

Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

МАТЕРІАЛИ

студентської наукової конференції Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНИХ МОВ

20-22 квітня 2021 року



Чернівці

Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

2021

*Друкується за ухвалою Вченої ради
Чернівецького національного університету
імені Юрія Федьковича*

Матеріали студентської наукової конференції Чернівецького національного університету (20–22 квітня 2021 року). Факультет іноземних мов. – Чернівці: Чернівецьк. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2021. – 303 с.

До збірника увійшли матеріали студентів факультету іноземних мов, підготовлені до щорічної студентської наукової конференції університету.

Молоді автори роблять спробу знайти підхід до висвітлення й обґрунтування певних наукових питань, подати своє бачення проблем.

© Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича, 2021

Юрій Андрійшин

Науковий керівник – проф. Бялик В.Д.

Політкоректна лексика в сучасному англomовному медіа-тексті та шляхи її відтворення українською мовою

Процес глобалізації створює дедалі сприятливі умови для пересування представників будь-яких народів та етносів, разом із їхніми культурними цінностями. Оскільки кожен має можливість висловити свою думку, в суспільстві виникла гостра потреба у своєрідному інструменті, який здатен запобігти розгортанню конфліктів, підґрунтям яких є неоднорідність поглядів осіб. На фоні цього і виникає концепція політкоректності та притаманна їй лексика, яка стала невід’ємною частиною сучасних ЗМІ.

Уперше термін “політично коректний” використано у 1793 р., коли Верховний Суд США у справі “Чізхольма проти Джорджи” постановив, що використання слова “країна” в значенні народ, який її населяє, не є політично коректним. На даному етапі цей термін засвідчував виключно неправильність вжитої лексеми стосовно її семантичного значення, сьогодні ж він набув іншого значення.

В другій половині ХХ століття, суспільно-політичне життя та виникнення нових тенденцій та поглядів спричинило справжній лінгвістично-культурний фурор в США. Основною рушійною силою стали представники афроамериканської раси. Активісти проголосили англійську мову расистською та дискримінаційною. Цю тенденцію також згодом підтримали представники феміністичного руху, які прагнули здійснити мовну реформу, для очищення англійської мови від ознак сексизму. [2]

На фоні цих подій, такі відомі видання як The Daily Mail, The New York Times, BBC та CNN підтримали тенденцію, та почали

широко використовувати політкоректні евфемізми. Основними шляхами відтворення цієї лексики українською мовою є перекладацькі трансформації. До найпоширеніших належать такі методи як:

- калькування (утворення слова чи словосполучення через буквальний переклад (African-American – афроамериканець)), зустрічається у 31% випадків;
- метод описового перекладу (прийом, при якому лексичні одиниці мови оригіналу перекладаються словом чи словосполученням, яке адекватно передає його зміст (multi-ethnic – людина змішаного походження)), виявився найпоширенішим та становить 45%;
- ампліфікація (відновлення упущених лексичних одиниць (Jewish – особа єврейського походження)) 18%;
- метод запозичення (використовується при відсутності прямого політкоректного відповідника (Inuit – інуїт, Roma – ром)), один з найменш вживаних та становить всього 6%.

Отже, процес глобалізації створює необхідність вживання нейтральної лексики. Якщо раніше вітчизняні спеціалісти акцентували свою увагу на адекватному відтворенні слів, що позначають етнічні групи та раси, сьогодні ж, під впливом цих процесів та потреб, ставлення до політкоректності в українській мові змінюється, що впливає на сучасні перекладацькі тенденції та змушує використовувати новітні методи інтерпретації.

Список літератури

1. Hans G. Political Correctness: mental disorder, childish fad or advance of human civilization? *Цюпих*. (2008). URL :

<https://www.geser.net/pc.pdf>.

2. Ruth P. Historically Correct. *Old City Publishing*. (1992). URL : <https://kni.sh/politically-correct.pdf>.

Марія Андрійчук
Науковий керівник – доц. Гнатковська О. М.

Особливості формування іншомовної лексичної компетенції в учнів початкової школи

Мовленнєва компетенція в сучасних наукових дослідженнях виділяється як окрема структурна одиниця іншомовної комунікативної компетенції, яка власне репрезентує сукупність знань, умінь та навичок. Ця сукупність надає можливість взаємодіяти, працювати та навчатись у мультинаціональному соціумі, а також досягати взаємодії та розуміння із представниками різних культур [1, с.75].

Світова тенденція до всеосяжної інтеграції у різних сферах життя не є винятком у галузі освіти, вимагаючи професійної й академічної мобільності. Та насамперед основним показником високого рівня оволодіння мовою є багатство та розуміння доцільності використання лексичної бази під час побудови мовлення [2, с.38].

Мета нашого дослідження – визначити особливості формування лексичного запасу учнів, що навчаються в початковій школі.

Лексична компетентність є основною частиною комунікативної компетентності, яка вдосконалюється в процесі комунікативної діяльності особистості, що зумовлено їхньою взаємопов'язаністю і повинно бути відображено в методології навчання мови [2, с.40]. В загальному, лексична компетентність – це оволодіння лексичними засобами сучасної мови та вміння ними користуватися, що забезпечує великий словниковий запас, включаючи знання про значення та ситуації використання тієї чи іншої лексики.

Вибір лексичних елементів залежить від ситуації мовлення. Учитель повинен створити сприятливі умови для свідомого вивчення лексики іноземної мови за допомогою різновидів навчальних комунікативних ситуацій, та проходячи три основні етапи засвоєння нового матеріалу. Спочатку учень ознайомлюється з новим лексичним матеріалом за допомогою контексту та конк-

ретної мовленнєвої ситуації, потім ці знання закріплюють за допомогою тренувальних вправ та самостійного застосування лексики в ситуативному мовленні.

В процесі вивчення лексики необхідно звертати особливу увагу на психологічні та фізичні потреби та можливості учнів. Такі аспекти як гнучкість, нейронний та фізичний розвиток мозку дитини, рівень її навичок усного мовлення, розвиток уваги та уяви разом із навичками запам'ятовування певної інформації є ключовими під час засвоєння нових слів [3, с.59-83].

Діти віком від 6 до 10 років мають короткий час утримування уваги на одному завданні і він охоплює в загальному 7 хвилин. Саме тому вчитель повинен використовувати різні види діяльності, поєднуючи їх з аудіо та відео матеріалами, а також іграми, адже, сприйняття інформації у цьому віці є мимовільним. Одним із найкращих варіантів для швидшого та ефективного засвоєння лексики та розвитку інших мовленнєвих компетентностей є використання комунікативного підходу. Він дозволяє сприймати мову через її найважливішу форму – комунікацію, а також позбавляє учня потенційного страху та хвилювання перед використанням іноземної мови. Беручи до уваги особливості учнів 1-4 класів, ми можемо прийти до висновку, що наявність правильного та якісного прикладу мовленнєвої ситуації сприяє швидшому засвоєнню лексичного матеріалу.

Тобто вирішальним чинником успішного формування іншомовної лексичної компетенції в досліджуваній віковій групі є комплексність та всебічна інтеграція лексики в повсякденні ситуації.

Список літератури

1. Бігич О.Б. Особистісно-діяльнісний розвиток молодшого школяра на уроці іноземної мови: монографія – Київ. : Вид. центр КНЛУ, 2010. 138 с.
2. Зимняя И.А. Ключевые компетенции – новая парадигма результата образования. *Высшее образование сегодня*. 2003. № 5. 220 с.
3. Nation, I.S.P. How large a vocabulary is needed for reading and listening. *The Canadian Modern Language Review*. 2006. 150 p.

Юлія Антохій

Науковий керівник — проф. Єсипенко Н. Г

Організація навчання англійської мови як іноземної в середній школі

В Україні старша школа включає 10-11 класи і відноситься до III ступеня системи загальної середньої освіти. На підставі освітньої програми закладу реалізується ступенева система освіти. Така програма містить компоненти, необхідні для досягнення учнями результатів у навчанні. [1]

Завдяки освітній програмі старшої школи, завершується загальноосвітня підготовка учнів з усіх предметів. [3, с. 5] Основними вимогами щодо загальноосвітньої підготовки учнів з навчальної дисципліни «Іноземна мова» є розвиток особистості учня, формування комунікативної компетентності(КК) та загальне уявлення про мову та літературу.

Основною метою навчання англійської мови є формування в учнів іншомовної комунікативної компетентності (ІКК), враховуючи їхні комунікативні уміння, розвиток умінь спілкуватися в усній та письмовій формах. [3, с. 7]

Навчання англійської мови здійснюється за навчальною програмою, яка складається з пояснювальної записки, основного змісту навчання англійської мови та орієнтовних результатів досягнень учнів.

Зміст навчання англійської мови структурують у такі компоненти як лінгвістичні компетенції , психологічний компонент та методологічний компонент (як вчитися). [2, с. 19-20]

Процес навчання являє собою спільну діяльність вчителя і учнів. Головними завданнями учителя є мотивувати учнів, скеровувати їхні навчальні дії, організовувати навчання індивідуально до кожного учня, давати матеріал для вивчення та контролювати ефективність вивчення.

Організація навчання складається з трьох основних факторів: мети навчання, змісту, методів, технологій і засобів навчання.

Сучасна методика навчання іноземних мов у середній школі пропонує п'ять основних цілей навчання, які дають відповіді на питання «З якою метою навчати?»: практична, освітня, розвива-

льна, виховна, професійно-орієнтовна. [4, с. 40] Практична мета навчання є провідною, тому що вона передбачає формування іншомовної комунікативної компетенції учня.

Є три основні компоненти змісту навчання іноземної мови, які розкривають питання «Що саме треба навчати?»: теми спілкування, навчальний матеріал, навички та уміння мовлення. [4, с. 48]

Основним засобом навчання, який допомагає учителю організувати ефективне навчання іноземної мови, а учням допомагає оволодіти нею, є навчально-методичний комплекс(НМК). [5]

Метою нашого дослідження є узагальнити педагогічні практики в Україні щодо організації навчання іноземних мову середній школі та описати новітні підходи до ІКК в умовах сьогодення.

Список літератури

1. Закон України «Про повну загальну середню освіту» (2020р.).URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/463-20#Text>
2. Курс методики викладання іноземної мови : навчальний посібник / укл. Н. Г. Єсипенко. Чернівці : Родовід, 2017. 192 с.
3. Методика викладання англійської мови : навчально-методичний посібник для студентів вищих навчальних закладів / укл. Холод Ірина Василівна. Умань : Візаві, 2018. 165 с.
4. Методика навчання іноземних мов у середніх навчальних закладах : гідручник. Вид. 2-е, випр. і перероб. / кол. авторів під керівн. С. Ю. Ніколаєвої., Київ.: Ленвіт, 2002. 328 с.
5. Stern Н.Н. Fundamental Concepts of Language Teaching. Oxford : Oxford University Press, 1996. 582 p.

Марія Баланда

Науковий керівник –проф. Єсипенко Н. Г.

**Стратегії розвитку критичного мислення при навчанні
письма учнів середньої школи на уроках англійсь-
кої мови**

Критичне мислення є однією з ключових навичок 21 століття. Це поняття вивчали багато науковців, а саме Дж. Брунер, Л. Виготський, Д. Дьюї, Д. Клустер, А. Кроуфорд, М. Ліпман та ін. Серед українських вчених дослідженню цієї теми присвятили свої праці І. Бондарчук, Т. Воропай, О. Пометун, С. Терно, О. Тягло.

Канадський вчений Ральф Х. Джонсон зазначав, що критичне мислення – це «особливий вид розумової діяльності, що дозволяє людині винести раціональне судження щодо запропонованої їй точки зору або моделі поведінки» [3, с. 15]. До основних характеристик критичного мислення належать: самостійність, постановка проблеми, ухвалення рішення, чітка аргументованість та соціальність.

Розглядаючи освітню технологію розвитку критичного мислення в процесі навчання, слід додати, що це насамперед сукупність різних технік та прийомів, що спонукають до дослідницької та творчої діяльності. У рамках технології розвитку критичного мислення в процесі вивчення англійської мови є 3 технологічні етапи: фаза виклику, фаза реалізації та фаза рефлексії [4, с. 164-165].

Готуючись до уроку, вчителю важливо усвідомлювати цілі, яких потрібно досягти на цьому конкретному занятті. У 1956 році американський психолог Бенджамін Блум у книзі «Таксономія освітніх цілей: сфера пізнання» («Taxonomy of Educational Objectives: Cognitive Domain») запропонував правила чіткого й однозначного формулювання і впорядкування цілей навчання:

— цілі когнітивної групи (розуміння, відтворення, застосування, аналіз, синтез, оцінка);

— цілі афективної групи (вони виражаються через сприймання, інтереси, нахили, здібності тощо);

— цілі психомоторні (навички письма, мовленнєві, фізичні, трудові навички) [2, с. 62]. До основних стратегій критичного мислення належать: «Мозкова атака», «Асоціативний куц» («гранування»), «Кубування», стратегія «ЗХД» та ін.

Середня школа є завершальним етапом формування бази для успішного володіння навчальним іншомовним матеріалом. Згідно досліджень Ж. Піаже, вік 14-16 років – є найоптимальнішим періодом для розвитку критичного мислення школярів.

Письмо тісно пов'язано з іншими видами мовленнєвої діяльності. У методиці викладання іноземної мови письмо – це не лише знакова система фіксації мови, що дозволяє передавати інформацію у просторі та закріплювати її у часі, але й «продуктивний вид мовленнєвої діяльності, який забезпечує висловлення думки у графічній формі» [1, с.197].

У підсумку, зазначимо, що планування та проведення уроку з англійського письма за стратегією розвитку критичного мислення передбачає певний вибір методів, організацію індивідуальної, парної та групової роботи та системний підхід до організації навчання, які складають основу нашого дослідження.

