зокрема Франції, давно привертають увагу вітчизняних і зарубіжних учених. Запозичення з арабських мов характерні для багатьох країн світу, і сьогодні цей процес не припиняється у зв'язку зі зростаючою імміграцією мусульман у країни Західної Європи, стрімкою ісламізацією континенту, де ще

в XX ст. переважало християнство, та глобалізацією сфери економіки, науки, царин культури, мистецтва, що призводить до більш тісних і глибоких контактів між народами та їх культурами. Саме ці чинники, а також відсутність глибоких досліджень арабсько-французьких мовних контактів, зокрема значення й особливостей функціонування арабських запозичень у французькій мові, і визначили актуальність нашого дослідження.

Аналіз останніх джерел і публікацій свідчить, що питання адаптації лексичних запозичень французькою мовою досліджували такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Г. В. Завадовська, О. І. Чередніченко, Т. М. Гейко, Р. Джаббаров, П. Гіро, А. Доза, П. Брюно та інші.

Мета дослідження – розглянути класифікацію арабізмів сучасної французької мови.

Виклад основного матеріалу. Лексична багатоманітність арабських запозичень у французькій мові пояснюється різними причинами. У цілому арабська мова збагатила французьку не тільки власне арабськими словами, але й при її посередництві у французьку мову проникла певна кількість етимологічних латинізмів, грецизмів, тюркізмів, фарсизмів та ін. Крім того, арабізми запозичалися у французьку мову й через посередництво інших мов (італійської, іспанської, португальської тощо) [2, с. 19].

Тематичний зміст арабізмів досить широкий і різноманітний, він охоплює багато сторін суспільного життя, ідеології, побуту і загалом культури арабського народу [4, с. 228].

Вивчаючи арабські запозичення в англійській мові, Л. Богаєва розподілила їх на дві групи: 1) спеціалізовані запозичення (назви тварин, птахів, риб, комах, терміни астрономії, ботаніки, математики та ін.); 2) слова, пов’язані з етнографією арабських народів (одяг, взуття, географічні назви, музичні інструменти та ін.) [1]. О. І. Чередніченко та Б. М. Дебов, розглядаючи французьку мову в Алжирі, класифікували арабські запозичення за тематичним принципом з урахуванням регіональних особливостей арабської мови [5, с. 22], [3, с. 10–11].

У нашому дослідженні ми розподілили арабізми за такими тематичними групами:

1) флора: *curcuma (куркума), jasmin (жасмин), orange (апельсин)*;

2) суспільно-політична та військова лексика: *califat (халіфат), imamat / imanat (імамат (територія), духовне керівництво), mamelouk/ mameluk/ mamlouk (білий раб, мамелюк), alcade (міський суддя, старшина общини), chérif (знатний, благородний), mufti/muphti (теоретик і виконавець мусульманського канонічного права), amiral (адмірал), kandjar (східний кинджал)*;

3) науково-технічна лексика: *coicotar (оксид заліза), amalgame (амальгама), azimuth (азимут, напрямок), algèbre (алгебра), aigorithme (алгоритм, сукупність дій, правил для вирішення задачі)*;

4) побутова лексика: *gilet (жилет, куфайка) burnous (бурнус, плащ), fez (феска, головний убір), mousseline (муслін, бавовняна, шовкова, шерстяна тонка й легка тканина), ambre (амбра), henné (хіна), tasse (чашка), divan (диван, кушетка), matelas (матрац)*;

5) релігійна лексика: *hadji (хаджі, паломник), imam/iman (священнослужитель, який читає молитви в мечеті), Coran (Коран, священна книга мусульман), djinn (джини, духи, демони), mollah (мулла, виконавець юридичних і релігійних функцій), islam (релігія мусульман), muezzin (муедзин, закликає мусульман на молитву)*;

6) терміни географічного середовища: а) природні явища: *khamsin (хамсин, «піщаний» вітер), mousson (мусон), simoun (самум)*; б) гідрографічні об'єкти: *sebk(h) (солоне озеро в Сахарі); в) особливості арабського ландшафту: djebel (гора, гірська місцевість у Північній Африці), reg (особлива форма скелястої пустелі);* г) географічні об'єкти і рельєф: *медина (мусульманська частина міста в Північній Африці), bordj (форт, башта, укріплення), alcazar (укріплений палац королів іспанських маврів)*;

7) фауна: *girafe (жираф), gazel (газель, антилопа), civette (цивета), alezan (гнідий кінь), sacre (сокіл)*;

8) судноплавство і торгівля: *tarif (тариф), caraque (старовинне багатотоннажне судно), felouque (фелюка, корабель), douane (митниця, митний збір), taref (тара, недоважок)*;

9) харчові продукти, напої: *sorbet (шербет), sirop (сиропп), raki (східна горілка), café (кава, кав'ярня, кавові зерна), couscous (кускус), méchoui (машві: банан, смажений на рожні, така сама баранина)*;

10) архітектурні споруди, будівлі: *kan/khan (каравансарай), turbé/turbeh (тюрбе, могила), kouba (баня, склепінчаста будівля), moucharabieh (машрабійя, дерев'яні ґрати на вікні)*;

11) назви мір, ваг, грошових одиниць: *farde (фард, одиниця міри ваги сипучих тіл), quintal (центнер), carat (карат, одиниця ваги дорогоцінного каміння), patar (дрібна монета) sequin (цехін, монета)*.

Таким чином, аналіз лексико-семантичних груп арабських запозичень показав, що найбільша кількість арабізмів проникла до французької мови в період становлення її як національно-літературної мови у XVI ст., а також у XIX ст., коли відбувалася інтенсивна колонізація французами Північної Африки. В основному арабізми запозичувалися безпосередньо з мови-донора, і незначна кількість – через інші мови.

Аналіз фактичного матеріалу дозволяє зробити висновок, що арабізми входять до різних сфер французької лексики, вони називають реалії флори, фауни, побуту, різні поняття релігії, ідеології, культури, мистецтва, суспільного, політичного, адміністративного, військового життя арабських народів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Богаева Л. В. К вопросу об арабских заимствованиях в английском языке. *Вестник Моск. ун-та. Серия Востоковедение.* М.,1977. № I. С. 42–53.

2. Гейко Т. М. Семантичні та фонографічні характеристики культурологічних запозичень у французькій мові : дис. … канд. філол. наук. К., 2009. 303 с.

3. Дебов В. М. Лексико-семантические инновации во французском языке Алжира (на материале прессы 1970-1980 гг.) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Л., 1980. 17 с.

4. Опельбаум Е. Н. Восточнославянские лексические элементы в немецком языке. К. : Наук, думка, 1971. 272 с.

5. Чередниченко А. И. Лексико-грамматические особенности французского языка в Алжире : автореф. дис. на соскание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.05 «Романские язики» / КГУ им. Т. Г. Шевченко. К., 1975. 31 с.
6. Gouguenheim G. Les mots française dans l'histoire et dans la vie. P., 2006. 531 p.
7. Guiraud P. Les mots étrangers. 2-e ed. P. : Presses universitaires de France, 2007. 123 p.

Віктор Литвиненко,
старший викладач кафедри теорії та практики іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ФРАНКОФОНІЯ В УКРАЇНІ

Франція займає особливе місце у житті України і має неабиякий культурний вплив на нашу країну. Нині престижним стало вивчення французької мови, адже вона стоїть поряд з українською за своєю милозвучністю. Останніми роками набуло популярності святкування французької весни – ряд культурно-просвітницьких заходів, що дозволяє глибше проникнути в естетику та встановити міцні зв'язки між країнами. 220 мільйонів осіб щодня користуються французькою мовою у світі. Таким чином, французька мова – шоста найпоширеніша мова у світі (після китайської, англійської, хінді, іспанської та арабської мов). Французьку вивчають близько 120 мільйонів учнів. Французьку мову у світі поширюють 500 000 викладачів. Міжнародна організація Франкофонії (МОФ), заснована у 1970 році, об'єднує 77 країн, 57 з яких – повноправні члени, а 20 – спостерігачі. (у тому числі й Україна). Таким чином, до її складу входить третина країн планети та близько 900 мільйонів осіб. Українсько-французьке співробітництво у галузі культури, освіти і науки здійснюється на основі міжурядової Угоди про культурне, наукове і технічне співробітництво, підписаної 19 жовтня 1995 р. З 1992 року у Києві діє Французький культурний центр, офіційне відкриття якого відбулося у 1994 році. Він є головною ланкою мережі, до якої входять ще чотири регіональні центри, створені у Харкові, Дніпропетровську, Львові та Одесі. Саме на ці роки припадає створення ліцею імені Анни Київської, що є

єдиним французьким шкільним закладом в Україні визнаним Міністерством національної освіти Франції.