Список літератури

1. Азимов А. Г., Щукин А. Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) Москва. : ИКАР, 2009. 448 с.
2. Нова українська школа : poradnik dla vchytel'ya / za zag. red. H. M. Bıbık. Kyıv : Lıtera LTTD, 2018. 160 с.
3. Вукіна Н. В., Н. П. Дементієвська, І. М. Сущенко. Критичне мислення: як цьому навчати : наук.-метод. посібник; за наук. ред. О. І. Пометун. Харків, 2007. 190 с.
4. Курнос Л. Б. Розвиток критичного мислення учнів на уроках англійської мови. *Таврійський вісник освіти*. 2015. № 2(1). С. 162-167. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tvo_2015_2\(1\)_32](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tvo_2015_2(1)_32).

Богдана Басараба
Науковий керівник – асист. Негрич Н.Д.

Розвиток умінь діалогічного мовлення на уроці англійської мови в учнів старшої школи

В.В. Черниш визначає діалогічне мовлення як процес мовленнєвої взаємодії двох або більше учасників спілкування. У межах мовленнєвого акту кожен з учасників по черзі виступає як мовець (ініціатор спілкування – адресант) і як слухач (партнер по спілкуванню – адресат) [1, с.11].

О. Б. Бігич виділяє три основні групи вправ, метою яких є поетапний розвиток діалогічного мовлення. Серед них виокремлюють[2, С.320]:

- *Реплікування* (відпрацювання різних типів питань використовуючи кліше та підстановку під шаблон);
- *Оволодіння діалогічними єдностями* (самостійне вживання реплік, режим *учень-учень*, кожен з яких по черзі бере участь в створенні ініціативи та реакції);
- *Оволодіння різними функціональними типами діалогу* (спонукання учнів до практики діалогів різних функціональних типів зі зверненням до природних опор).

Метою практичної роботи є дослідження рівня та компетенції діалогічного мовлення, а також розроблення вправ на основі отриманих результатів учнів старшої школи у рамках визначеної навчальної програми.

В умовах проходження педагогічної практики для здійснення дослідження та експерименту було проведене опитування в десятому класі спеціалізованої школи для визначення проблем, з якими зіштовхуються учні під час діалогічного мовлення, а також підгрунтя для подальшого розроблення вправ задля задоволення різного роду потреб в діалогічному мовленні

В опитуванні взяли участь 8 учнів. На основі отриманих відповідей ми маємо наступні результати: 75% стверджують, що їм важко складати діалог; 50% відчують нестачу словникового запасу під час складання діалогів; 37.5% вживають певне слово, навіть якщо воно поза контекстом, лише щоб щось сказати;

100% дітей стверджують, що їм допомагають аудіо, візуальні матеріали, а також діалоги-зразки; 50% не вживають слово, якщо не впевнені в його вимові; 62.5% мозковий штурм перед роботою додає впевненості.

Виходячи з даних опитування ми можемо дійти висновку, що в подальшій роботі саме з цією групою учнів варто застосовувати візуальні, аудіальні опори та приклади діалогів задля покращення якості роботи. Перед творчим процесом мозковий штурм стане не лише методом натхнення, але й платформою для різноманітних ігор та способів взаємодії. Планується покращення даного виду роботи шляхом проходження всіх етапів розвитку діалогічного мовлення (реплікування; оволодіння діалогічними єдностями та оволодіння різними функціональними типами діалогів з використанням різного виду опор). Тематика та база для створення діалогів будуть взяті з підручника, з яким працюють учні – Focus4, що також допоможе практикувати та закріпити програмну лексику. У роботі будуть використані автентичні текстові, аудіо- та відео- матеріали. Після проходження всіх етапів розвитку діалогічного мовлення, очікується, що учні знайдуть свої комфортні стратегії для побудування якісного діалогу, а також оволодіють різними функціональними типами діалогу (діалог-розпитування, дискусія, обмін враженнями, етикетного характеру [2, с.316-317]). Даний план роботи реалізовуватиметься з групою, яка проходила опитування. Слід пам'ятати, що методи, дієві для одних, можуть бути безрезультатні для інших, саме тому варто використовувати персоналізований підхід до кожної групи.

Список літератури

1. Черниш В.В. Навчання іншомовного діалогічного мовлення в аспекті компетентнісного підходу. *Київський національний лінгвістичний університет*. 2012. №4. С. 11.
2. Методика навчання іноземних мов і культур: теорія і практика : підручник для студ. класичних, педагогічних і лінгвістичних університетів / Бігич О.Б., Бориско Н.Ф., Борецька Г.Е. та ін.; за заг. ред. С.Ю. Ніколаєвої. Київ.: Ленвіт, 2013. С.316-317.

Ангеліна Безиль

Науковий керівник – доц. Суродейкіна Т.В.

Особливості мовних тенденцій англomовних соціальних мереж

Мета роботи – вивчення особливостей сучасного сленгу соціальних мереж в англійській мові.

В сучасному світі соціальні мережі стали щоденним засобом комунікації та важливим джерелом інформації. Вибір користувачем соціальної мережі залежить від багатьох факторів, серед яких чільне місце посідають вік та вподобання.

На кожній Інтернет-платформі для обміну інформацією має місце масова комунікація, що відрізняється від спілкування у реальному житті. Найчастіше у соціальних мережах використовують сленг та аббревіатуру з метою змогу скоротити час передачі інформації.

За даними аргентинської мовної школи Bright School of English до найвживаніших у соцмережах сленгізмів та аббревіатур належать: *Hashtag*, *DM* (Direct Message), *AMA* (Ask Me Anything), *Bump*, *Troll*, *Lurker*, *Meme*, *Facepalm*, *Epic fail*, *All the things*, *I can't even*, *Well played*, *FAQ* (Frequently Asked Questions), *Totes / Adorbs*, *Just sayin'*, *Pwned*, *Lag*, *Noob*, *TBH* (To Be Honest), *IMHO* (In My Humble Opinion), *Photobomb*, *Spam*, *Trending*, *Handle / Alias*, *Haha*, *IRL* (In real life), *NSFW* (Not Safe For Work), *TL* (Too Long), *DR* (Didn't Read), *OTL* [2].

Для соціальних мереж характерне використання так званого хештега (з англ. *hashtag*, від *hash* — «символ ґратки»), тобто ключового слова чи словосполучення, перед яким стоїть символ «#». Користувачі використовують сленги з хештегом, аби їх могли побачити інші користувачі. Це дає змогу незнайомим людям зі схожими інтересами ознайомитися з публікаціями один одного.

Ф. Г. Мухаметзянова, Р. Р. Хайтрудинов та А. Р. Гайсіна проаналізували сленгізми та аббревіатури, що використовуються на вищезгаданих платформах. Так, вчені виокремили найбільш поширені сленги для таких мереж:

- **Instagram:** *DIY* (Do It Yourself - з англ. «зроби своїми руками») (його вжили 22 502 301 раз), *GM* (Good Morning – о з англ. «Доброго ранку») (9 281 788 згадувань);

- **Twitter:** *On fleek* (суб'єкти суспільної мережі скористались ним 329 325 разів), *DM* (Direct Message – з англ. «приватні повідомлення») (120 078 разів);

- **YouTube:** *GRWM* (Get Ready With Me – з англ. «готуємо зі мною») (зафіксовано 2 420 000 відео з використанням цього сленгового утворення), *OOTD* (Outfit Of The Day – з англ. «наряд дня») (2 220 000 згадувань), *Vlogmas* (Vlog + Christmas – «Різдвяний відеоблог»);

- **Facebook:** *#IRL* (In Real Life – з англ. «у реальності») (використано 93 179 разів), *#ICYMI* (In case you missed it – з англ. «у разі, якщо ви пропустили це») (98 913 згадувань) [1, с.89-90].

Сайт YouTube – комерційна Інтернет-платформа. Використовуючи її, суб'єкти можуть отримати певний дохід з кожного перегляду їхніх відео за умови, що кількість переглядів становить мінімум 1000. «Аналіз показав, що користувачі YouTube послуговуються сленгом і скороченнями здебільшого задля збільшення кількості переглядів, а відтак – отримання заробітку» [1, с. 90].

Отже, сленг є найбільш популярним видом комунікації в Інтернет-просторі. У мережах Instagram та YouTube особливо помітна суб'єктивність цього соціолекту з метою власної популяризації та заробітку. На платформах Facebook і Twitter користувачі частіше використовують сленг задля привертання уваги та передачі важливої інформації.

Список літератури

1. Мухаметзянова Ф. Г., Хайрутдинов Р. Р., Гайсина А.Р. Психолінгвистические особенности использования субъектом сленга и аббревиатур в англоязычных социальных сетях. *Фундам. аспекты психологического здоровья*. 2018. № 2. с. 88-91.
2. Bright School of English. Essential INTERNET SLANG Words and Phrases in English. URL : <https://www.facebook.com/121616291800899/posts/30-essential-internet-slang-words-and-phrases-in-english1-hashtagmany-websites-a/335345023761357/> .

Фоносемантичний маркетинг німецьких рекламних торгових марок

На сучасному ринку конкуренція між торговими марками зростає, і тому провідні позиції вдається утримати тим маркам, які застосовують нові підходи під час розробки своєї продукції. Одним із аспектів цих підходів є маркетингова фоносемантика, яка використовує зміст звукової форми мови для посилення сприятливого впливу на свідомість цільових груп споживачів при позиціонуванні матеріальної та нематеріальної цінності товару [1, с. 109].

Звукова картина торгової марки повинна відповідати особливостям продукції, оскільки часто саме завдяки звукам споживач може на асоціативному рівні зрозуміти, про який вид товару йде мова. Так, наприклад, кухонний рушник під назвою «Vileda» звучить ідентично до словосполучення «wie Leder», тільки пишеться по-різному, а мийка з нержавіючої сталі під назвою Nirosta відразу ж вказує на якість товару, який ніколи не ржавіє «nie rostet», почувши назву торгової марки шампуню «Schauma», у споживача виникне асоціація про те, як він добре піниться [2, с. 183].

Цікавим є спостереження дослідниці реклами I. Schloss «Chickens and pickles», яка серед 200 назв торгових марок виявила, що половина з них починалася з проривного приголосного [b], [p], [d], [t], [g], [k], завдяки цьому прийому легше розпізнати та виділити торгову марку [2, с. 180].

Нами було проведено дослідження 374 назв торгових марок із різних категорій, серед яких: солодощі, напої, продукти харчування, товари для випічки, товари для догляду за волоссям та шкірою, товари для догляду за ротовою порожниною та товари для побуту. Цікавим є те, що із 374 торгових марок 89% починаються на приголосний, а 44 % – на проривний приголосний. Аналізуючи назви, ми побачили певну закономірність повтору голосних та приголосних звуків, які підсилюють ефективність звучання. Так, у назвах шоколаду домінують початкові носові,

губні приголосні [m] та [n], які викликають асоціацію, пов'язану із «смакуванням» продукту «ням-ням»: Maoam, MinusL, Marabou, Nippon, Nestle ($\chi^2=25,95$; $K=0,46$). Характерним для категорії «солодощі» було подвоєння фонем [m], [l], [t], [f], [g], [s] та [p], що вказує на «розтягнення задоволення» під час коштування із метою насолоди продуктом: nimm2, Dallman's, Schogetten, Toffiffe, Griesson, Knopppers. Що стосується сегменту напоїв, то в даному випадку прослідковується домінування фонем [o] в різних позиціях, що нагадує нам сам «акт пиття» – ковток: Dovgan, Kimbo, Dollmayr, Bionade, Caro, Cola-Cao, Senseo, Tassimo, Monin. В назвах кави, чаю та пива чітко спостерігається домінування в різних позиціях проривних, дзвінких, альвеолярних приголосних [b], [d], [g], що підкреслює міцність напою: Tschibo, gourmesso, Badilotti, Desperados, Bad Harzburger, Neuspringer, Bitburger, Granini. Серед засобів для догляду за волоссям переважають фонем [l] та [v], які своєю вимовою та написанням символізують «тип волосся», а саме: l – довге волосся, а w – хвилясте, кучеряве, як от Alpecin, Wella, Gliss Kur, Logona, Lavera, Alviana, Goldwell, Revlon ($\chi^2=11,63$; $K=0,53$). Очевидним нам видається домінування в назвах побутових засобів, зокрема – порошку, до прикладу, фонем [r] та [l] в одній назві: Ariel, Coral, Persil, Perwoll, Lenor, символічні значення яких наче імітують «процес прання» (r) та «пом'якшення» (l). Примітним є наявність у назвах миючих засобів бокової альвеолярної фонем [l], яка в даному випадку викликає асоціацію «м'якості» засобу: Holste, Sil, Almawin, Pri, Palmolive.

Підсумовуючи вище сказане, варто звернути увагу на те, що використання фоносемантики дозволяє керувати сприйняттям та відчуттями споживачів згідно заданої цілі під час їх знайомства із рекламованим товаром. Це свідчить про те, що засновані на аспектах звукосимволіки та фоносемантики торгові марки є ефективнішими у порівнянні з іншими.

Список літератури

1. Куцерубов А. Е. Маркетинговая фоносемантика. Социально-экономические явления и процессы. 2011. №. 10 (32). С. 108-110.
2. Elsen H. Einführung in die Lausymbolik. Berlin : Erich Schmidt Verlag 2016. S. 292.

Стереотипізація опозиції свій/чужий у фразеологізмах французької мови

У сучасній науковій парадигмі широко представлено лінгвокультурологічний підхід до опису опозиції «свій / чужий», співвіднесений із дослідженнями духовної сфери людства, реконструкцією за фактами мови архаїчної моделі світу, виявленням і описом лінгвокультури, констант французької культури, її ціннісними орієнтирами тощо. Відтак, **актуальність теми** зумовлено увагою у лінгвістиці ХХІ ст. до мови як специфічного способу існування культури. Такий підхід до вивчення взаємозв'язку мови і культури нації дозволяють визначити опозицію «свій / чужий» не тільки як основну бінарну опозицію світової і французької культури, а й як мовний феномен. **Метою роботи** є аналіз способів репрезентації опозиції «свій/чужий» у французькій мові на фразеологічному рівні. Насамперед зазначимо, що особливістю фразеології є те, що вона завжди містить частку стереотипного національного бачення і дуалізму, а одним зі способів передачі його є використання етнімів. У французькому фразеологічному фонді представлено низку одиниць, які відображають стереотипне уявлення французів не тільки про «чужих», а й про частину «своїх», свого власного народу, зокрема гасконців або нормандців, напр.: *répondre en Normand* «відповідати хитро»; *faire la lessive de Gascon* «пускати туман в очі».

До ознак «французького національного характеру», вслід за лінгвістами [2, с.76-103], зараховуємо: 1) базові ознаки, або природні якості характеру, напр.: *être froid comme une carafe d'orgeat* «бути дуже холодним, байдужим»; 2) етичні властивості характеру, що складаються у процесі соціалізації індивіда, напр.: *un grand abatteur de besogne* «роботяга»; 3) естетичні ознаки, що характеризують людину за її відношенням до самої себе, своєї зовнішності, напр.: *être tiré à quatre épingles* «одягнений з голочки»; 4) аномальні ознаки, тобто якості, які не відповідають нормі і, в такий спосіб, виражають поняття «чужий», напр.: *couille molle* «людина-ганчірка».

Стереотипізацію уявлень, зафіксованих у французьких фразеологізмах, можна також розглядати разом із процесом імлікації, компресії знань про навколишню дійсність [1, с 78]. Відтак, основу поняття «свій» складають елементи «належність», «кровна пов'язаність» і «духовна (ідейна) єдність». Водночас, вразовуючи, що сучасність пов'язана із тенденціями глобалізації, плюралізму, мультикультуралізму, інтеграції, а тон останнім задає толерантність, така толерантна свідомість народжує необхідність толерантного ставлення до впливу, розпізнаного як «чужий». Прикметно, що бінарна опозиція чоловік/жінка в значенні «свій/чужий» виявляється у тому, що мислення бінарними опозиціями є загальнолюдською характеристикою. Так, у французьких пареміях концепт ЧОЛОВІК представлений такими словами, як: *homme* «чоловік», *seignor* «пан; представник влади», *villain* «селянин; простолюдин». Тоді як концепт ЖІНКА представлено лише одним словом *femme*, яке має два значення «жінка» і «дружина».

Отже, вивчення французького національного характеру в дзеркалі фразеології постає як невід'ємна частина дослідження національного менталітету і національної картини світу. В семантичній структурі фразеологізмів, як одиниць побічно-похідної номінації, об'єктивуються стереотипні уявлення членів різних лінгвокультурних спільнот і актуалізується асоціативно-смысловий потенціал інокультурного знаку. Андроцентричність в свідомості французького народу знайшла своє відображення в мові в цілому і у фразеології зокрема. Відтак, опозиція «свій/чужий» є ключем до розуміння багатьох явищ у багатій палітрі фразеологічного матеріалу, що зумовлює необхідність її подальшого дослідження, а також доповнення теорії стереотипізації у фразеологізмах французької мови, в чому й полягає **перспектива** дослідження.

Список літератури:

1. Виноградов В.В. Лексикология и лексикография. Москва : Наука, 2007. 310 с.
2. Гак В. Г. Теоретическая грамматика французского языка: учеб. для студентов вузов. Москва : Добросвет, 2004. 862 с.
3. Rey A., Chantreau S. Dictionnaire des expressions et locutions. Paris, 2003. 1088 p

Яна Божинська
Науковий керівник – доц. Мельник Ю.Й.

Розвиток навичок усного мовлення іноземною мовою в учнів початкової школи

Актуальність розвитку навичок усного мовлення іноземною мовою в учнів початкової школи зумовлюється реформою освіти в Україні, згідно якої початковий етап вивчення іноземної мови був перенесений з п'ятого класу основної в другий клас початкової загальноосвітньої школи. Це означає, що по закінченню другого класу учні мають оволодіти іншомовною комунікативною компетентністю на рівні елементарного користувача А1. Цей рівень за визначенням глобальної шкали Загальноєвропейських Рекомендацій з мовної освіти передбачає: формування в учнів компетенцій як-от розуміння та вживання в побутових повсякденних ситуаціях елементарних виразів, а також комунікативну взаємодію на простому рівні [1, с. 3], [2, с. 10].

Проаналізувавши праці Л.С. Виготського, П.Я. Гальперіна, О.Н. Леонтьєва, М.А. Блонського, Л.С. Румянцевої, І.Д. Беха, Л.І. Божович, М.Й. Боришевського, Т.В. Гаврилової, Б.І. Додонова, В.В. Зеньківського, О.Л. Кононко, Ю.О. Приходько, П.Я. Гальперіна, Л.С. Сапожнікової, Є.В. Суботського, Г.А. Овчіннікової, Т.М. Титаренко, Д.М. Фельдштейна, В.Е. Чудновського, С.Г. Якобсон, Т.С. Яценко та інших учених, хочемо відзначити, що вирішальну роль у набутті учнем початкової школи навичок усного мовлення іноземною мовою відіграють такі психологічні процеси як пам'ять, мовлення, мотивація, сприйняття та увага. Знання вчителем їхніх закономірностей значно полегшує організацію навчання та забезпечує вчителю успішну взаємодію з учнями початкової школи [3, с. 65].

Доцільно зауважити, що формування іншомовної комунікативної компетенції в таких учнів можливе у формі монологічного та діалогічного мовлення. Правильна організація навчального процесу та вибір ефективної технології навчання сприятимуть швидкому та ефективному засвоєнню навичок усного мовлення [4, с. 36].

Дієвою в цьому випадку виступає ігрова технологія навчання. Як свідчать численні наукові розвідки, найважливішим прийомом формування мовленнєвого досвіду учня початкової школи є „особлива форма життя дитини в суспільстві – гра” [5, с. 320]. Ігри та ігрові вправи, проблемні ситуації сприяють розвитку мовлення, оскільки ігровий сюжет потребує мовленнєвого спілкування, спонукає до висловлювання своїх думок, бажань, пояснення своїх рішень. До таких належать з-поміж інших „Dominoschlange“, „Steckbrief“, „Drillingspuzzle“, „Kommunikationsallee“ тощо.

Провідні педагоги та методисти підкреслюють важливість комунікативних ігор, які розвивають нові, прогресивні форми, викликаючи в учнів сильний пізнавальний імпульс, що є основою виникнення стимулу до навчання [6, с. 389]. Поряд із цим також відбувається формування довільної поведінки дитини, її соціалізація [6, с. 57].

Отже, враховуючи такі психологічні процеси усного мовлення як пам'ять, увага, сприйняття, мовлення, пропонуємо комунікативну гру як ефективну технологію для успішного оволодіння навичками усного мовлення іноземною мовою учнями початкової школи.

Список літератури

1. Іноземні мови. Програми для загальноосвітніх навчальних закладів та спеціалізованих шкіл з поглибленим вивченням іноземних мов В. Г. Редько; [відп. за вип. О. Я. Коваленко]. Київ : Перун, 2005. С. 6.
2. Загальноєвропейські Рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання / наук. ред. українського видання С. Ю. Ніколаєва. – Київ : Ленвіт, 2003. С. 24.
3. Методика навчання іноземних мов і культур: теорія і практика : підручник для студ. класичних, педагогічних і лінгвістичних університетів / Бігич О. Б., Бориско Н. Ф., Борецька Г. Е. та ін. за заг. ред. С. Ю. Ніколаєвої. Київ : Ленвіт, 2013. 590 с.
4. Скалкин В. Л. Обучение диалогической речи (на материале английской речи): пос. [для учит.]. Киев : Рад. школа, 1989.
5. Полонська Т. К. Сутність ігрових технологій у навчанні іноземних мов учнів початкової школи на компетентнісних засадах: *Проблеми сучасного підручника*. 2018. №. 20. С. 317-327.
6. Олійник Т. І. Рольова гра у навчанні англійської мови. Київ : Освіта, 1992. 127 с.

Тетяна Бойко

Науковий керівник – доц. Сурудейкіна Т.В.

Використання інноваційних методів навчання іноземної мови як засобу формування граматичних компетенцій учнів старших класів

Мета роботи: проаналізувати теоретичні основи формування граматичних компетенцій учнів на старшому етапі навчання.

Вік учнів старшої школи – 15–17 років – найважливіший вік у психосоціальному розвитку учня. На цьому етапі учні виявляють більше самостійності в заняттях.

Основною задачею в навчанні граматики – навчити учнів практично користуватися нею в комунікативних цілях, а це означає «оволодіти способами змінювати форми слів та поєднувати слова в реченні» [4, с. 331].

І. Чернецька пояснює граматичну компетентність як «здатність індивіда комунікативно доцільно і ситуативно адекватно користуватися іншомовними граматичними знаннями та навичками метою адекватної реалізації своєї мовленнєвої поведінки даною іноземною мовою у процесі спілкування» [5, с. 39].

Аналіз досліджень низки вчених (Де Бот К., М. Клайн, Н. Маркс, В. Хуфайзен та ін.), дозволяє виділити фактори, які сприяють формуванню іншомовної граматичної компетенції, а саме: внутрішні, зовнішні та лінгвістичні. Ці фактори «допомагають вчителю керувати розумовою діяльністю учнів та використовувати вплив окремих психологічних процесів на якість оволодіння іншомовним мовленням» [3, с. 311].

Навчання іноземної мови у старшій школі здійснюється на базовому загальноосвітньому та поглибленому профільному рівнях відповідно до визначеного навчального плану та спеціальних навчальних програм [1]. Учні старших класів у загальноосвітніх навчальних закладах на кінець 11 класу мають досягти рівня B1, в тому числі і граматичної компетенції.

Компонентами граматичної компетенції є граматичні знання, мовленнєві граматичні навички і граматична здатність. Виділяючи ці важливі складники, беремо до уваги виділені С.Ф. Шатіловим етапи формування мовленнєвої граматичної навички: – орієнтовно підготовчий;

- стереотипно-ситуативний;
- варіюючи-ситуативний [6].

Поняття інноваційних технологій вивчали багато науковців, а саме І.М. Дичківська, Т.Ф. Коляда, М. Майлз, Л.Г. Овчаренко, В.Ф. Паламарчук, І.П. Підласий, тощо.

І.М. Дичківська визначає інноваційні технології як "цілеспрямоване, систематичне й послідовне впровадження в практику оригінальних, новаторських способів, прийомів педагогічних дій і засобів, що охоплюють цілісний навчальний процес від визначення його мети до очікуваних результатів" [2]. До основних інноваційних методів належать: "Внутрішні кола", "Мозковий штурм", метод проектів ("Construction and Practical Projects", "Creative works"), граматичні ігри ("Grabaminute", "Warm up activity") тощо.

У підсумку, зазначимо, що при формуванні граматичної компетенції в учнів старших класів використання інноваційних технологій надає широкий вибір методів, організацію різних видів роботи та стимулює творчі здібності учнів.

Список літератури

1. Державний стандарт базової і повної загальної середньої освіти. Інформаційний збірник та коментарі МОН України. Київ, 2012. 56 с.
2. Дичківська І.М. Інноваційні педагогічні технології : навч. посібник. Київ : Академвидав. 2004. 352 с.
3. Ніколаєва С.Ю. Практикум з методики тестування іншомовної лексичної компетенції (на матеріалі англ. мови). Київ : 1996. 311 с.
4. Миролюбова А., Рахманова И., Цетлин В. Общая методика обучения иностранным языкам в средней школе. Москва : 1967. 405 с.
5. Чернецкая И.В. Профессионально-направленное обучение грамматике английского языка студентов старших курсов филологических факультетов педагогических вузов (английский язык как вторая специальность): дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02. Санкт-Петербург, 2001. 214 с.
6. Шатилов С.Ф. Методика обучения немецкому языку в средней школе. *Просвещение*. Москва : 1986. 223 с.

Анастасія Бойчук

Науковий керівник – доц. Олексишина Л.Г.

Транскреація як новий підхід до перекладу рекламних текстів та слоганів

Глобалізація, а також прагнення налагоджувати торговельні зв'язки з країнами всього світу сприяють розвитку не лише маркетингу, а й зокрема перекладу. Щоб бути ефективною, реклама повинна сягати не тільки розуму, а й душі та серця споживача. Адже головне завдання перекладачів та маркетологів – це здолати всі мовні та культурні бар'єри аби маркетингові стратегії ефективно функціонували на іноземному ринку.

Саме тому останнім часом великої популярності набуло поняття «транскреація», що використовується для позначення перекладу здебільшого в маркетинговій сфері.

Тому **метою** нашої роботи є дослідження такого явища як транскреація та як переклад рекламних текстів та слоганів впливає на безпосередньо продаж товару.

Транскреація – це процес створення і адаптації нового контенту для певної цільової аудиторії, який превалює над прямим перекладом оригінальної версії. Тобто в ході транскреації перекладач передає основний зміст та емоційне навантаження текстів за допомогою абсолютно відмінних від вихідної мови засобів цільової мови, тобто це процес, що знаходиться між перекладом та творенням нового тексту [2].

Необхідно коротко зупинитися на розбіжностях між власне перекладом і транскреацією. Отже, під час власне перекладу зміст повідомлення залишається незмінним, тоді як типовим для транскреації є створення іншого змістового наповнення для досягнення бізнес-мети. Порівняно з власне перекладом транскреація є досить трудомістким процесом, вона вимагає оригінального і креативного мислення. У результаті вихідний текст і його форма можуть бути повністю видозмінені [1].

Наприклад гасло німецької електротехнічної та машинобудівної фірми, виробника електро-механічної індустріальної та побутової техніки «Robert Bosch GmbH» звучить як «Bosch – Technik fürs Leben», що дослівно перекладається як «Бош – тех-

ніка для життя». Натомість на україномовному сайті гасло фірми звучить «Bosch – винайдено для життя». Україномовний сайт трохо змінив гасло аби логічно адаптувати його для українського ринку.