Французький ліцей імені Анни Київської – це навчальний заклад, яким керують батьки. В основі його розвитку лежить добровільна участь батьків, які об'єдналися в Асоціацію батьків учнів. Після зарахування дитини до Французького ліцею імені Анни Київської, її батьки стають членами Асоціації батьків учнів (АБУ). Члени Асоціації на Загальних Зборах обирають членів правління: Адміністративну Раду. Разом з директором школи ці 5 членів керують навчальним закладом в рамках угоди, підписаної з AEFE (Агентство з Французької Освіти за Кордоном).

Почесними членами Асоціації є:

- Почесний президент – Посол Франції в Україні,
- Радник з питань культури і співробітництва Посольства Франції в Україні,
- Директор Агентства з Французької Освіти за Кордоном.

Дійсними членами Асоціації є батьки учнів. Батьки мають можливість брати активну участь у роботі закладу через його ради та комісії.

Французька школа м. Києва була заснована у 1994 році. Спочатку вона називалась «Маленька французька школа», а починаючи з 2005 року «Французька школа м. Києва», з вересня 2010 «Французький ліцей ім. Анни Київської». Школа є однією з 400 французьких навчальних закладів при Агенції французької освіти за кордоном (AEFE). В освітньому закладі навчаються діти більш ніж 21 національностей. Від дитячого садочку до старшої школи, педагоги пропонують своїм вихованцям освіту найвищої якості, чітко дотримуючись програм розроблених Міністерством освіти Франції. Школа також має ліцензію, видану Міністерством освіти і науки України. Скільки б років ваша дитина не провчилась у цій школі, вона з легкістю та на достойному рівні інтегрується у будь-який інший французький або український навчальний заклад.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. URL: https://ua.ambafrance.org/Francuz-kij-liicej-iim-Anni-Kiyivs,2853
2. URL: http://institutfrancais-ukraine.com/ua/apprendre
3. URL: http://france.mfa.gov.ua/ua/ukraine-france/culture

Ольга Побережник,
викладач кафедри теорії та практики іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ФРАНЦУЗЬКА МОВА ЯК ТРЕТЯ ІНОЗЕМНА ПІСЛЯ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА ІСПАНСЬКОЇ У ПЕДАГОГІЧНОМУ УНІВЕРСИТЕТІ

Важливість вивчення іноземних мов у сучасному світі a priori не викликає сумніву. Зазначимо, що вдосконалення мовних компетентностей є пріоритетом політики Європейського Союзу, яка спрямована на досягнення такого рівня освіти в країнах ЄС, за якого кожний громадянин, крім рідної мови, буде досконало знати ще дві іноземні [1].

Незважаючи на те, що досить тривалий час Україна тримає напрямок на євроінтеграцію, у жодному нормативно-правовому документі не зазначено пріоритетним завданням подолання мовного бар'єру. На відміну від європейських країн, рівень знання хоча б однієї офіційної мови ЄС громадянами України є досить низьким. Це стає перешкодою на шляху до залучення нашої країни до європейського комунікативного простору та загалом перешкоджає євроінтеграційним прагненням України.

Отож питання розробки українських державних програм мовної політики, які спрямовані на подолання мовного бар'єру між Україною та ЄС стає нагальним [2].

У 2005/06 навчальному році Міністерство освіти і науки України виступило з ініціативою ввести до навчальних планів, починаючи з 5 класу, другу іноземну мову. З 2013/14 навчального року вивчення другої іноземної мови стало обов'язковим у всіх загальноосвітніх навчальних закладах, але нині має факультативний характер [4]. Існує декілька проблем, які сьогодні

ускладнюють процес уведення ІМ2 у системі шкільної освіти: перша – відсутність кадрів потрібної кваліфікації, учителів з двома іноземними мовами на однаковому рівні.

Навчання студентів ІМ2 має на практиці реалізувати принципи контрастивного підходу, який в кожному конкретному випадку в значній мірі залежить від фактору «паралелі» мов, з яких одна вивчається, як ІМ1, інша – в якості ІМ2, бо саме міжмовний контакт конкретних двох мов, спільне і відмінне в мовах на всіх рівнях створює потенційну основу для позитивного перенесення і інтерференції, яка потім конкретизується і обмежується зазначеними вище факторами. Для раціоналізації процесу навчання ІМ2 з урахуванням вище зазначеного особливо актуальним є питання вибору іноземної мови в якості ІМ2 і, як похідне від групи результату контрастивного порівняння ІМ1 і ІМ2, відбір змісту навчання, методичних прийомів і системи мовних і комунікативних вправ для навчання другої іноземної мови.

В той же час актуальним на сьогодні є питання вивчення факторів, які сприяють оптимізації вивчення не лише першої, але другої, а іноді і третьої іноземної мови, що є проявом реалізації сучасної теорії плюралінгвізму.

Актуальним є питання вибору іноземної мови в якості ІМ2 та ІМ3 для застосування методу контрастивного порівняння ІМ1, ІМ2 та ІМ3 [5].

Треба визнати, що у 90% у якості ІМ1 виступає англійська мова. Зазвичай і вчителі, що мають двомовну кваліфікацію у якості першої, або другої іноземної мови є англійська. Отож більш ретельно треба обирати спорідненість ІМ2 та ІМ3.

Наприклад, італійська гілка індоєвропейських мов через латину є пращуром французької, іспанської, італійської, португальської та румунської мов, що відомі як романські мови. Німецька гілка індоєвропейських мов породжує німецьку та англійську мови германської групи, які у спілкуванні використовують понад 550 мільйонів людей. Безумовно, що вищезазначені мови мають подібні явища у своїй

морфологічній, синтаксичній та лексичній системі, що сприяє адекватному добору мовних пар.

Серед основоположних засад сучасної вітчизняної Концепції загальної середньої освіти (2002 р.) одне із провідних місць займають ідеї культуротворчої спрямованості освіти XXI століття, полікультурності, комунікативної і соціальної компетентностей. У цьому сенсі вагомо посилюється розвивальне, практичне і виховне спрямування мовно-літературної освіти, в тому числі іншомовної, бо учитель іноземних мов виступає носієм культурного, духовного змісту освіти, а не просто викладачем певного навчального предмета [3]. Цьому сприяє викладання латини на філологічних факультетах, граматичні та лексичні явища якої надзвичайно доцільно використовувати у якості міжлінгвістичного порівняння.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мовна політика Європейського Союзу. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki
2. Мовна політика Європейського Союзу. URL: http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/10014
3. Мисечко О. Є. Розвиток культурологічного компоненту в змісті професійної підготовки майбутнього вчителя іноземної мови. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2005. № 24. С. 97–101.
4. Навчання другої іноземної мови у системі загальної освіти в Україні: проблеми та перспективи. URL: https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/15412/
5. Специфіка вивчення другої іноземної мови. URL: http://naub.oa.edu.ua/2014/spetsyfika-vyvchennya-druhojiinozemnoji-movy-u-vyschij-shkoli/

Таміла Філіппович,
викладач кафедри теорії та практики іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

EL USO DEL CONCEPTO «TORO» EN LOCUSIONES FRASEOLÓGICAS ESPAÑOLAS

Según la definición de Real Academia Española (2001) la fraseología es el «conjunto de frases hechas, locuciones figuradas, metáforas y comparaciones fijadas, modismos y refranes, existentes en una lengua, en el uso individual o en el de algún grupo» [6, p. 1086]. Hay otra explicación del concepto de fraseología como «estilo o

modalidad de las frases de un escritor o de un país» según María Moliner [2, p. 1338].