Цікавий приклад транскреації ми віднайшли на сайті німецької компанії «TeKa Group». У рекламному тексті спостерігаємо «Koche wie du lebst» (пер. укр. «Готуй, як живеш»). На сайті, який розрахований на англомовних споживачів цей текст звучить «Cook your way to life» (пер. укр. «Приготуй свій шлях до життя»). На україномовному сайті це слоган залишили не перекладеним.

Реклама холодильника від фірми «SEVERIN» в оригіналі звучить просто «Cooler Kühlschrank» (пер. укр. «Класний холодильник»). Англомовний сайт продає той самий холодильник з зовсім іншим рекламним слоганом – «Fresh and Free to satisfy hunger», що дослівно перекладається «Свіжий та вільний, щоб втамувати голод». Цей варіант ймовірно більше цікавить та заохотить до покупки англомовних покупців

Ще одні не типові приклади транскреації можна спостерігати у назвах серіалів та фільмів. Наприклад, продюсерська компанія Netflix презентувала мінісеріал під назвою «*The Queen's Gambit*» (пер. укр. «Королівський гамбіт» або «Гамбіт королеви»). Німецькою мовою серіал має назву «Das Damengambit», а українською «Ферзевий гамбіт». Найактуальнішим на нашу думку є російський переклад — «Ход королеви» (пер. укр. «Хід королеви»), оскільки обидва слова є відомими для звичайного глядача, який ніколи не мав справи з грою у шахи. Така назва здатна заохотити до перегляду не лише прихильників гри у шахи, а й звичайного глядача.

Список літератури

1. Вергун Л. І. Транскреація як засіб міжкультурної комунікації. Тернопіль : ТНЕУ, 2016.
2. Ray R., Kelly N. Reaching New Markets through Transcreation, Lowell, Massachusetts : Common Sense Advisory, Inc., 2010. 50 p.

Марія Боровська

Науковий керівник — проф. Єсипенко Н. Г.

**Формування мовленнєвої компетентності учнів
молодшої школи засобами інтерактивних технологій
на уроках англійської мови**

У сучасній системі освіти України особлива увага приділяється формуванню мовленнєвої компетентності у початковій школі. Багато вчителів прагнуть організувати їхній урок у такий спосіб, щоб він був як цікавий так і продуктивний.

Одним із дієвих способів організації навчально-пізнавальної діяльності, яка має конкретну, передбачувану мету — створити комфортні умови навчання, за яких кожен учень відчуває свою успішність та інтелектуальну спроможність є інтерактивне навчання. Його слід розглядати як навчання з використанням інтерактивних технологій. [1, с. 7]

Інтерактивні технології навчання визначаються як технології, за яких засвоєння матеріалу відбувається в результаті спілкування між тими, хто вчить і хто вчиться, тобто між тими, хто має певні знання, досвід, та тими, хто їх набуває. У процесі такої організації навчально-пізнавальної діяльності її учасники набувають усіх видів людської діяльності, тобто мети й змісту навчання. [2, с. 55]

Інтерактивні технології розвивають критичне мислення учнів, їх читацьку культуру, творчі здібності, виховують толерантне ставлення до іншої точки зору, культуру полеміки та самопрезентації. Значно розширюються пізнавальні можливості учнів, зростає їх внутрішня мотивація до вивчення предмета. Інтерактивні технології відіграють важливу роль у сучасній освіті, їх перевага в тому, що учні засвоюють всі рівні пізнання (знання, розуміння, застосування, оцінка), в класах збільшується кількість учнів, які свідомо засвоюють навчальний матеріал. Учні, займають активну позицію в засвоєнні знань, зростає їхній інтерес в отриманні знань. Інтерактивне навчання уможливує різке збільшення відсотка засвоєння матеріалу, тому що інтерактивні технології не лише впливають на свідомість учня, а й на його почуття та волю. [3]

Інтерактивні технології є ефективним засобом розвитку мовленнєвої компетентності учнів початкової школи. Саме вони сприяють ефективному повторенню вивченої лексики, поповненню словникового запасу, глибокому засвоєнню навичок правильної артикуляції, розвиткові уваги, пам'яті, мислення та формуванню вмінь працювати в парах, групах. Крім того, елементи інтерактивних технологій вчитель може застосовувати одразу ж після викладу нового матеріалу або замість опитування на уроках.

Навчально-виховний процес з використанням інтерактивних технологій формує в учнів початкових класів потребу в навчанні та інтересу до здобування знань. Одним з найпоширеніших методів, що використовується на уроках у молодшій школі є рольова гра. Учні стають більш зацікавлені у навчанні, тому що саме гра є ефективним видом діяльності для даної вікової групи. Також уживаним стали такі інтерактивні технології: “Мозковий штурм”, “Мікрофон”, “Дерево рішень”, “Карусель”, “Акваріум”.

Використання інтерактивних технологій під час роботи з учнями молодшого шкільного віку на уроках англійської мови сприяє підвищенню продуктивності. Адже урок перестає бути лише актом передачі інформації від вчителя до учня, а формуються нові відносини, в яких вчитель і учень виступають у ролі партнерів при досягненні однієї мети, з індивідуальним внеском кожного. Завдяки включення до інтерактивних видів роботи учень відчуває себе більш успішним.

Список літератури

1. Сучасний урок. Інтерактивні технології навчання: Наук.-метод. посібн. / О.І.Пометун, Л.В., Пироженко; за ред. О.І.Пометун. Київ : Видавництво А.С.К., 2004. 192 с.
2. Gorbanyova O. Interactive technologies in teaching a foreign language at higher educational establishment. *International Letters of Social and Humanistic Sciences*. 2016. Vol. 71. P. 54-59.
3. Впровадження інтерактивних технологій у початкових класах. *Всеосвіта* : веб-сайт.
URL: <https://vseosvita.ua/library/vprovadzenna-interaktivnih-tehnologij-urocatkovih-klasah-16697.html>

Особливості перекладу герундія в англомовних текстах

Герундій (лат. *gerundium*, від *gero* — «нести») — одна з наявних у деяких мовах (таких як англійська, французька, латинська тощо) безособових форм дієслова (віддієслівний іменник). Герундій в українській мові ідентичний дієприкметнику. Герундій в англійській мові поєднує властивості дієслова та іменника.

Герундій іноді ще називають віддієслівним іменником, оскільки між ними є подібність по деяких параметрах, зокрема:

- семантика — обидві форми називають дію;
- морфологія — в обох форм можуть бути загальні флексії (словозміни), що виражають ідентичні граматичні категорії;
- синтаксис — обидві форми вживаються в позиціях, характерних для іменника (у функції підмету, додатку, у тому числі після прийменників, у функції іменної частини складеного присудка; у сполученнях із присвійними займенниками тощо).

Відмінностями герундія та віддієслівного іменника є, зокрема, те, що:

- ✓ герундій має регулярне формоутворення, у той час як віддієслівний іменник утворюється від дієслівної основи за допомогою різноманітних способів словотвору — суфіксальним, префіксальним, безафіксальним тощо; до того ж, від багатьох дієслівних основ віддієслівні іменники можуть узагалі не утворюватися;
- ✓ герундій має винятково «процесуальне» значення (називає дію як процес), у той час як значення віддієслівного іменника нерідко має більше опосередкований зв'язок зі значенням дієслова, від основи якого воно утворено;

- ✓ герундій, будучи морфологічною формою дієслова, зберігає характерне для цього дієслова управління (спосіб синтаксичного зв'язку із залежними словами), у той час як іменник його нерідко модифікує (наприклад, змінює безприйменниковий зв'язок на прийменниковий), наприклад:

англ. *They accused him of **breaking the law***

англ. *They accused him of **the break of the law***

Конкретний набір подібностей і відмінностей варіюється в різних мовах. Також на підставі відмінностей герундій у граматиках деяких мов виділяють в особливу безособову дієслівну форму в системі граматичних форм дієслова.

Варто відмітити, що прості форми герундія в різних функціях можуть перекладатися на українську мову іменником із прийменником, інфінітивом, дієприслівником або другорядним реченням. Спосіб перекладу залежить як від тієї або іншої функції герундія, так і від його лексичного значення і сполучуваності слів в українській мові.

Отже, герундій виконуючи функцію обставини перекладається підрядним реченням, при функції супутньої обставини є два варіанти перекладу - або інфінітивом або підрядним реченням. У функції способу дії герундій передається на українську мову дієприслівником, а герундій з прийменником *without* перекладається негативною формою дієприслівника. При виконанні функції обставини умови герундій перекладається особовою формою дієслова чи іменником, а при функції доповнення - іменником, інфінітивом чи підрядним реченням. Виконуючи функцію підмета герундій передається на українську мову іменником.

Список літератури

1. Brown G. The Grammar of English Grammars. URL : www.gutenberg.net
2. Blackwell Reference Online. The Blackwell Companion to Syntax / ed by. M. Everaert and H. Van Riemsdijk.

Ірина Борщевич
Науковий керівник – доц. Мігорян О.В.

Принципи формування лінгвосоціокультурної компетентності учнів старших класів на уроках країнознавства та англійської мови

Беручи до уваги особливості сучасної середньої освіти та вивчення іноземної мови в старшій школі, існує помітна тенденція до актуалізації формування лінгвосоціокультурної компетентності (ЛСКК) учнів старших класів. Особлива увага приділяється формуванню ЛСКК за допомогою читання іншомовних текстів різних функціональних стилів, сприймання інформації на слух, аналіз цієї інформації, написання письмових робіт та здатності висловити думки чи ідеї вербально, що за умови відсутності іншомовного та іншокультурного середовища, є цілком доцільним. З огляду на зазначені тенденції, набуває актуальності проблема здатності і готовності особистості до іншомовного міжкультурного спілкування.

Лінгвосоціокультурна компетентність (ЛСКК) – складна і багатокomпонентна, адже вона має успішно функціонувати в іншомовному міжкультурному спілкуванні, безпосередньому та опосередкованому, і забезпечувати взаєморозуміння партнерів, незважаючи на їх особливості як представників різних культурномовних спільнот з численними розбіжностями і відмінностями [1, с. 425].

Так, в останні десятиліття багато науковців так чи інакше торкалися питань методичних передумов формування ЛСКК (Коломінова О. О.; Топалова В. М.; Голованчук Л. П.; Гордєєва А. Й.; Рудакова Л. П.; Бирюк О. В.; Іванова А. С.; Шукліна С. В.; Писанко М. Л.; Голуб І. Ю.; Починок Т. В.; Бачинська Н. Я.), проте в усіх перерахованих дослідженнях особливості реалізації принципів навчання при формуванні ЛСКК є маловисвітленими [3, с. 2].

Успіх вивчення іноземної мови в цілому, та формування ЛСКК значною мірою залежить від принципів навчання, згідно з якими відбувається навчання та керування освітнім процесом

[4, с. 245]. Під принципами, ми розуміємо взаємопов'язані вихідні положення, що визначають вимоги до освітнього процесу, будують його стратегію і тактику [2, с. 220].

В основу формування ЛСКК учнів старших класів покладено загальні дидактичні та лінгвометодичні принципи. До загальних дидактичних принципів відносяться принципи наочності, міцності, свідомості, науковості, активності, виховного навчання, систематичності й послідовності, врахування індивідуальних особливостей учнів, доступності і посиленості, міжпредметної координації, міжкультурної взаємодії тощо [1, с. 110]. Лінгвометодичні принципи формування ЛСКК включають в себе принцип комунікативності, комунікативно спрямованого формування мовленнєвих навичок, інтегрованого навчання видів мовленнєвої діяльності та аспектів мови, домінуючої ролі вправ, взаємопов'язаного навчання мови і культури, урахування рідної мови і культури, автентичності навчальних матеріалів, розвитку автономності учнів, професійної спрямованості іншомовного спілкування [1, с. 114].

Отже, ЛСКК є однією із важливих складових процесу вивчення іноземної мови. А широкий спектр принципів, які покладені в основу її формування, свідчить про інтегрований та комплексний підхід.

Список літератури

1. Бігич О. Б., Бориско Н. Ф., Борецька Г. Е. Методика навчання іноземних мов і культур. Київ : Ленвіт, 2013. 590 с.
2. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика преподавания языков) / Э. Г. Азимов, А. Н. Щукин. Москва : ИКАР, 2009. 448 с.
3. Осадча Н. В. Принципи формування лінгвосоціокультурної компетентності у читанні старшокласників на уроках країнознавства. *Вісник КНЛУ. Серія Педагогіка та психологія*. Випуск 24. 2015. С. 2-10.
4. Черниш В. В. Методика формування у майбутніх учителів професійно орієнтованої англомовної компетенції в говорінні : монографія. Київ : Ленвіт, 2013. 396 с.

Засоби експресивності рекламних текстів

На сьогодні реклама є важливою частиною інформативного простору, адже зустріти її можна будь-де, вона надає інформацію про товар чи послугу та активно мотивує здійснити покупку. Але варто зазначити, що надзвичайно велику роль відіграє не тільки зображення чи музичний супровід, а також рекламний текст. Саме у ньому реалізується експресивність, що допомагає зробити текст виразним і привабливим.

Актуальність нашого дослідження полягає в тому, що реклама стрімко розвивається і посідає вагомe місце у суспільстві, а засоби експресивності – це саме те, що допомагає сформувати незабутній рекламний текст, який завойовує цікавість споживача. Тому експресивність знаходиться у центрі уваги лінгвістів й досі. Метою роботи є дослідити особливості функціонування засобів вираження експресивності в рекламних текстах на різних рівнях мови. Матеріалом слугують 30 рекламних текстів різних косметичних брендів (AVON, Nivea, Lancome, L'oreal та інших).

У проаналізованих рекламних текстах засоби вираження експресивності найчастіше застосовують для досягнення ефекту виразності, щоб викликати певну реакцію з боку реципієнта, а також підсилити емоційність тексту. До прикладу, у такій складовій рекламного тексту як слоган, найбільш вживаними засобами на графічному рівні виявились використання великих літер або розділових знаків, зокрема крапки або двокрапки (для логічного поєднання): *We make it easy, You make it **BEAUTIFUL***. (AVON) [3]; *Aquafresh. Amazing. (Aquafresh)* [3]; *Camay: the soap for beautiful women. (Camay)* [3]. На додачу використовують дублювання літер: *HERE'S MINE. WHAT'S YOUR **SWISSSH?*** (Pantene Pro-V) [1, с.145].

На фонологічному рівні також є засоби, які користуються популярністю у створенні рекламного тексту, а саме алітерація, яку можна зустріти в основному тексті, та асонанс, що часто

трапляється у слоганах: *SEE THE SUMPTUOUS SIDE OF HIGH SHINE (Maybelline)* [1, с.146] (алітерація); *hair beware! (TRIA)* [1, с. 146] (асонанс). Іноді у текстах трапляється рима: *BEAUTIFUL HAIR IS A MEASURE OF ITS CARE (Fekkai)* [1, с. 146].

Щодо лексичного рівня, найбільш поширеними є епітети, які допомагають створити образ, причому вони переважають в основному тексті реклами: *A fresh, lightweight face primer that extends the quality of your foundation's wear ... (Bobbi Brown)* [2]. Більш того, слід виділити метафору та гіперболу, які активно залучають, особливо, у заголовках та основному тексті. *False Lash Butterfly Wings mascara instantly volumises at the roots and stretches your lashes outwards for a winged eye effect. (Loreal)* [2] (метафора); *Probably the best in sun protection (Neutrogena)* [2] (гіпербола).

На синтаксичному рівні автори реклами полюбляють використовувати синтаксичний паралелізм у заголовках та повтори в основному тексті. *The Less That You Wear, the More You Need Nair! (Hair removal)* [3] (паралелізм); *Hypnose Drama mascara from Lancome is an intense black mascara with a unique S-shaped brush for instant volume in a single stroke.(Lancome)* [2]. Окрім цього використовують анафору або епіфору, для кращого запам'ятовування, найчастіше у слоганах: *Maybe she's born with it. Maybe it's Maybelline. (Maybelline)* [3] (анафора); *Look Good. Feel Good. (AVON)* [3] (епіфора).

Отже, засоби експресивності у рекламних текстах спонукають покупців зацікавились рекламованим продуктом чи послугою, а згодом заохочують до покупки завдяки промовистому, помітному і яскравому на усіх мовних рівнях тексту, що активно просуває товар на ринку.

Список літератури

1. Городецька І. В. Англійськомовний рекламний текст косметичних засобів: структура, семантика, прагматика: дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук, Чернівці: 2015. 203 с.
2. FACES: веб-сайт. URL: <https://www.faces.com/kw-en> (дата звернення: 11.02.2021)
3. SLOGANS: веб-сайт. URL: <https://www.slogans.com.cn/avon-slogans-list/> (дата звернення: 11.02.2021)

Використання метафор у політичному тексті

Поняття «метафори» досліджувало чимало науковців, які намагалися визначити роль цього засобу виразності у різних типах дискурсу. Ми погоджуємося із визначенням дослідниці І. В. Арнольд, яка зазначала, що метафора є прихованим порівнянням, яке виникає при використанні назви одного предмета стосовно іншого та допомагає визначити особливу рису цього предмета [1, с. 131]. Таким чином, враховуючи багатогранність та неоднозначність поняття метафори, стає зрозумілим її широке використання не лише в художніх, але й у політичних текстах.

Політичний дискурс є особливим видом дискурсу, який обмежується конкретною соціальною сферою – політикою, а відтак має свої характерні особливості. Як правило, у політичному дискурсі використовується велика кількість формальних засобів для того, щоб прості слова набували незвичної інтерпретації. Зокрема, існують метафори, які передають певні політичні ідеї, водночас зацікавлюючи адресата своєю виразністю [2, с. 220].

Мета цього дослідження – необхідність проаналізувати специфічно-індивідуальні характеристики вживання метафор та їх реалізацію у політичному тексті. Аналіз цього засобу виразності було здійснено нами в межах дослідження політичного тексту, а саме статей періодичних онлайн видань.

На сучасному етапі дослідження існує безліч типів метафор та їх класифікацій, що базуються на різних критеріях, а саме на структурному, функціональному та тематичному [3, с. 236].

Однією із найпоширеніших класифікацій є класифікація А. В. Сухової, яка виділяє такий вид метафори, як уособлення [1, с. 132].

Прикладом може слугувати така метафора: «*I worry that there are no desirable passports left, that the world just barely breathes through the nauseous coating of filth that Trump has thrown over us all*» [5].

У зазначеному контексті іменнику `world`, який є абстрактним поняттям, автор надає ознаку людини, а саме здатність дихати. За допомогою цієї метафори автор статті намагається передати ситуацію, яка панувала у світі після завершення президентства Дональда Трампа.

За іншою класифікацією Н. Д. Арутюнової існують номінативна, образна та когнітивна метафори [4, с. 108]. Розглянемо приклад номінативної метафори: *“This is not a case where elections alone are a sufficient safeguard against future abuse”* [6]. Ця метафора відображає настрій американського народу, а саме його тотальне розчарування правлінням державою.

Можна зробити висновок, що використання метафори у політичному тексті не лише надає більшої виразності самому тексту, але й допомагає читачеві краще сприйняти його ідею.

Список літератури

1. Сухова А. В. Метафора як основа естетичної цінності художнього тексту *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2018. Вип. 87. С. 129 – 135.
2. Павлуцька В. О. Політичний дискурс: особливості та функції. *Вісник Житомирського державного університету*. Випуск 39. Філологічні науки. Житомир, 2008. С. 218 – 221.
3. Стретович Т. П. Класифікаційне розмаїття видів метафор. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова*. Серія 9: Сучасні тенденції розвитку мов. 2007. Вип. 16. С. 232 – 239.
4. Овсієнко А. С. Метафора в сучасному мовознавстві: тлумачення та класифікація. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер.: Філологія. 2018 № 32 С. 105 – 110.
5. Goodbye, Donald Trump. You changed America. You also changed me [електронний ресурс] – URL : <https://www.theguardian.com/commentisfree/2021/jan/21/donald-trump-changed-america-four-years>.
6. Dems: Trump aimed ‘loaded cannon’ of supporters at Capitol [електронний ресурс] – URL : <https://apnews.com/article/donald-trump-trials-elections-impeachments-presidential-elections>.

Наталія Вітвіцька
Науковий керівник – доц. Гнатковська О.М.

Авторська репрезентація персонажів у художніх творах: лінгвальний аспект

Впродовж довгого часу люди проявляють своє зацікавлення художньою літературою, яка є невід'ємною частиною художнього дискурсу. Більшість науковців зазначає, що художній дискурс можна вважати одним із найскладніших видів комунікації, в якій в якості комунікантів виступають не тільки автор і читач, а ще й персонажі. Інформація про особу героя автор вміщує в його власному мовленні, у мовленні його співрозмовника та мовленні інших персонажів про нього, які є складовими авторської репрезентації персонажів [1, с. 164].

Актуальність дослідження обраної теми зумовлена відсутністю даних про лінгвальні особливості авторської репрезентації персонажів у художньому дискурсі. Аналіз мовних засобів репрезентації персонажів автором дозволить нам глибше зрозуміти структуру художнього твору та принципи його творення. Мета дослідження полягає у вивченні лінгвальних особливостей авторської репрезентації персонажів.

Для дослідження та аналізу нами було обрано два романи: “*I Follow You*” Пітера Джеймса (2020) та “*The end of her*” Шарі Лопени (2020), які належать до жанру психологічного трилеру. Романи цього жанру надають можливість глибше зануритись у світ персонажів та тлумачити їх дії, відповідно вони є цікавим матеріалом для дослідження авторської репрезентації персонажів у художніх творах.

Для того щоб встановити певні закономірності авторської репрезентації персонажів, слід ретельно проаналізувати усі лінгвальні засоби творення мовлення, які можна поділити на три рівні: лексичний, граматичний та стилістичний.

Висновки про лексичні особливості мовлення можна зробити, виділивши семантичні класи слів, лексичні групи та поля, а також здійснивши стилістичну диференціацію слів, розподіляючи їх на різні підгрупи [2, с. 68].

Коли мова йде про граматичні мовні засоби, то тут дослідження можна поділити на дві частини: аналіз морфології (різних частин мови та граматичних категорій) та аналіз синтаксису (структури та типів речень) [2, с. 64].

У теорії літератури такі терміни як літературний прийом, троп, фігура мови, стилістичний засіб, риторичний засіб використовуються як взаємозамінні для визначення прийомів, які створюють образність, підкреслюють ідею, роблять мову більш виразною. До них можемо віднести: порівняння, епітет, гіперболу, метафору, іронію, еліпсис, персоніфікацію тощо, які утворюють стилістичний рівень репрезентації героїв.

Для прикладу розглянемо деякі особливості репрезентації персонажів роману *“I Follow You” Пітера Джеймса*. Однією із лексичних рис характеристики персонажів у цьому романі є використання емоційно забарвленої лексики. Зокрема, коли автор описує нам головного героя, Маркуса, він використовує такі слова *“punctilious”, “forlorn”, “stickler for details”, “quirky”, “meticulous”, “obsessively tidy”* тощо, даючи нам зрозуміти, що перед нами потенційний вбивця. Також автор майстерно змальовує жіночий образ, Джорджини, використовуючи емоційно забарвлену лексику: *“handsomely beautiful”, “alluring”, “sensual”, “receptive”, “vulnerable”, “wired”*, яка підходить під опис ідеальної жертви.

Отже, ми можемо стверджувати, що ми визначили що дослідження лінгвальних особливостей репрезентації персонажів дає нам можливість глибше зануритись у художній дискурс, зрозуміти як автор створює персонажа та змінює його впродовж твору, втілює образ героя та формує ставлення читача до нього.

Список літератури

1. Фінько А. Репрезентація мовної особистості в англomовному художньому дискурсі. *Природниці та гуманітарні науки. Актуальні питання* : збірник тез II Міжн. студентської наук.-техн. конф. 25-26 квітня 2019 р. Тернопіль : ТНТУ ім. І.Пулюя, 2019. С. 164 – 165
2. *Literary Text Analysis: a Step-by-Step Guide* : навчальний посібник / укл. О. М. Гнатковська, І. В. Сапожник. Чернівці, 2019. 108 с.

Інформаційно-комунікаційні технології у формуванні іншомовної лексичної компетентності учнів початкової школи

Методика викладання англійської мови постійно вдосконалюється, саме тому останнім часом педагоги впроваджують інноваційні технології, зокрема інформаційно-комунікаційні.

У початковій школі вчитель повинен закласти основу для розвитку лексичної компетентності учнів, тобто «здатність учня до когнітивної, практичної, мотиваційної, рефлексивно-поведінкової лексичної діяльності з опорою на наявність певного запасу слів у межах вікового періоду, адекватне використання лексем, доречне вживання образних висловів, фразеологічних зворотів» [3].

Лексична компетентність – це певний запас лексичних одиниць, уміння доречно їх вживати відповідно до мовленнєвої ситуації, правильно вимовляти й писати, сприймати на слух [1, с.14].

Перед нами стояло завдання – з'ясувати, як досягти ефективного засвоєння лексичної компетенції. Безперечно, рушієм навчання у світі інноваційних технологій є інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ).

Освітній процес не можливо уявити без впровадження інноваційних технологій, які сприяють формуванню в учнів умінь і навичок самостійно здобувати знання. Розробка успішних програм із підтримкою інформаційно-комунікаційних технологій є ключем до основоположних, широкомасштабних освітніх реформ.

І. Г. Захарова вважає, що ІКТ – „ конкретний спосіб роботи з інформацією: це і сукупність знань про способи та засоби роботи з інформаційними ресурсами, і спосіб та засоби збору, обробки та передавання інформації для набуття нових відомостей про об'єкт, що вивчається” [2, с.22].

Відповідно до методичного призначення розрізняють такі засоби ІКТ:

- навчальні – повідомляють інформацію, формують знання, уміння й навички;
- демонстраційні – візуалізують об'єкти з метою їх дослідження;
- тренувальні – призначені для закріплення та повторення вивченого матеріалу;
- інформаційно-пошукові та довідкові – повідомляють інформацію, формують уміння її синтезувати [4].

Використання інформаційно-комунікаційних технологій на уроках англійської мови в початковій школі робить процес навчання цікавим, різноманітним та сприяє кращому засвоєнню знань.

Список літератури

1. Балл Г.О. Проблеми гуманізації освіти та деякі напрямки її розв'язання. *Психологічні засади гуманізації загальної середньої освіти*: [зб. статей; за ред. С.О. Мусатова. Рівне : ГПХВ "Світанкова зоря", 1995. С. 10-16.
2. Захарова И.Г. Информационные технологии в образовании : учеб. пособ. для студ. высш. пед. учеб. завед. Москва : Академия, 2003. С.22.
3. Сіранчук Н. М. ЛЕКСИЧНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ МОЛОДШОГО ШКОЛЯРА У СУЧАСНІЙ ПОЧАТКОВІЙ ОСВІТІ
URL : <http://eprints.zu.edu.ua/17614/1/28.pdf>
4. Стеценко А. А. Використання ІКТ в навчально-виховному процесі. URL :
<http://vseosvita.ua/library/vikoristanna-ikt-v-navcalno-vihovnomu-procesi-55148.html>.

Інтегрований підхід у розвитку граматичної компетенції учнів на середньому етапі навчання іноземної мови

Інтегрованою основою навчання іноземної мови є «процес взаємопов'язаного формування мовленнєвих, мовних лінгвосоціокультурної та навчальностратегічної компетенцій на основі зразків іншомовної культури, із залученням навчальних матеріалів інших предметів, використанням різноманітних засобів і форм навчання та новітніх технологій» [2, с. 2].