Es decir la fraseología se dedica al estudio de elementos lingüísticos que pueden utilizarse por el hablante en situaciones comunicativas concretas. Según la opinión de Ruiz, hay dos definiciones particulares de fraseología: ancha y estrecha. La definición ancha se refiere a la periferia de la fraseología como sistema, donde se hallan las unidades que superan la estructura del sintagma, como refranes, frases proverbiales, frases hechas, giros de carácter científico-terminológico, aforismos y otras unidades de carácter no productivo. La estrecha se implica el centro de la fraseología como estructura, donde se puede encontrar las unidades que no superan la estructura del sintagma como locuciones y frases proverbiales de primer tipo. Se prestan atención en la organización y clasificación de las unidades fraseológicas, objeto de estudio de la Fraseología [4, p. 59].

El objeto de este artículo es mostrar el uso del concepto «toro» en las expresiones fraseológicas del lenguaje español. No se puede rechazar la importancia de los toros (no solo en la vida artística o en la literatura española, sino que en la vida diaria); como dice Manuel Román «hasta muy avanzado el siglo XX, las dos grandes pasiones de los españoles fueron el teatro y los toros. El fútbol sería después la primera de ellas» [3, p. 9].

Claro que todo esto dejó su huella en el español. Podemos encontrar muchas locuciones fraseológicas con este concepto en castellano que existen desde los tiempos remotos hasta ahora.

El significado del concepto «toro» en el lenguaje ordinario tiene tres valores: salud, fuerza y peligro. Lo endendemos como el símbolo de España. Por ejemplo, la locución «Estar como (o hecho) un toro» se comprende como «gozar de buena salud» [1, p. 41].

Varela y Kubarth utilizan la expresión «Coger/agarrar al toro por los cuernos» en situaciones en las que hay que enfrentarse a un problema o a una situación de la manera más directa, asumiendo las posibles consecuencias, otra locución «A toro

pasado» significa una vez pasado el peligro o lo que puede ser peligroso o problemático [5, p. 274].

Al traducir, es necesario, definir la posibilidad de preservar la metafórica, analizar el grado de la preservación de las características estilísticas y connotativas de la unidad, que se traduce, si es imposible guardarlas exactamente hay que elegir que ignorar. Como se mencionó anteriormente, una imagen fraseológica a menudo conserva la especifica nacional de las unidades fraseológicas, ya que muy a menudo se basa en realidades conocidas sólo a los habitantes de un país. En caso de locuciones fraseológicas del español aunque no son propias para la cultura ucraniana expresiones de tauromaquia tenemos algo parecido del sentído general de la imagen del toro como un animal fuerte y peligroso y podemos comparar las locuciones buscando las traducciones equivalentes bastante exactas. Se debe concluir que la equivalencia que debemos tener en cuenta traduciendo las unidades fraseolóficas es siempre posible, incluso cuando la lengua no contiene realidades tan específicas como es la tauromaquia.

BIBLIOGRAFÍA

1. Fuente Gonzales M. A. El toro, el torero y la plaza: léxico, fraseología y metáforas culturales *TABANQUE*: *Revista Pedagógica.* Universidad de Valladolid. 2009. №22. P. 139–164.

2. Moliner M. Diccionario de uso del español. Madrid, Gredos. 1994

3. Román M. La copla y los toros. Madrid : Rama Lama Music, 2007. P. 249.

4. Ruiz L. Aspectos de fraseología teórica española. *Cuadernos de Filología*. Universitat de Valencia.1997. P. 296.

5. Varela F. y Kubarth H. Diccionario fraseológico del español moderno. Madrid : Gredos. 1996. P. 296.

6. Fraseología. *Real Academia Española*: sitio Web. URL: https://dle.rae.es/, (último acceso: 26.10.2022).

НОВІТНІ ТЕНДЕНЦІЇ
У МЕТОДИЦІ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ І КУЛЬТУР
У ЗАКЛАДАХ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ТА ВИЩОЇ ОСВІТИ

Ірина Білецька,
доктор педагогічних наук, професор,
завідувач кафедри теорії та практики іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ПОЛІКУЛЬТУРНА ОСВІТА В США: ІСТОРІЯ СТАНОВЛЕННЯ ПОНЯТТЯ

Термін «полікультурна освіта» набув свого розвитку в 50-60-ті роки XX століття. В літературі початку 60-х років педагоги звертаються до таких понять, як «різноманітність», «культурний плюралізм» та «етнічний зміст». У середині 60-х років в літературі почали зустрічатися терміни «освіта етнічної меншості», «етнічна освіта» і, меншою мірою, «полікультурна освіта». Проте до початку 70-х років поняття «етнічне навчання», «етнічна освіта» і «полікультурна освіта» набули популярності у літературі і стали прийнятною термінологією.

Найбільш вагомою на той час публікацією про етнічну освіту була стаття Джеймса А. Бенкса «Імперативи етнічної освіти», яка була опублікована у січні 1972 року в «Phi Delta Kappan». Автори, які зробили внесок у цю працю, використали міріад термінів, які в основному стосувалися навчання етнічних груп у Сполучених Штатах Америки. На їхню думку, поліетнічна освіта включала використання поліетнічного підходу до навчального плану. Він означає планування та організацію освітнього процесу для дітей таким чином, щоб охопити все культурне розмаїття [2]. Це визначення та аналогічні йому становили основу для формулювання поняття «полікультурна освіта».

Джека Фобса можна вважати одним з перших, хто вжив термін «полікультурна освіта». Його праця під назвою «Освіта тих, хто відрізняється культурою: полікультурний підхід», надрукована у 1969 році, вважається одним із найбільш вагомих внесків у розвиток цього поняття.

У 1972 році Американська асоціація коледжів підготовки вчителів (American Association for Colleges of Teacher Education) через свою новостворену Комісію з полікультурної освіти (Commission on Multicultural Education) прийняла формулювання полікультурної освіти, яке служило основою для роботи у сфері педагогічної освіти: «Полікультурна освіта – це освіта, яка цінує культурний плюралізм. Вона заперечує погляди, що школи повинні намагатись уникати культурних відмінностей або що школам слід лише бути толерантними до культурного плюралізму. В противагу цьому полікультурна освіта базується на тому, що школи повинні бути зорієнтовані на культурне збагачення усіх дітей та молоді через програми, які мають в основі збереження і поширення культурного розмаїття як факту життя американського суспільства» [1]. Неважко помітити, що ця концепція охоплює всіх дітей і звернена до культурних відмінностей, а не лише до етнічного змісту. Як далі зазначається у формулюванні, вона включає заохочення полікультуралізму, полілінгвізму і полідіалектизму. Таким чином підтримується білінгвізм.

У 1969 році Асоціація для контролю і розвитку навчального плану (Association for Supervision and Curriculum Development) почала звертатись до поліетнічної освіти. Але лише через кілька років визнання цією асоціацією культурного плюралізму було визначено як «полікультурна освіта». Була запропонована така інтерпретація терміну: «… це гуманістична концепція, що базується на поширенні культурного розмаїття, прав людини, соціальної справедливості та альтернативі вибору способу життя всіма людьми. Вона є обов’язковою для якісної освіти і включає навчальний план та адміністративні зусилля, щоб допомогти учням скористатися якомога більшою кількістю моделей, альтернатив і можливостей з усього спектру наших культур. Така освіта дозволяє індивідуальний розвиток у межах будь-якої культури. Кожна особистість одночасно усвідомлює, що кожна група (етнічна, культурна, соціальна і расова) існує автономно як частина взаємозв’язаної та взаємозалежної соціальної спільноти. Таким чином, індивід заохочується

розвивати соціальні вміння, які дозволять співіснувати з іншими культурними групами».