Науковці Е. Г. Азімов та А. М. Щукін визначають «інтегроване навчання» як таке, що «заперечує розподіл знань за окремими дисциплінами; як навчання, яке пов'язане із цілісним сприйняттям світу, що повністю відповідає сучасним поглядам на процес навчання та його результати» [1, с.127]. Тобто, метою інтегрованого навчання є розширення пізнавальних інтересів учнів, стимулювання їх до творчої, самостійної діяльності.

За інтегрованим підходом, розвиток умінь та навичок базується на вже набутих знаннях та навичках, які також розвиваються на взаємопов'язаній основі. Наприклад, формування слуховимовних та інтонаційних навичок відбувається в зв'язку із засвоєнням лексико-граматичного матеріалу, який, у свою чергу, пред'являється в зразках мовлення [3, с. 21-22]. Н. К. Скляренко зазначає, що «робота над зразком мовлення передбачає не лише засвоєння його структури, а й оволодіння лексичними та граматичними одиницями, що наповнюють цю структуру [3, с. 21-22].

У нашому дослідженні ми розглядаємо метод проектів, як один зі шляхів застосування інтегрованого підходу до вивчення іноземної мови учнями середньої школи. Метод проектів орієнтується на самостійну роботу учнів та завжди припускає розв'язування певної проблеми, тому завданням вчителя є побудова уроку на основі потреб кожного учня, задля максимального прояву активності, самостійності та творчості учня.

Важливим етапом є планування та підготовка до проекту, а саме, вчителю потрібно розробити план проектної роботи, детально обдумати систему вправ, адже учні повинні вільно володіти активною граматикою та лексикою в рамках навчальної теми, перед тим як обговорювати проблемні питання.

Наприклад, для вивчення різниці між Present Simple (теперішній простий час) та Present Continuous (теперішній тривалий час) для учнів 8 класу ми вирішили застосувати інтегрований підхід, а саме метод проєктів, де учні мали змогу описати та оформити розповідь про свого улюбленого актора, вживаючи теперішній простий час та зробити свої передбачення про те, чим займається актор в даний момент, тобто використати теперішній тривалий час.

При застосуванні інтегрованого підходу для вивчення граматики на середньому етапі навчання необхідно враховувати психологічні та вікові особливості учнів, особливо під час вибору педагогічних засобів, що неодмінно сприятимуть ефективності засвоєння іншомовного матеріалу.

Загалом, процес оволодіння іноземною мовою є інтегрованим. Процеси інтеграції виявляються на рівнях визначення цілей, організації навчального процесу, використання засобів навчання та застосування сучасних технологій навчання, що є засобами формування в учнів іншомовної компетентності.

Список літератури

1. Азимов Э.Г., Щукин А.Н. Словарь методических терминов(теория и практика преподавания языков).2000.472 с.
2. Сажко Л.А. Интегративна основа навчання іноземних мов.11 с.
3. Складенко Н.К. Обучение грамматическим структурам английского языка в школе.1982.104 с.

Актуалізація концепту ДЕТЕКТИВНЕ РОЗСЛІДУВАННЯ (на матеріалі детективного роману Тесс Геррітс «Хірург»)

На сучасному етапі розвитку лінгвістики актуальними є дослідження, які ґрунтуються на концепції мовної картини світу, пов'язаної з ментальністю етносу. У картині світу відбиті уявлення про внутрішній світ людини та середовище її існування, в ній поєднаний досвід поколінь, який служить основою національної культури та історії [2].

Вивчення мови з точки зору когнітивної лінгвістики цікавляться чимало вчених, адже дослідження участі мови в пізнавальній діяльності людини є важливим у наш час. Для отримання інформації щодо ментальної обробки даних науковці з'ясовують різноманітні варіанти вербалізації певних концептів.

У нашій роботі ми розглядаємо актуалізацію фрейм-концепту ДЕТЕКТИВНЕ РОЗСЛІДУВАННЯ в детективному романі Тесс Геррітсен «Хірург». Основним методом дослідження є концептуальний аналіз. Ю. С. Степанов підкреслює, що питання про метод – це фактично питання про зміст і реальність концептів. Метод дослідження концептів та репрезентації їх змісту отримав назву «концептуальний аналіз»[3]. При концептуальному аналізі увага звертається на когнітивно-пропозиційні структури, оскільки пропозиція – це «особлива структура представлення знань, яка формується на основі різних сукупностей однорідних елементів, через які й відбувається вилучення концептів» [1, с. 85].

Оскільки детективне оповідання є особливим різновидом літературного твору та має своєрідний сюжет, який зображує розкриття злочину шляхом викриття злочинців завдяки розслідуванню, що ведеться детективом, цей фактор надає можливість визначити основні складові тексту та виокремити ключові концепти детективного дискурсу – ЗЛОЧИН, РОЗСЛІДУВАННЯ, ЗЛОЧИНЕЦЬ, ДЕТЕКТИВ – концептуальні слоти фрейм-концепту ДЕТЕКТИВНЕ РОЗСЛІДУВАННЯ.

У дослідженні концепту ми також послуговуємося відсистемним та відтекстовим методами. Відсистемний підхід полягає в лексикографічному описі ключових слів – експлікаторів концепту, а також у розгляді відношень між експлікаторами у межах контексту. При цьому найбільш поширеними прийомами і методами аналізу лексичного концепту є такі: 1) аналіз значень ключового слова на основі словникових тлумачень; 2) вивчення багатозначності слова в процесі його розвитку; 3) побудова і вивчення різних полів, іменем яких виступає основний лексичний засіб репрезентації концепту; 4) аналіз фразеологічних і пареміологічних одиниць, у які входить досліджуване ключове слово, що дозволяє охарактеризувати наявні уявлення про явище, представити бачення світу, національну культуру; 5) психолінгвістичні експерименти [1].

Відтекстовий підхід полягає в розгляді функціонування концептів у художньому тексті. В рамках цього підходу дослідниками вирішується декілька завдань: 1) виявлення кола лексичної сполучуваності ключового слова (імені концепту) шляхом суцільної вибірки; 2) з'ясування індивідуально-авторських концептів та їх опис, що допомагає глибше зрозуміти художню картину світу того чи іншого письменника; 3) побудова текстових полів, в яких втілюється концепт; 4) аналіз семантичного розвитку слів - репрезентантів концепту [3].

Таким чином, в нашому дослідженні ми звертаємося до комплексного використання вище згаданих методів при дослідженні концепту **ДЕТЕКТИВНЕ РОЗСЛІДУВАННЯ**.

Список літератури

1. Бабенко Л. Г., Васильев И. Е., Казарин Ю. В. Лингвистический анализ художественного текста : учебник для вузов по спец. «Филология» Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2000. 534 с.
2. Розвод Е.В. Вербалізація концепту SUN: лінгвокультурний аспект (на матеріалі американського варіанта англійської мови). Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук. URL : https://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/03/dis_rozvod.pdf.
3. Шевченко Л.Л. Методика концептуальних досліджень. URL : <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/22004/1/Shevchenko.pdf>.

Уляна Герасимчук

Науковий керівник – асист. Томнюк Л.М.

Явище полігендерності і його вплив на якість перекладу

Лінгвістика розвивається щодня, зокрема її окремі галузі. Але, на жаль, в теорії перекладу явищу гендера досі приділяється недостатньо уваги, що призводить до серйозних помилок при перекладі текстів різних жанрів. Переклад тексту кожного жанру характеризується «двополярністю», оскільки перекладач постійно перебуває між двома мовними і культурними полюсами, в результаті чого текст перекладу стає бікультурним. Адаптуючись певною мірою до культури тексту перекладу, перекладач повинен не забувати при цьому передавати й культуру мови оригіналу. Отже, перекладацькі рішення часто носять компромісний характер [3, с. 38].

Вже досить давно було помічено тісний зв'язок між автором та мовностилістичними особливостями тексту. У своїй праці 1933р. «Три Соссюрівські лінгвістики», представник Женевської школи А. Сеше зазначив, що у галузі досліджень лінгвістики організованого мовлення граматичний аналіз стилю автора тексту допомагає встановити залежність між характером мислення та формою вираження [1, с. 81]. Також вважаємо, що такі особливості авторського ідіолекту можуть бути пов'язані з темпераментом та характером особистості, а також зі статтю автора.

Актуальність дослідження. Мова завжди була і залишається суспільним явищем, яке чуйно реагує на всі процеси, що визначають сталий рух соціуму. Боротьба жінок за рівність з чоловіками активно відбивається на мові, передусім, на її лексичному складі, але також і на рівні граматики. Головним терміном епохи фемінізму став «гендер», необхідність повноцінного та різнобічного висвітлення якого в перекладацькому вимірі й зумовлює актуальність нашого дослідження.

Метою даного дослідження є вияв впливу полігендерності на якість перекладу. Аналізуючи романи німецьких авторів та їх

переклад українськими фахівцями враховуючи поняття «гендер».

Якщо говорити про гендерні аспекти мовлення, то науковці постають перед необхідністю встановлення і опису концепту «стать», а також засоби її лінгвістичного відображення на різних мовних рівнях, зокрема при інтерпретації тексту з однієї мови на іншу. Не менш важливим також є завдання встановлення місця гендерного концепту в ціннісній картині світу, а також відображення в мові стереотипів, пов'язаних зі статтю.

Під час перекладу слід враховувати те, що світ розділяється на два простори: чоловіче і жіноче, причому зазвичай з тенденцією відносно меншої соціальної активності жінок в порівнянні з чоловіками, тобто мова, що використовує гендерну ознаку, пов'язана з певними стереотипами ролі чоловіків і жінок у суспільстві.

Також слід виокремити, що жіночому розуму притаманні операції індуктивного плану: від конкретного до загального, від деталей і окремих ознак до їх цілісного образу, а інтелектуальні операції чоловічого розуму – від загального до конкретного. Для жінок більш властивим є предметне, конкретне мислення, яке базується на мовних здібностях (вербальне) мислення, у той час, коли у чоловіків переважає абстрактне, «позасловесне», можна сказати, «відірване» певним чином від мовних реалій мислення [2, с. 153].

Список літератури

1. Сеше А. Три Соссюровские лингвистики, Пер. К.Г. Филоновой, История языкознания XIX–XX веков в очерках и извлечениях, часть II. Сост. В.А. Звегинцев. Москва, 1965. 81 с.
2. Сорокин Ю. А. Переводведение : статус переводчика и психогерменевтические процедуры. Москва : ИТДГК “Гнозис”, 2003. 153 с.
3. <http://www.linguistics.kiev.ua> (дата звернення: 03.02.2021).

Англомовні скорочення у соціальних мережах: функціональний і семантичний аспекти

Інтернет радикально змінив форму соціального спілкування, а соціальні мережі стали невід'ємним атрибутом нашого життя. Розвиток соціальних мереж в Інтернеті призвів до появи електронного комунікаційного середовища. Більшість соціальних мереж є переважно англомовними, тому саме в цій мові ми можемо спостерігати величезну кількість нових слів та скорочень, творцем більшості яких є молодь. Виникнення нових слів та скорочення наявних мовних одиниць зумовлено потребою в передачі інформації з найменшими витратами часу та обсягу. Англійська мова, яка використовується для спілкування в Інтернеті, вже отримала окрему назву *Netspeak*, користувачі якої не зважають на правила пунктуації, абзаци чи великі літери, вони застосовують безліч скорочень як слів, так і цілих фраз. Це дозволяє учасникам комунікації заощадити дорогоцінний час, викласти необхідну інформація стисло та без надмірних деталей. [1, с. 14].

Питання англомовних скорочень привертає увагу багатьох національних та зарубіжних дослідників. О. Дзюбін досліджував акроніми та нові аббревіатури як лексичні одиниці в українській мові. К. Дюжикова та К. Кубрякова визначили межі між аббревіатурою та словотворенням, В. Борисов та В. Волошин описують формальну структуру скорочень та їх зв'язки з похідними одиницями. М. Шлаух, Л. Шеляховська, Л. Сапогова та І. Стерн займалися основними принципами моделювання скорочень.

Актуальним завданням сучасної лінгвістики є вивчення нових лексичних одиниць та їхніх функціональних та семантичних аспектів. Нова лексика, що використовується в соціальних мережах, стає активною частиною англійських словників, включаючи онлайн-словники, які синхронно реагують на трансформації в суспільстві.

Один з найважливіших факторів, що впливає на мову учасників Інтернету, полягає в тому, що текст не промовляється, в учасників спілкування найчастіше є час сформулювати відповідь на репліки, однак відбувається свідомо відмова від використання великих літер, мінімізується використання знаків пунктуації, не виправляються незначні помилки і т.д.. Все це робиться з метою економії часу [2, с. 311].

Ми дослідили англомовні скорочення в соціальних мережах, а особливо їх семантичний та функціональний аспекти. Матеріалом для дослідження стали англомовні скорочення із соціальних мереж, а також форумів онлайн ігор. Вибірку нашого дослідження склали 60 англомовних скорочень, які було розділено на графічні (Sun – Sunday, F2F – Face to face) та лексичні (BBC – British Broadcasting Corporation, NATO – North Atlantic Treaty Organization). В ході дослідження ми встановили, що незалежно від способу створення скорочення, воно зберігає вихідне значення своєї повної форми та продовжує виконувати ті ж самі функції. Ми встановили, що скорочення, створені шляхом ініціалізації або використанням приголосних (IMHO – in my humble opinion), є надзвичайно продуктивними, оскільки дають змогу за допомогою кількох літер передати інформацію, що складалась з декількох слів, без втрати сенсу та мети повідомлення.

Отже, функція скорочень в процесі комунікації полягає в більш економічному вираженні думки та усуненні надлишкової інформації. Тенденція до підвищення інформативної цінності мовного повідомлення є одним з важливих факторів розвитку мови як соціального явища.

Список літератури

1. Зацний Ю. А. Сучасний англомовний світ і збагачення словникового складу. Львів : ПАІС, 2007. 227 с.
2. Дзюбіна О. І. Скорочення як спосіб утворення неологізмів в сучасній англійській мові. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2014. № 3 (75). С. 309-312.