Американські науковці розцінюють цю дефініцію як найбільш повну. Наступне твердження, що стосується пояснення цього терміна, свідчить про аналогію з визначенням, яке пропонується Американською асоціацією коледжів підготовки вчителів, щодо контингенту, якого це стосується: «Якщо полікультурна освіта має досягати своїх цілей, концепти, які становлять її основу, повинні наповнювати освітній досвід студентів».

Можна стверджувати, що розглянуті нами трактування поняття «полікультурної освіти», які були запропоновані у цей період, є схожими і в основному характеризуються однаковим рівнем інтерпретації.

Полікультурна освіта розглядається як процес, через який кожна особистість у суспільстві має можливість зберегти та примножити одну або більше культур, тобто її ціннісну систему, стиль життя, а також робити внесок у розвиток загальної культури. Такий підхід включає, на відміну від попередніх, релігії та стать.

Цей процес може бути проілюстрований трициклічною моделлю, яка містить центр або ядро, внутрішнє коло і зовнішнє коло. Центральне коло в моделі презентує поліетнічну освіту і стосується змісту етнічного навчання. Можна сказати, що воно включає історичні, економічні, політичні, соціальні і психологічні перспективи та певні етнічні групи. Внутрішнє коло має справу з полікультурною освітою і презентує культурні групи у США. Це поле включає взаємодію та реакції між і серед етнічних та культурних груп. За цією концепцією, більша культурна група у США знаходиться під впливом етнічних груп, які колективно становлять більшу культурну групу. Реакції та взаємодії у більшій групі частково визначаються рівнем, на якому етнічний досвід демонструється індивідуальними етнічними групами. Зовнішнє коло показує третій вимір і полягає в міжнародній освіті – вивченні культури інших країн. Таким чином, часто міжнародна культура вивчається в школах у вигляді полікультурної освіти. Міжнародна освіта не стає полікультурною освітою,

допоки певні аспекти, що дають знання про країну, не входять до стилів поведінки чи життя етнічних груп, які живуть у Сполучених Штатах, але предки яких є вихідцями з тієї країни, що вивчається. З цієї точки зору, є можливим втілювати в життя поліетнічну освіту без полікультурної освіти, але полікультурна освіта не може бути зреалізована без включення поліетнічного компоненту. Міжнародна освіта не є ні полікультурною, ні поліетнічною допоки не встановляться такі зв'язки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. American Council of Colleges for Teacher Education. URL: http://www.aacte.org
2. Banks J. A. Multicultural education: Theory and practice. Toronto : Allyn and Bacon, 1981. 502 p.

Ілона Бойчевська,
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ВПРОВАДЖЕННЯ SMART–ТЕХНОЛОГІЙ В ОСВІТНІЙ ПРОЦЕС: ДОСВІД КАЗАХСТАНУ

Аналіз тематики сучасних наукових досліджень, присвячених технологіям навчання, впровадженню ІТ у навчальний процес надав можливість виявити протиріччя соціально-педагогічного і соціально-економічного характеру.

Актуальними наразі є пошуки таких стратегій та технологій навчання, які пов'язані як з ефективним використанням інформаційних і комунікаційних технологій, так і навчанням та вихованням молодої, креативної і творчої особистості. У цьому контексті освіта є стратегічним ресурсом, що формує інтелектуальний капітал держави.

Сьогодні світові освітні системи пропонують значний вибір технологій і засобів навчання, що здатні забезпечити достатньо високий рівень освіти, який відповідає заданням сучасного суспільства, яке знаходиться на етапі зміни

технологічної парадигми. З огляду на це, інформаційні технології, які визначили образ і сутність XX століття, поступаються новим технологіям XXI століття, а саме Smart-технологіям, що відкривають новий шлях розвитку Smart-економіці, Smart-освіті, Smart-суспільству.

Поняття «Smart» має можливості більш швидкої відповіді на вимоги економіки і світу. Розвиток економіки вимагає добре освічених фахівців різних рівнів, і технізація сучасного життя вимагає певного рівня грамотності у всіх членів суспільства. Більшість розвинених країн просуває концепцію Smart у рамках розвитку не тільки системи освіти, а й економіки в цілому. Основу цієї концепції становлять три основні ідеї:

1. Мобільний доступ. Необхідно забезпечити можливість отримання всіх видів цифрових послуг у будь-якому місці світу, при цьому дані сервіси повинні бути спрямовані на кожного користувача індивідуально.

2. Створення нових знань. Жодна країна не зможе розвиватися без постійного здобуття нових знань, які в свою чергу складають основу модернізації національної економіки.

3. Створення Smart-оточення. Середовище Smart дозволяє стимулювати появу окремих технологічних розробок, які можуть вийти на рівень, коли інформаційно-технологічне середовище наближається до природного інтелекту і служить однією з основних ідей, на яких базується ідея «розумної» економіки [4]. З огляду на вище окреслене вважаємо, що таке навчання дасть можливість самостійно розвивати індивідуальну освітню та в подальшому професійну траєкторію зростання того, хто навчається, а також прирівняє рівень здобувачів освіти міських і сільських шкіл й відкриє шлях до міжнародного освітнього простору.

Середовище Smart-освіти – це конвергенція ІКТ та інфраструктури інтернету, тобто злиття онлайнового розподілу програмного забезпечення і контенту в форматі мультимедіа. У цьому контексті Smart-технології передбачають використання комп’ютерних систем і мікропроцесорів для виконання щоденних завдань і обміну інформацією [1, с. 178]. Тобто

ключовими аспектами є створення гнучкого і відкритого середовища навчання з використанням гаджетів, відкритих освітніх ресурсів, систем управління. У ході дослідження з'ясовано, що мета розумного навчання полягає в тому, щоб зробити процес навчання ефективним за рахунок перенесення освітнього процесу в електронне середовище. Саме такий підхід дозволить надати доступ до знань викладача кожному бажаючому. Більш того, це дозволить розширити межі навчання, навчання стане доступним усюди і завжди [3].

Вважаємо, що з впровадженням Smart-технологій будуть створені умови для реалізації проголошеного ЮНЕСКО провідного принципу освіти XXI століття «освіта для всіх» і «освіта через усе життя» – «Life Long Learning (LLL)». Курс на розвиток Smart-освіти сьогодні взяли багато країн, у тому числі і наша держава.

Вважаємо, що у контексті реформування вітчизняної освітньої системи буде цікавим вивчення досвіду Казахстану щодо впровадження Smarttехнологій, зважаючи на те, що ця держава входить до числа світових лідерів за доступністю освітніх послуг на всіх рівнях національної системи освіти. Дослідження показало, що на 2011–2020 роки було розроблено державну програму розвитку освіти, результатом якої Казахстан стає освіченою державою, з розумною економікою та висококваліфікованою робочою силою. «Розумні» Smart-технології вже застосовуються при створенні «розумних» будинків, офісів, промислових підприємств і з 2011 року – для поновлення міської інфраструктури м. Астани. У республіці ведеться активна робота по впровадженню інформаційних Smart-технологій в освіту і державне управління. Це одна з найактуальніших проблем і для педагогів, і для батьків, і в цілому для всієї держави, оскільки відкриваються нові можливості і в менеджменті освіти, і у вихованні, і в економіці освіти. Сучасні учні давно на «ти» з комп'ютерами, мобільними пристроями та іншою сучасною технікою. Нові знання вони сприймають з великим інтересом, якщо їх викладання відбувається з використанням новітніх інформаційних, комунікаційних і аудіовізуальних технологій [3]. Впровадження Smart-технологій робить позитивний вплив на

освітній процес, допомагає вчителям розширити можливості навчання, проводити роботу як з окремими учнями, так і в малих групах або з цілим класом за будь-якої методики навчання.