Лексико-синтаксичні типи складених слів у сучасній французькій мові

Безперервний рух у світі та постійне прагнення людини до його пізнання потребує відповідного мовного забезпечення – найменування нових понять або уточнення відомих. За багатьох комунікативних ситуацій виникає необхідність у висловленні двох ідей одним словом. Відтак, очевидно стає активізація словоскладання, внаслідок чого в мові виникають нові слова. Проблемою дослідження складених слів, а саме: тлумачення цього мовного явища, визначення різних типів складених слів, критеріїв виокремлення серед подібних до них мовних одиниць, на матеріалі різних мов та публіцистичного дискурсу, займалась велика кількість зарубіжних та вітчизняних лінгвістів (Ш. Баллі, А. Доза, Ж. Дюбуа, З. Левіт, О. Раєвська, С. Райлян, М. Степанова, Е. Халіфман, І. Цибова та ін.). Однак Сучасній французькій мові властива поява нових типів складених слів, утворених за новими зразками й моделями, потреба в ґрунтовному вивченні яких і визначає **актуальність** нашої розвідки.

Основною метою роботи є вивчення лексико-семантичних типів складених слів, які характеризують сучасний публіцистичний дискурс французької мови. Для багатоаспектного аналізу типів складених слів нами використано *описовий метод* (для визначення змістових і формальних ознак досліджуваних одиниць), *структурний метод* (для вивчення внутрішньої організації складених слів), *метод комплексного аналізу* (для класифікації складених слів), *метод суцільної вибірки* (для відбору фактичного матеріалу дослідження).

Насамперед зазначимо, що, вивчаючи складені слова, науковці апелюють до їхніх різних мовних особливостей і, відповідно, пропонують різні класифікації, зокрема: семантичну, синтаксичну, структурну, частиномовну, а також за типом словоскладання, за механізмом утворення, за типом умотивованості. Найбільш поширеною класифікацією складених слів є семантична,

яка була запропонована ще давньоіндійськими лінгвістами (Паніні, Яска), а також підтримана сучасними лінгвістами (В. Самійленко, О. Кубрякова та ін.).

Застосування цієї концепції до фактичного матеріалу уможливило виокремлення двох лексико-синтаксичних типів складених слів, відповідно до синтаксичних відношень між їхніми компонентами: сурядним та підрядним.

До складених слів із **сурядним типом** відношень нами зараховано такі одиниці, компоненти яких є синтаксично та структурно рівноправними між собою, напр.: *compte-gouttes, sèche-cheveux*. У свою чергу, вони, за словами О. Вишнякової, можуть поділятися на: (а) адитивні складені слова, які описують особистість/об'єкт, яка/який в один і той самий момент виконує дві функції, напр.: *premier-ministre, électro-aimant*; (б) редуплікативні складені слова, утворені повторенням основ, напр.: *courecoupe, passepasse*» [1, с. 128];

До складених слів із **підрядним типом** відношень ми зараховуємо ті одиниці, компоненти яких не є рівноправними, ні з точки зору синтаксису, ні структури. Вони взаємодіють за рахунок того, що один із компонентів вищий за інший. Другий компонент є структурним ядром, сильнішим граматично та лексично. Але, як зауважує І. Євсєєва, «хоча він і не може визначати смисл утвореної одиниці, він детермінує її лексико-граматичну категорію» [2, с.312], напр.: *perce-neige, cache-nez*.

Отже, вивчення природи складених слів та їхніх типів показало, що сьогодні словоскладання є одним із найпоширеніших способів словотвору, адже завдяки цьому явищу поповнюється лексичний запас, зокрема сучасної французької мови в усіх її функціональних різновидах.

Список літератури

1. Вишнякова О. В. Паронимия в русском языке. Москва : Высшая школа, 1984. 128 с.
2. Евсеева И. В. Комплексные единицы русского словообразования: Когнитивный подход. Москва: Либроком, 2012. 312 с.

Тетяна Гнатяк

Науковий керівник – асист. Довгопола А. С.

Формування фонетичної компетенції учнів молодшого шкільного віку

Метою дослідження є визначення терміну фонетичної компетенції та суміжних понять, які її стосуються; дослідження основних факторів, що здійснюють вплив на формування ФК.

Ряд науковців, які досліджували безпосередньо явище та особливості ФК, є достатньо повним, аби на нього покладатися (Бориско Н. Ф., Єременко Т. Є., Сидоренко Н. С., Кравченко А. І., Старостенко О.В.)

Фонетична компетенція (ФК) може бути визначена як правильна вимова всіх звуків іноземної мови, звукосполучень у відповідності до сучасних орфоепічних норм, коректне наголошування складів, добре розвинений фонематичний слух, що дозволяє диференціювати фонemi; володіння інтонаційними засобами виразності мовлення (тембр, темп, ритм, логічний наголос у реченні).

Особливого значення для розвитку фонетичної компетенції набуває саме дошкільний вік, коли вона формується та стає основою для подальшого оволодіння мовою.

На сьогодні, проблема ФК є недостатньо дослідженою для того, аби був сформований єдиний об'єктивний термін для її визначення. Кожен науковець, який вивчає поняття чи принципи формування ФК виводить власний термін для її визначення. Так, фонетичну компетенцію можна коротко означити як здатність індивіда оперувати знаннями щодо функціонування сегментних та суперсегментних одиниць фонетичної системи мови у мовленні [1, с. 51].

Одним із суміжних термінів, що розкриває поняття ФК є фонологія, оскільки у деяких джерелах (у Загальноєвропейських Рекомендаціях з мовної освіти) фонетична компетенція вказана як фонологічна. Тому важливо розрізнити фонетику і фонологію як науки, відмінністю яких є аспекти вивчення звуків: функціональний для фонології; для фонетики, крім функціонального – фізіологічний та фізичний [2, с. 541].

За Бориском, існують три фактори, що можуть негативно впливати на формування ФК:

- Учень
- Викладання (учитель, технологія навчання і навчальні матеріали)
- Іноземна мова, що вивчається [3, с. 4];

До цього переліку ми додаємо кілька додаткових пунктів, зокрема - рідна мова учня. Крім цього, ми розширюємо можливість впливу учня не тільки в плані його фізичних здібностей (нерозвиненості мовленнєвого слуху, яку безпосередньо розглядав Бориско), але й зі сторони психологічної складової: бажання, усвідомленості й мотивації учня.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо в дослідженні проблеми фонетичної компетенції учнів молодшого шкільного віку у школах, а саме в виявленні та аналізі причин виникнення фонетичних та фонологічних помилок та в удосконаленні існуючих методик викладання іноземної мови.

Список літератури

1. Бориско Н. Ф. Методика формування іншомовної фонетичної компетенції. 2011. С. 4.
2. Єременко Т. Є. Фонологічна компетенція викладача іноземної мови: сутність і структура. Київ, 2005. С. 51-52.
3. Ковалів Ю. І. Літературознавча енциклопедія. Київ : Акад., 2007. Т. 2. С. 541-542.

Олександра Гойда

Науковий керівник – доц. Якубовська Н. О.

Типові помилки носіїв різних мов при виконанні французько-українського перекладу (на матеріалі художніх перекладів студентів 4 курсу)

Мова – це соціальне явище, яке є відбитком стану і змін сучасного суспільства. Але також ми можемо стверджувати, що проживання на одній території різних народів веде до так званого контакту мов, що накладає відбиток на взаємодіючі мови. У зв'язку з цим першочергового значення набуває вивчення ситуації двомовності – однієї з найдавніших лінгвістичних проблем.

Метою наукового дослідження є аналіз типових помилок носіїв різних мов (україномовних, російськомовних та румуномовних студентів) при виконанні французько-українського перекладу, які виникають в наслідок взаємодії близькоспоріднених мов, а також виявлення впливу міжмовної інтерференції на перекладацький процес.

Матеріалом дослідження слугували сучасні французькі новели, перекладені студентами четвертого курсу спеціальності «Філологія» освітньої програми «Французько-український переклад та переклад з другої іноземної мови».

Під час дослідження досить часто зустрічались випадки, коли перекладач створює текст перекладу за нормами рідної мови, при цьому порушуючи мовні правила цільової мови. Це явище інтерференції призводило до зниження якості перекладу, до буквалізму, та недостатньої еквівалентності передачі оригіналу. За результатом дослідження було виявлено, що найбільший відсоток лексичних помилок зустрічається в україномовних студентів (66,4%), стилістичних – у російськомовних (25,7%), і граматичних – у румуномовних (26,8%).

Серед граматичних помилок у румуномовних студентів часто зустрічаються помилки на розрізнення видів. Наприклад: «*Le type y allait de sa protestation*». – «Людина **почала** (правильно – «починала») *протестувати*» [1]. Або неправильно утворені граматичні форми слова. Наприклад: «*Le toubib ... tenait grâce aux cocktails de Valium et de Témesta qu'il s'ingurgitait matin midi et soir*». – «Його лікар жив в постійному очікуванні термінового

виклику й тримався завдяки коктейлям **валіум** (правильно – «валіума») та **теместа**, **яких** (правильно – «які») він пив зранку, в обід і ввечері» [1].

У порівнянні з російськомовними та румуномовними студентами, україномовні роблять найбільше лексичних помилок. Серед них можна виділити слова або мовні звороти, запозичені з російської або ж побудовані за зразком російських слів та виразів. Наприклад: «*Je cherche mon paquet de **tabac** en tâtant toutes mes roches*». – «Я шукаю свою пачку з **табаком** (правильно – «тютюном») по всіх кишенях» [2]. Також частим явищем є вживання невірною мовною еквіваленту. Наприклад: «*Elle **trempe ses morceaux de poulet décongelés**...*». – «Вона **замочує** (правильно – «обмочує») свої розморожені курячі шматочки м'яса...» [2].

Найбільше стилістичних помилок ми можемо зустріти у російськомовних студентів. Часто зустрічається помилка невірного підбору засобів (стилів), які найкраще відповідають комунікативним ситуаціям. Наприклад: «*[...] le froid entre par à-coups, ils tremblent **de tous leurs membres***». – «[...] час від часу холод заходив всередину і вони тряслися **всіма кінцівками** (правильно – «всім тілом»)» [3].

Отже, вивчаючи іноземні мови необхідно приділяти особливу увагу прояву інтерференції між рідною мовою та іноземною, і відпрацьовувати на практиці використання тих чи інших слів або виразів, щоб уникати стилістичних, граматичних чи лексичних помилок.

Список літератури

1. Daeninckx D. Le Reflet : Disponible sur: URL : http://www.calvados.gouv.fr/IMG/pdf/le_reflet_daeninckx.pdf.
2. Gavalda A. Happy Meal : Disponible sur: URL : <http://azrefs.org/2-indices-de-chute.html>.
3. Parrs A. Sharia Baudelaire : Disponible sur: URL : <https://www.nouvelle-donne.net/nouvelles-a-lire/article/sharia-baudelaire>.

Марія Голбан

Науковий керівник - доц. Лех О.С.

Особливості вживання ад'єктивів в авторському стилі Герти Мюллер

Запропоноване дослідження має за мету дослідити особливості вживання прикметникової лексики на позначення розміру в авторському стилі. Питання, пов'язані з категорією авторського стилю, належать до числа тих питань мовознавства, які не втрачають своєї актуальності.

Творчість Герти Мюллер, твори якої обрані нами для дослідження, є глибоким самобутнім явищем в німецькій літературі ХХ століття. Оригінальний погляд письменниці на розвиток суспільства, взаємовідносини між людьми, своєрідності концепції світу і його художнього бачення зумовили індивідуальний характер авторських прийомів пізнання і відтворення дійсності у слові.

Матеріалом дослідження слугували романи Г. Мюллер - "Atenschaukel" (2009 р.), "Herztier" (1994 р.), "Reisende auf einem Bein" (1989 р.).

Методом суцільної вибірки нами були виписані речення, що містять прикметникові ад'єктиви на позначення розміру. Беручи до уваги частоту вживання цих досліджуваних лексем, видається можливим проаналізувати закономірності їх вживання у текстах.

Таблиця 1

№	Прикметник	Частота вживання	Всього у %
1	groß	89	18,3
2	klein	88	18,1
3	hoch	47	9,6
4	kurz	50	10,3
5	lang	122	25
6	winzig	3	0,6
7	breit	3	0,6
8	dick	32	6,6
9	dünn	12	2,5

10	Eng	4	0,8
11	Gering	1	0,2
12	Riesig	14	2,9
13	Mächtig	1	0,2
14	Schmal	8	1,6
15	Weit	13	2,7
	Всього	487	100%
	Серед. к-сть	32	

Як видно з таблиці (1), середня кількість вживань складає 32. Отож, будемо вважати, що високочастотними є прикметники, частота яких перевищує 32: *lang, groß, klein, kurz, hoch, dick* (487 - 32). Високочастотні слова зі списку складають 87,9% усіх зафіксованих нами ад'єктивів.

Лексеми, частотність яких не перевищує середньої частоти вживання елементів ЛСГ (32 – 14) або є дещо нижчою, можна віднести до середньочастотних. Отже, середньочастотними є лексеми *dünn* (12), *weit* (13) та *riesig* (14) і вони складають 8%.

Решта прикметників є низькочастотними (*winzig, breit, eng, gering, mächtig, schmal* – 4,1%).

Враховуючи частоту вживання прикметників у даних творах, ми можемо уточнити склад ЛСГ та використовувати його в подальшому аналізі парадигматичних та синтагматичних властивостей прикметникових лексем на позначення розміру.

Список літератури

1. Müller H. Atemschaukel. München : Hanser Verlag, 2009. 297 s.
2. Müller H. Hertzier. Leipzig : Rowohlt Verlag, 1994. 252 s.
3. Müller H. Reisende auf einem Bein. Berlin : Rotbuch-Verlag, 1989. 176 s.