Була розроблена нова модель системи підвищення кваліфікації педагогічних працівників передбачає впровадження комплексу навчальних курсів, а саме:

– вступний курс Smart-технології: розуміння основних понять, практичне використання Smart-освіти;

– базовий курс Smart-технологій: застосування Smart-технологій залежно від категорії шкіл;

– поглиблений курс Smart-технологій: модель Smart-технологій залежно від типу шкіл / навчальних дисциплін;

– курси лідерства в Smart-освіті: шкільний менеджмент для просування Smart-освіти. Окреслені навчальні курси Smart-технологій набувають нові характеристики через підвищення якості, мотивації та зацікавленості педагогів, вивчення багаточисельних електронних матеріалів [1, с. 184]. Використання нових навчальних курсів Smart-технологій у системі підвищення кваліфікації дозволяє ділитися досвідом та ідеями, більше займатися наукою, персоніфікувати курси залежно від їх завдань і компетенцій, економити час. Дослідження показало, що у роботі зі Smart-технологіями особливо зростає роль викладача (тьютора) як організатора і координатора процесу навчання, який отримує можливість більш гнучко спрямовувати освітній процес з урахуванням індивідуальних можливостей кожного учня.

Застосування Smart-технологій робить урок більш динамічним, підвищує мотивацію учнів до навчання, а також дозволяє вчителю підвищити якість навчання відповідно до запитів суспільства. Проведення уроків з використанням інтерактивних технологій передбачає наявність інтерактивної дошки, проєктора, комп’ютера, програмного забезпечення. Використання такого комплексу дозволяє замінити на уроках традиційні наочні посібники мультимедійними [2].

Отже, впровадження інноваційних методів і інструментів в освітню систему дозволить активізувати діяльність педагога у новому форматі. Педагоги, підвищуючи рівень своїх знань і опановуючи новими вміннями не тільки залежно від зміни змісту навчальної програми, але і залежно від появи нових технологій, зможуть продемонструвати учням ефективні можливості використання гаджетів у навчальній діяльності, відволікаючи їх від розгляду гаджетів як іграшок для розваг. Таким чином, формування Smart-суспільства в Україні можливе за рахунок розвитку методологічної бази функціонування освітньої системи в умовах Smart, підготовки та перепідготовки педагогічних кадрів, здатних діяти в умовах Smart-освіти та використовувати Smart-технології з метою формування інтелектуального, творчого і духовного потенціалу підростаючого покоління держави.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Інноваційні технології в сучасному освітньому просторі : колективна монографія / за заг. редакцією Г. Л. Єфремової. Суми : Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2020. 444 с.
2. Курильчук М. Майбутнє вже настало: що таке смарт-технології та для чого вони потрібні. Вікенд, 29 серпня 2019. URL: https://weekend.today/kolonki/sho-takesmart-tehnologii-ta-dlja-chogo-voni-potribni.htm
3. Семеніхіна О. В. Нові парадигми у сфері освіти в умовах переходу до Smart-суспільства. *Науковий вісник Донбасу* : Електронне наукове фахове видання. № 3 (23). 2013. URL: http://nvd.luguniv.edu.ua/archiv/NN23/13sovpds.pdf
4. Humanitarian aspects of education, creativity and personal freedom : Collection of articles / M. E. Kudryavt-seva. M. : Direct Media, 2014. P. 47.

Олександр Коваленко,
старший викладач кафедри англійської мови та методики її навчання,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ГОВОРИМО ПРО ВІЙНУ НА ЗАНЯТТЯХ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Огляд та аналіз педагогічної та методичної літератури показує, що трагічні події війни не залишають осторонь освітян. Значна більшість інновацій у викладанні, які пропонуються в умовах воєнного сьогодення викликані переходом на навчання онлайн та змішані форми навчання. Разом з тим, малодослідженими залишаються питання, пов’язані з вивченням впливу

сучасних військових дій на зміст навчання. На нашу думку реалії сьогодення повинні відображатися і на заняттях англійської мови в освітніх закладах нашої країни. В часи розгортання російсько-української війни це необхідно для національно-патріотичного виховання дітей та молоді, у зв'язку з чим стали приорітетними проблеми формування національно свідомої особистості, збереження української ідентичності, виховання громадянина-патріота України.

Серед прогресивних ініціатив слід відзначити всеукраїнський експеримент «Розвиток в учнів загальноосвітнього навчального закладу громадянської активності у становленні громадянина-патріота України», який координується інститутом модернізації змісту освіти [1, с. 11]. Серед проектів, які залучають англійську мову, нашу увагу привернув медіапроєкт Ukrainian Witness, створений для інформування іноземців про війну, запущеним фондом «Повернись живим» [2, с. 1].

Для реалізації освітянських, суспільних та медійних проектів їх учасникам, необхідні певні знання англійської мови, яка вимагає від викладачів та вчителів англійської мови відображення реалій життя в умовах війни на своїх уроках. Ми пропонуємо наступні кроки:

1. Відібрати теми в існуючих навчальних програмах, які потребують доповнень. Наприклад, це можуть бути «Моє місто», «Моя країна», «Подорожі», «Життя молоді», «Мій день», «Мої захоплення», «Плани на майбутньє», «Моя сім'я», «Україна в світі», «Велика Британія», «США», «Канада», «Засоби масової інформації». Можна побачити, що модернізації може підлягати більшість тем.

2. Підібрати необхідну лексику до тем в існуючих програмах з врахуванням рівня, розробити мовленнєві ситуації. Можна також підібрати тексти з сучасних англомовних газет чи журналів для розвитку навичок читання.

3. На початку заняття на нашу думку доцільно запитати про здоров'я, настрій та переходити на останні події, підказуючи за необхідності лексичні одиниці. Ця мовленнєва бесіда на початку урока сприятиме не тільки

активізації лексики, але й буде мати виховну ціль об'єднання класу, виховання впівчуття, спільного переживання за знайомих, близьких, за весь український народ. На нашу думку проводення саме такого елементу урока найбільше потребує від вчителя педагогічних вмінь: відчувати настрій аудиторії, бути готовим до експромту, виявляти емпатію. Це уміння зробити такі хвилини не банальним та очікуваним етапом уроку, а таким, що запам'ятовується та зворушує. Спробуємо припустити, що саме такий початок уроку матиме найбільший вплив.

4. За можливості розробити одне заняття чи серію занять «Україна у війні» присвячених трагічному сьогоденню.

5. Для занять англійської мови, особливо на продвинутому етапі, підбирати ті слова, що є прикладами для мовних явищ, що вивчаються. При викладанні фонетики для пояснення наголосу добираємо наступні приклади: *checkpoint, machinegun,* для навчання читання *–ee refugee* (біженець), для ілюстрування виду асиміляції (зрощення) – Russian, soldier, для ілюстрування розбіжностей між літерами та звуками слова *colonel* (полковник), *sergeant* (сержант), *armoured vehicle* (броньована машина). При вивченні лексикології слова *karemat (*каремат), *Green corridor* (зелений коридор) є прикладами запозичення слів, *UAV* (БПЛА), *NATO* – абревіатур, *ammunition* (боєприпаси) – зміни значень. При вивченні діалектології ми зокрема використовуємо наступні приклади: *missile*, *cruise missile* (крилата ракета), *hostile* (ворожий).

Відбір лексичних одиниць вимагає ретельності та систематичності. При вивченні уроку чи циклу уроків доцільно класифікувати лексику, відносячи її до певної підтеми. Ми пропонуємо концентрувати лексичні одиниці навколо наступних підтем: at war (у війні), fleeing abroad (порятунок за кордоном), volunteering front (волонтерство), military gear (військове спорядження), at the battlefield (на полі бою), diplomatic front (дипломатичний фронт), information war (інформаційна війна). Ми вважаємо, що терміни запропоновані Людмилою Львівською заслуговують на увагу та допоможуть вчителям у викладанні военної тематики [3, с. 1–6].

Ми висловлюємо впевненість, що звернення до тематики воєнного сьогодення України на уроках англійської мови помножена на ефективну педагогічну реалізацію відповідає запитам студентства, модернізує зміст навчання, створює нові сучасні природні та штучні навчальні ситуації, зацікавлює та мотивує молодь, сприяє їх громадянській активності, дозволяє поширювати правдиву інформацію англійською мовою світом та слугує цілям патріотичного виховання в закладах освіти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Освіта України в умовах воєнного стану. Інноваційна та проєктна діяльність : Науково-методичний збірник / за заг. ред. С. М. Шкарлета. Київ–Чернівці : Букрек. 2022. 140 с. URL: https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/serpneva-konferencia/2022/Mizhn.serpn.ped.nauk-prakt.konferentsiya/Nauk-metod.zbirnyk-Osv.Ukrayiny.v.umovakh.voyennoho.stanu-%20Innovatsiyna.ta.proyektna.diyalnist.pdf
2. Барсукова О. В. Україні запустили медіапроєкт Ukrainian Witness, щоб розповідати іноземцям про війну. *Українська правда*. 8 березня 2022. URL: https://life.pravda.com.ua/society/2022/03/8/247710/
3. Львівська Л. Як говорити про війну в Україні англійською. *Green Forest Journal*. 2022. URL: https://greenforest.com.ua/journal/read/yak-govoriti-pro-vijnu-v-ukraini-anglijskoyu

Людмила Лагуш,
вчитель-методист вищої кваліфікаційної категорії,
Уманський ліцей №1
Уманської міської ради Черкаської області

ЦІННІСНО-ОРІЄНТОВАНА КОНЦЕПЦІЯ ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНЬОГО ПЕДАГОГА В ЗАКЛАДІ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ВІЗІЇ, ВИКЛИКИ, ПЕРСПЕКТИВИ

У сучасних умовах, відповідно до яких звичними речами стали модернізація виробництва на основі застосування інноваційних технологій та цифровізація усіх сфер життєдіяльності людини, актуалізується проблема підвищення якості підготовки педагогічних кадрів. Спостерігається процес глобальної трансформації форм подання інформації та інформаційного обміну. Наслідком цього процесу є те, що цифрові ресурси та можливості їх повноцінного використання стають основою побудови ефективних систем

взаємодії. У цілому, цифрове середовище дозволяє розширити межі людських можливостей у ключі подолання географічних та політичних меж та надання доступу до світових цінностей культури для кожного громадянина держави. Принципи та шалені темпи роботи у межах цифрового суспільства детермінують зміну парадигми освіти, в основі якої має постати індивід, який розвивається, готовий до функціонування у складних інформаційно-знаннєвих дигітальних системах.

Затребуваним стає фахівець, який вільно орієнтується не тільки в предметній галузі професії, але й володіє високим рівнем адаптивності до змін у технологічній, економічній та виробничій сферах. З огляду на це, система освіти має бути спрямованою на підготовку конкурентоздатних здобувачів вищої освіти до здійснення професійної діяльності в складних умовах інформаційного суспільства. Ми схиляємося до думки про те, що формування іншого виду культури – цифрової культури освітян – є одним із способів вирішення проблеми підвищення якості професійної підготовки майбутнього вчителя.

Цифрова культура сприяє процесу пізнання дійсності загалом. У сучасних умовах ця культура є способом засвоєння підвалин культурної реальності, оволодіння знаннями як інтелектуальним фундаментом людства, а також на світоглядному рівні вона уможливлює осмислення професійного досвіду шляхом синтезу інформації із виробничої та психолого-педагогічної сфер у професійно-педагогічне знання. На сучасному етапі розвитку освіти педагог має стати культурним орієнтиром для здобувачів загальної середньої освіти. У процесі формування цифрової культури майбутнього фахівця закладаються основи його інформаційного світогляду.

Для системи професійної педагогічної освіти, що перебуває на стадії модернізації, характерними є такі злободенні проблеми: орієнтованість моделі навчання на «споживання готових знань», відсутність чи недостатній рівень розвитку системи врахування індивідуальних можливостей здобувачів освіти; недостатність уваги до формування системи гнучких навичок випускників

закладів вищої освіти. Це вимагає ретельного аналізу провідних тенденцій розвитку економічної сфери, культурних основ суспільства, безперервного освоєння нових прийомів та технологій підготовки підростаючого покоління. Цифрова культура стає однією із тих умов, які сприяють розвитку нової ціннісно-орієнтованої моделі професійної педагогічної освіти.

Постійне зростання обсягів інформації та необхідність висвітлення різних аспектів діяльності освітніх організацій, що сприяє реалізації принципу відкритості, який задекларований у нормативних документах, увиразнює проблему проєктування та апробації інноваційних технологій навчання і моделювання цифрового інформаційного середовища для підготовки майбутніх фахівців у галузі іншомовної освіти.

Проблема ціннісних орієнтирів формування цифрової культури майбутнього педагога в освітньому процесі постає предметом дослідження у межах таких наукових напрямів: філософії, культурології, психології, педагогіки, інформатики тощо. Аналіз стану дослідженості проблеми у вітчизняних та зарубіжних наукових студіях засвідчує те, що цілісна концепція формування цифрової культури у професійній педагогічній освіті є відсутньою. Цифрова культура, як інформаційна, асоціюється безпосередньо з технологічними аспектами інформатизації.

Загальний рівень цифрової культури майбутніх освітян не є сформованим саме в ціннісно-орієнтованому аспекті. Ми спостерігаємо, що загальний рівень інформаційної підготовки учителів залишається достатнім, але фіксуємо споживче ставлення до інформації як до ресурсу, що є свідченням відсутності процесу її трансформації у систему знань та основу творчої діяльності. Ці факти виявляються у: низькому рівні адаптації педагогів при виконанні типових інформаційних завдань; відсутності сформованих уявлень про: склад, способи використання комплексу інформаційних ресурсів різних ступенів охоплення, особливості результативної роботи з інформаційними системами; недостатньому рівні володіння алгоритмами пошуку інформації, аналізу та синтезу цифрових інформаційних потоків; репродуктивному характері

діяльності з обробки інформації та трансформації на її основі інформаційно-знаннєвих продуктів, які є результатами самостійної навчальної та науково-дослідної роботи.

Інформаційна діяльність педагога визначається специфікою кваліфікації, що охоплює те психолого-педагогічне інформаційне поле та простір, що формуються у визначених предметних рамках. Різноманітність та різноплановість цифрових ресурсів визначають важливість сформованості високого рівня інформаційного світогляду та компетентності майбутнього спеціаліста педагогічного профілю. Таким чином, проблема дослідження актуалізується затребуваністю нових підходів до вивчення змісту й процесу формування цифрової культури майбутнього педагога та має розглядатися у контексті специфіки професійної педагогічної діяльності педагога досліджуваного профілю. Виходячи з цього, на соціально-педагогічному рівні актуальність проблеми визначається вираженою специфікою інформаційної діяльності педагога та недостатнім рівнем сформованості цифрової культури сучасних випускників педагогічних університетів.

Незважаючи на акумульований досвід із різних аспектів формування цифрової культури, існуючі підходи мають ряд недоліків, а саме: відсутність цілісної концепції формування цифрової культури педагога як засобу набуття та поповнення теоретичного фундаменту знань, недостатній рівень розробленості систем методико-технологічного забезпечення досліджуваного процесу у закладі вищої освіти. Відзначимо відсутність загального концептуального обґрунтування проблеми формування цифрової культури майбутнього педагога. Таким чином, на науково-теоретичному рівні актуальність досліджуваної проблеми визначається протиріччям між існуючими дослідженнями в галузі формування і розвитку цифрової культури й існуючими підходами до формування інформаційної культури та ступенем розробленості концептуальних основ її формування у майбутніх освітян.

На сучасному етапі поширеними явищами стали такі: переважання монодисциплінарного підходу, внаслідок якого формування цифрової культури

зводиться лише до підвищення рівня інформаційної компетентності та оволодіння раціональними прийомами роботи з інформацією; відсутність досліджень, що характеризують реальний стан цифрової культури майбутніх освітян. У зв'язку з означеним, на науково-методичному рівні актуальність обраного нами напрямку досліджень може виражатися у суперечності між складним процесом формування цифрової культури під час професійної підготовки та відсутністю цілісного науково-методичного забезпечення процесу на основі врахування ціннісно-смислового аспекту представленого виду культури.

Розглянемо поняття «цифрова культура». Відомі зарубіжні науковці включили це поняття до сфери наукових інтересів. Йде мова про таких дослідників: К. Бассет (C. Bassett), К. Гере (C. Gere), Г. Грибер (G. Creeber), М. Деузе (M. Deuze), Г. Крибер та Р. Мартін (G. Greeber & R. Martin), Л. Манович (L. Vanovich), Дж. Стоммел (J. Stommel), М. Хенд (M. Hand). Теоретичним підґрунтям нашого дослідження є також вітчизняні концепції інформатизації освіти, наукові розвідки, присвячені створенню та застосуванню засобів ІКТ в педагогічній діяльності. Означене актуалізується у працях В. Бикова, М. Жалдака, М. Лещенка, Л. Петухової, І. Роберт, В. Паршикова, Н. Соколової, О. Співаковського, О. Спіріна, М. Шишкіної, С. Черних, А. Яцишин та інших.

Під терміном «цифрова культура» ми пропонуємо розуміти професійно значущу властивість педагога, яка характеризується: інформаційним світоглядом, орієнтованим на цінності інформаційної взаємодії у цифровому середовищі; сукупністю знань, умінь та практичного досвіду інформаційної діяльності, що виявляється в організації предметного навчання та методичного впливу на цифрове становлення здобувачів загальної середньої освіти.

Дослідниця А. Бугрін уважає, що цифрова культура є компонентом організаційної культури вищої школи та є необхідним фактором і обов'язковою умовою успішного виконання посадових обов'язків викладача. Розвиток цифрової культури сприяє вирішенню комунікаційних завдань [1, с. 245].

Формування цифрової культури майбутнього педагога – процес культурного та особистісного світоглядного становлення педагога, здійснюваний на основі: актуалізації системи поглядів на інформацію та ціннісно-мисленнєві орієнтації інформаційної діяльності, активізації інформаційних умінь та навичок, що виявляються в організації предметного навчання.

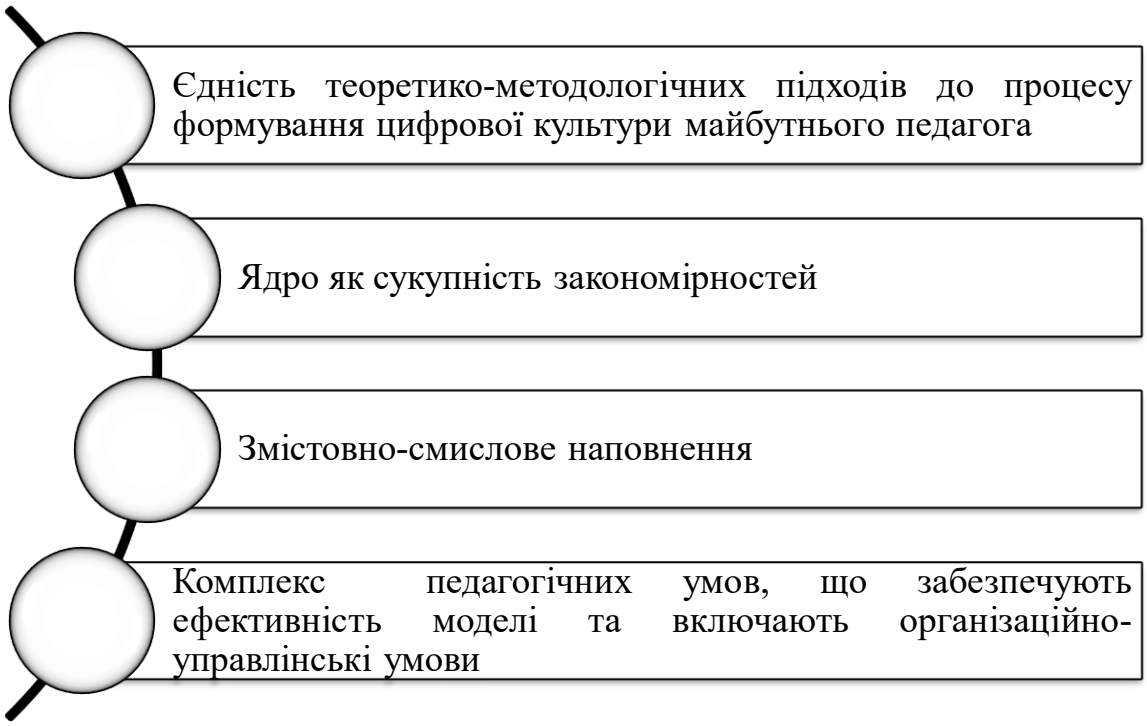

Рис. 1. Складники ціннісно-орієнтованої концепції формування цифрової культури майбутнього педагога

Переходимо до характеристики розробленої та експериментально перевіреної ціннісно-орієнтованої концепції формування цифрової культури майбутнього педагога, яка є сукупністю базових положень, що всебічно розкривають її суть, зміст та особливості. Як видно з рис. 1, складниками моделі є: теоретико-методологічні основи, представлені єдністю однойменних підходів до процесу формування цифрової культури майбутнього педагога, в межах якої загальною основою виступає системно-аксіологічний підхід, теоретико-методологічною стратегією – соціокультурний підхід, натомість

практико-орієнтованою тактикою – діяльнісно-рефлексивний підхід. Наступним структурним елементом є ядро, яке в свою чергу репрезентоване сукупністю закономірностей, що відображають ціннісно-світоглядний та професійно-предметний аспекти процесу формування цифрової культури вчителя у єдності з комплексом специфічних та загальних принципів. Змістовно-смислове наповнення є результатом моделювання шляхів та способів здійснення процесу формування цього типу культури. Комплекс педагогічних умов, що забезпечують ефективність функціонування моделі включає не тільки організаційно-управлінські умови: створення цифрового педагогічного середовища професійної підготовки майбутнього педагога, кваліативний супровід інформаційної підготовки; але й організаційно-методичні: інтенсифікація самостійної роботи з урахуванням цифрових інформаційних технологій; проєктне таргетування при освоєнні спеціальних дисциплін.

Окреслені вище організаційно-педагогічні умови сприяють ефективній організації та управлінню процесу формування цифрової культури за умови дотримання двох умов. Перша умова – створення цифрового педагогічного середовища професійної підготовки майбутнього педагога, в основі якого те, що інноваційна діяльність сучасного закладу загальної середньої освіти є неможливою без комп'ютерної бази, яка має відповідає новітнім вимогам програмного забезпечення, а також медіатек та цифрової бібліотеки. Другою умовою є кваліативний супровід інформаційної підготовки майбутніх педагогів, який передбачає постійний моніторинг якості інформаційної діяльності майбутніх педагогів та аналіз її результатів. Під педагогічним супроводом ми пропонуємо розуміти педагогічно доцільну систему заходів впливу на процеси освітньої сфери, що забезпечує зниження відхилень від оптимальної траєкторії їхнього розгортання. Під кваліативним супроводом – забезпечення підвищення якості освіти на підставі об'єктивної діагностики освітнього процесу. У контексті нашого дослідження кваліативний супровід – це вид педагогічного супроводу, який забезпечує коригування умов інформаційної підготовки майбутнього педагога на основі систематичного

моніторингу рівня якості означеного виду підготовки, що виявляється у досягненні не лише предметних результатів, але й досягнень у галузі науково-дослідної діяльності. Реалізуючи квалітативний супровід інформаційної діяльності майбутнього педагога, ми виокремили такі етапи:

1. Постановка цілі. Здійснюється аналіз умов та вимог інформаційного середовища, соціально-економічних запитів суспільства, нових стандартів освіти та рівня підготовки майбутніх фахівців тощо.

2. Аналіз та оцінка ресурсів. Здійснюється перевірка кадрових, фінансових, технічних, організаційних, методичних та інших ресурсів на рівень їх достатності для здійснення інформаційної підготовки.

3. Проєктування процесу супроводу. Цей етап починається із формулювання основної ідеї необхідних змін та обґрунтування ресурсного забезпечення. Наступним кроками є визначення еталону якості інформаційної підготовки на підставі освітнього стандарту та розробка схеми порівняння рівня інформаційної підготовки з еталоном для проєктування методики мінімізації відхилень.

4. Деталізація. У результаті інформаційної взаємодії відбувається деталізація та уточнення напрямів інформаційної підготовки.

5. Аналіз отриманих результатів. На заключному етапі відповідно до еталону якості інформаційної підготовки проводиться аналіз отриманих результатів.

6. Формулювання висновків про виконання розробленого плану інформаційної підготовки та ступеня досягнення поставленої мети.

Як уже було окреслено, під організаційно-методичними умовами ми розуміємо сукупність заходів, які забезпечують ефективну організацію процесу формування інформаційної культури на методичному рівні. Ці заходи є дієвими за умови дотримання двох умов. Перша умова – інтенсифікація самостійної роботи здобувачів вищої освіти, яка має здійснюватися на основі таких положень: ця діяльність робить процес формування цифрової культури практично спрямованим; навички сприйняття, відбору та пошуку, аналізу,

перетворення та використання інформації у процесі самостійної роботи формуються та закріплюються швидше; самостійна робота є максимально наближеною до реальних умов майбутньої професійної діяльності, в ході якої фахівцеві необхідно буде вирішувати інформаційні завдання самостійно та з дотриманням кінцевих термінів їх виконання. У цілому, у структурі цифрової культури педагога дотримання цієї умови є ефективним для реалізації педагогічного аспекту концепції. Активізація самостійної роботи на основі технології «перевернутого класу» розвиває функції формулювання цілей, планування діяльності та аналізу передбачуваних результатів. Друга умова – проєктне таргетування при освоєнні спеціальних дисциплін, що визначається: активізацією пошукової діяльності при вирішенні запропонованої проєктної ситуації; організацією різних видів діяльності (індивідуальної, групової, парної); поєднанням різних видів та типів самостійних робіт (раніше набутих знань та засвоєння нових); емоційною активністю майбутніх фахівців під час роботи над проєктом. Організація процесу формування цифрової культури майбутнього вчителя шляхом імплементації наведеного методу дає можливість зреалізувати практико-виробничий аспект концепції, а саме зорієнтованість на майбутню професійну діяльність, засвоєння знань із дисциплін, що суттєво розширює інформаційний простір майбутнього педагога.

Ефективність процесу формування цифрової культури майбутнього педагога забезпечується реалізацією розробленої концепції в умовах повного циклу професійної підготовки.

Перспективи подальших наукових пошуків в окресленій царині видаються можливими у таких напрямках:

1) удосконалення змісту освітньо-професійних програм на основі активного застосування інноваційних технологій роботи у цифровому освітньому середовищі;

2) інтеграція професійної підготовки майбутнього педагога та системи підвищення кваліфікації педагогічних працівників в аспекті наступності та взаємообміну досвідом функціонування у цифровому освітньому середовищі;

3) дослідження змінного цифрового середовища та виявлення нових факторів та умов процесу формування цифрової культури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бугрін А. Інформаційно-цифрова культура як складова професійної особистості викладача вищої освіти. *Grail of Science :* international scientific journal. 2021. № 5. С. 242–246.

Інна Нестеренко,
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В МЕТОДИЦІ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ

У сучасному світі стрімко розвиваються міжкультурні комунікації та зв'язки, розширюється міжнародне співробітництво, тому Україна швидко виходить на світовий та європейський простір. Це створює потребу певних змін у галузі освіти, особливо в галузі викладання іноземних мов у вищій школі. Модернізація освіти потребує застосування інноваційних педагогічних технологій, творчого пошуку нових стратегічних напрямків удосконалення змісту, методів, прийомів і засобів навчання іноземної мови.

У процесі викладання іноземної мови викладач використовує традиційні методи, які поєднує з інноваційними технологіями викладання. Це ті новітні способи, педагогічні прийоми та засоби, які сприяють покращенню та ефективності оволодіння іноземними мовами.

Інноваційні технології включають такі підходи до викладання іноземних мов, як [1, с. 56]:

- інтерактивні методи викладання, що передбачають відмову від авторитарного стилю викладання; орієнтацію на особисті якості студента; розвиток таких форм навчання, як діалог та полілог; розуміння іншомовної комунікації як спонукання партнера до діяльності мовленнєвого та немовленнєвого порядку; розвиток зацікавленості студентів у здобутті знань; оцінювання; самооцінювання;

- використання технічних засобів навчання (комп’ютерних та мультимедійних, мережі Internet) для самоудосконалення, контролю знань, зберігання і використання навчальних матеріалів (планів занять, граматичних довідників, словників різних типів).

До професійно і фахово-орієнтованих технологій у навчальному процесі, які сприяють підвищенню пізнавальної активності студентів в процесі вивчення іноземної мови, належать організація роботи і часу, візуалізація, презентація, ведення розмови (дискусії) та керування ними, аналіз професійних ситуацій, метаплан, майнд-меппінг тощо. Зазначені технології можуть знайти своє застосування насамперед у таких формах організації занять як проектна робота та ділові ігри. Останні відкривають можливості для творчої та експериментальної діяльності і навчання, якими керують самі студенти [2, с. 2].

Використання комп’ютерних технологій при вивченні іноземної мови відкриває перед студентами доступ до нових джерел інформації, підвищує їх мотивацію до отримання інформації іноземною мовою та ефективність самостійної роботи, дає нові можливості для творчості.

Основними засобами формування необхідних мовних навичок є: тематичні форуми, дистанційні конференції олімпіади, конкурси та проекти, розміщені на мікропорталах, закритих навчальних платформах та Інтернет-сайтах; телекомунікаційні ресурси Інтернет, спеціалізоване лінгводидактичне програмне забезпечення; інтернет-сайти як простір для комунікації та розміщення навчальних матеріалів, де викладач може повністю керувати процесом опанування відповідним матеріалом та онлайн спілкуватися із студентами.

Відбором, теоретичним осмисленням, класифікацією педагогічних інновацій займається нова галузь педагогічного знання – педагогічна інноватика (лат. innovatio – оновлення, зміна). Інновації в педагогіці пов'язані із загальними процесами у суспільстві, глобальними проблемами, інтеграцією (лат. integratio – відновлення, об'єднання в ціле окремих елементів) знань і

форм соціального буття. Нині створюється нова педагогіка, характерною ознакою якої є інноваційність – здатність до оновлення, відкритість новому [3].

Таким чином, концепція викладання іноземних мов запроваджує нові підходи щодо організації навчального процесу, тому для викладача сьогодні важливо постійно вдосконалювати власні знання про сучасні методи навчання іноземних мов, впроваджувати у викладацьку практику новітні освітні концепції та технології. Актуальним є подальший пошук нових тенденцій і застосування у процесі навчання іноземній мові.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дичківська І. М. Інноваційні педагогічні технології. Київ : Академвидав, 2004. С. 338–339.
2. Пометун О. Інтерактивні технології навчання: теорія, практика, досвід : метод. посібник / авт.-уклад. О. Пометун, Л. Пироженко. Київ, 2002. А.П.Н, 135 с.
3. Матеріали засідання №4 методичного об’єднання вчителів фізико-математичного циклу та інформатики. URL: https://ostrozhecka.gromada.org.ua/news/1649330785/.