Ірина Голюк

Науковий керівник – доц. Лесінська О.М.

Особливості молодіжного американського сленгу

Ще з давніх часів науковці досліджують таке явище як **сленг**. На сьогоднішній день ця проблема є досить актуальною, адже кожен стикався з тим, що іноді деякі фрази викликають значні труднощі в процесі перекладу. Існує велика кількість робіт вчених-лінгвістів, які розглядали це питання, наприклад: Кротті Дж., Сімпсон Дж., Спірс Р., а також Дорда В.О., Клименко О.Л., Хомяков В.О. що засвідчує актуальність досліджуваної проблеми.

Дана наукова робота присвячена перекладу молодіжного американського сленгу в дискурсі англomовної публіцистики. Метою нашого дослідження є виявлення труднощів та історичних змін, які вплинули на трансформацію деяких побутових фраз. Ми хочемо розглянути проблему саме американського сленгу. Поставлена мета передбачає розв'язання таких конкретних завдань:

- визначити основні властивості сленгу та причини його виникнення;
- виділити та описати американські сленгізми та знайти їх еквіваленти в українській мові;
- з'ясувати можливі труднощі перекладу сленгу, які могли призвести до непорозумінь;
- виявити приклади американського сленгу в американській культурі та молодіжному житті.

Сленг це не літературна лексика, тому він перебуває за межами академічної англійської мови, наприклад «*He is a rad kid*» - «*Він бомбичний чувак*» [2]

Фамільярне емоційне забарвлення багатьох виразів відрізняється великою кількістю мовленнєвого забарвлення, наприклад від : «*Just look at this quail, isn't she lovely?*». – «*Подивись, яка краля*» до «*Tell that stupid shit to get out of here or I'll bust him one*» - «*Скажи тому козлу, щоб валив звідси, поки я йому не наклепав*».

У ході дослідження було виявлено наступні труднощі перекладу сленгу:

-молодіжний сленг (Whicked!) Часто одиниці молодіжного сленгу не зрозумілі людям іншої вікової категорії. Цей вид сленгу допомагає створювати новий стилістичний ефект через експресивність та яскравість відтінків.

-ненормативна лексика (AF). Найбільшою проблемою при перекладі тут стає збереження рівня експресії.

-професійний сленг (B&E artists). Це теж спричиняє проблеми при перекладі, адже звичайні перекладачі часто некомпетентні в медичному чи навіть юридичному сленгах [1].

Виявлення сленгу в молодіжному житті розглянемо на прикладах: «*Feeling blue*» - бути сумним. «*A buck*»- долар. «*Couch potato*» - бути лінивим. «*Down to earth*» - простий, без понтів. «*Screw up*» - зробити велику помилку. «*To trash*» - зруйнувати, зламати. «*Wheels*» - машина. «*Epic fail*» - облажатись.

Варто також звернути увагу на транслітерації, що позначають привітання у сфері молодіжного сленгу: наприклад, Хай! «*Hi!*», Хелоу! «*Hello!*», Бай! «*Bye!*», Хепі Бьоздей! «*Happy Birthday!*»,Сюрпрайз! «*Surprise!*»,Сорі «*Sorry*»,Супер «*Super*», Найс «*Nice*» тощо. З цього можна зробити висновок, що молодіжний сленг настільки тісний, що може легко інтерферуватись в іншу мову.

Отже, різносторонній аналіз особливостей сленгу продемонстрував загальні закономірності його функціонування як ключового елемента англомовного мовлення.

Список літератури

1. АбабіловаН. Реалізація молодіжного сленгу як одна з проблем сучасного перекладознавства. URL : [http://www.rusnauka.com/6_PNI_2011/Philologia/6_80004.doc.htm%20\(5](http://www.rusnauka.com/6_PNI_2011/Philologia/6_80004.doc.htm%20(5)
2. Низенко Я., Н. Григоренко. Основні труднощі адекватного перекладу нестандартної лексики англійської мови. URL : http://www.rusnauka.com/16_NPRT_2012/Philologia/6_111668.doc.htm

Катерина Голомисова

Науковий керівник – асист. Равлюк І.Є.

Лексичні засоби створення страху

в творах американського письменника Стівена Кінга

Сьогодні жанр літератури жахів досягнув свого апогею, а відомий американський письменник С. Кінг, автор понад 50 книг-бестселерів, по праву вважається «королем літератури жахів»[3]. Незважаючи на те, що історія цього жанру сягає уже понад два століття, все ж таки перші мотиви жахливого та фантастичного можна спостерігати вже у найдавніших міфах різних народів. Первинні уявлення про світ крізь призму містичних образів та віра у надприродне відігравали невід'ємну роль у процесі пізнання усього, що оточувало та відбувалось навкруги. На тлі усіх цих вірувань поступово з'являлись лицарські романи, роман бароко, а згодом і готичний роман, що став одним із попередників сучасної детективної літератури жахів. [2]

Письменники цього моторошного жанру ставлять собі за мету передати на письмі атмосферу чогось страхітливого та невідомого, щоб викликати у читача відчуття тривоги від неминучого жахіття. Для цього автори враховують кожен фактор: наскільки захоплюючий сюжет, чи призведуть персонажі та їхні вчинки до емоційної реакції читача, як доречно підібрана лексика тощо. Саме це спричинене емоційне потрясіння, на думку Н. Керола, можна охарактеризувати як феномен «художнього жаху». [5, с.27]

Світ емоцій – багатогранний, оскільки вони є своєрідним ставленням людини до навколишньої дійсності. Якщо ж говорити суто про «страх», то, згідно із дослідженням американського психолога К. Е. Ізарда, у теорії диференціальних емоцій він відноситься до базових, тобто тягне за собою виразне й специфічне переживання.

Створення подібної атмосфери, яка здатна приємно «лоскотати» нерви та пробуджувати зацікавленість, вимагає особливого лексичного матеріалу, а саме ряду лексичних засобів. Перш за все, слід зазначити, що лексичні засоби поділяються на дві основні категорії. До першої належать лексичні засоби стилістики, а до другої – лексичні засоби виразності мовлення - тропи, такі

як: епітет, метафора, гіпербола, порівняння, паралелізм, оксюморон, антитеза, перифраза, метонімія, евфемізм. Зазвичай автор застосовує тропи з метою посилити вплив на уяву читача та підкреслити переломні моменти для візуального спостереження за персонажами. У процесі перекладу, виходячи з контексту та ситуації, досить часто використовуються лексичні, граматичні або стилістичні трансформації. [1, с.44]

Для творів С. Кінга характерні такі лексичні засоби створення відчуття страху як: контраст, деталізація зорових і слухових образів, метафоризація та використання оксюморона.

Пропоную розглянути приклад застосування такого прийому як контраст:

«'Beautiful goddam day!' Claudie exclaimed. Chuck laughed. Their lives had another forty seconds to run.» [6, с.1]

«— Який же, чорт забирай, сьогодні чудесний день! — проходила Клоді. Чак розсміявся. Жити їм залишалося ще сорок секунд.» [4, с.3]

Як бачимо, швидкий перебіг у настрої написаного викликає відчуття тривоги та поступово глибокого страху.

Підбиваючи підсумки, зауважимо, що прагматичний зміст твору залежить від вдало підібраних та використаних лексичних засобів, що допомагають створити атмосферу жаху та викликати реакцію у читача.

Список літератури

1. Білозерська Л. П. Термінологія та переклад: [навч. Посібник для студентів філологічного напрямку підготовки]. Вінниця : НОВА КНИГА, 2010. 232 с.
2. Готична література. URL: http://4ua.co.ua/culture/ra2ac68a5d43b88521316c37_0.html
3. Кінг. С. Авторський куточок URL:<https://bookclub.ua/read/king/>
4. Кінг С. Під куполом URL: https://read-online.in.ua/read/pid_kupolom/19
5. Carroll N. The Philosophy of Horror: or, the Paradoxes of the Heart. N.Y. : Routledge, 1996. 272 p.
6. King S. Under the dome. URL : http://thefreebooksonline.net/mystery/u6207_9.html.

Комунікативний підхід у перекладі

Виникнення комунікативного підходу у навчанні іноземних мов (70-ті роки ХХ ст.) як одного з провідних напрямів комунікативної лінгвістики пов'язане з іменами таких зарубіжних дослідників як Д.Брунер, Д.Грін, Л.Кунч, М.Макош, Д.Уілкінс, Д.Хаймз.

Суть комунікативного підходу полягає у тому, щоб передати студентам не знання про мову як систему, а озброїти їх мовленнєвими вміннями і навичками для практичного застосування у будь-якій іншомовній мовленнєвій ситуації. Таким чином, комунікативно-орієнтований метод навчання іноземних мов покликаний наблизити тих, хто вивчає іноземну мову, до реальних умов спілкування. Кінцевий результат дослідження мовної комунікації значною мірою залежить від того, як здійснюють цей процес, які способи, прийоми, засоби при цьому використовують.

Вартою уваги є думка Д.Філіпса, що комунікативний підхід є «спробою уникнути формальних (або традиційних) підходів, які базуються на граматиці і перекладах, і перейти до підходів, за допомогою яких студент використовуватиме мову як засіб спілкування» [1, с. 94].

При застосуванні комунікативного підходу необхідно зважати на наступні чинники: комунікативну мету висловлення; ситуацію спілкування; ролі співрозмовників (соціальні чи мовленнєві).

З точки зору існування мови комунікація поділяється на усну і письмову.

Усна комунікація характеризується досить слабкою підготовленістю, необоротністю, зв'язком з конкретним часом і умовами протікання, автоматизмом у вживанні мовних (мовленнєвих) засобів і способів викладу інформації.

Письмова комунікація, маючи деякі спільні риси з усною, відрізняється більшою підготовленістю, незалежністю від

часу і умов протікання, вживанням більш розгорнутих, літературно оформлених речових оборотів. Часто саме писемні твори стають основою для продукування усного мовлення.

Переклад як засіб міжмовної комунікації безпосередньо впливає на стан літературної норми цільової мови, оскільки він виконує функцію своєрідного фільтра, який пропускає все корисне, потрібне і затримує те, що руйнує її національний характер [2, с. 170]. У процесі перекладу взаємодіють не тільки дві мови і більше, але й дві культури, що мають як загальну, так і національну специфіку. Виявлення загального, інтернаціонального, загальнолюдського і приватного, особливого, національного є принциповим під час вивчення такого явища, як міжкультурна комунікація. Переклад, допомагаючи спілкуванню людей різних національностей, є засобом міжмовної і міжкультурної комунікації. Через міжкультурні відмінності те, що є зрозумілим носіям однієї мовної культури, може викликати непорозуміння у іншого носія, який отримує текст перекладу. На переклад накладає певні обмеження мета вихідного тексту, а також його майбутні читачі оригінального та перекладного текстів. З огляду на забезпечення міжкультурної комунікації творча діяльність перекладача має спрямовуватися на примирення двох суперечливих тенденцій: збереження мовної норми рецептивної культури в перекладі, з одного боку, та її гармонізацію з нормою оригіналу як феномена вихідної культури, з іншого. [3, с. 155]

Отже, завдання перекладу охоплює не тільки пошук еквівалентних відповідностей для передачі комунікативної установки відправника, а й надання одержувачу необхідних для розуміння пояснень, так щоб реакція іншомовного одержувача відповідала реакції одержувача повідомлення мовою оригіналу.

Список літератури

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : Видавничий центр «Академія», 2004. 344 с.
2. Мірам Г. та ін. Основи перекладу : Курс лекцій : навчальний посібник. Київ : Ельга, Ніка-Центр, 2003. 240 с.
3. Чередниченко О.І. Про мову і переклад. Київ : Либідь, 2007. 248 с.

Ганна Городенська
Науковий керівник – асист. Стерлікова М.С.

**«Мозковий штурм» як метод групової роботи
при виконанні творчих завдань навчання
англійській мові в середній школі**

На сьогоднішній день, до важливих умов успішної освіти відноситься пошук новітніх, осучаснених методик навчання, завдання яких зводиться до формування особистості, яка була б розвинена всебічно. Освіта сучасності, що формується на основі інтеграції різноманітних методів та наук, направлена на цілісне усвідомлення сучасного світу, а також підвищує рівень креативного потенціалу учнів. Інтеграція знань є неможливою без використання творчих зусиль та застосування інтерактивних методів навчання.

З-поміж багатьох інтерактивних технологій, що використовуються у навчальному процесі, найбільш популярним і відомим – є метод групової роботи «мозковий штурм». Такий метод виступає методом колективного обговорення, що направлений на пошук рішень, мотивує учасників використовувати власну уяву та творчість через вільне висловлення думок всіх, хто приймає участь і дає змогу віднайдення декількох конкретних рішень для розв'язання конкретного питання.

Найбільш часто сутність будь-якого поняття криється у аспектах від яких він походить. Тому, розпочнемо наше дослідження саме з походження досліджуваного методу. Такий метод засновувався на припущенні, що до однієї з головних перешкод для формування нових ідей, відносить «страх оцінки», адже у людей часто існує страх у висловлюванні власних думок, які можуть бути неординарними і спричинити скептичне чи, навіть, вороже ставлення до них від інших [1]. У відповідності до класичної техніки мозкового штурму, що була запропонована Алексом Осборном, остання базується на 2 наступних принципах:

«відстрочка винесення вироку ідеї» та «з кількості народжується якість» [2].

Дослідивши походження методу, перейдемо до розгляду визначення останнього. Так, у найбільш узагальненому підході, під методом мозкового штурму розуміється «оперативний метод вирішення проблеми на основі стимулювання творчої активності, при якому учасникам обговорення пропонують висловити якомога більше варіантів вирішення, в тому числі найнезвичайніших, а потім із загального числа ідей відбирають найвдаліші, які можуть бути використані на практиці» [3].

Метод «мозковий штурм» може стати істотною допомогою для учнів при проведенні обговорення як у реальних ситуаціях, так і під час інтернет-спілкування, зокрема в умовах дистанційного навчання. Цей метод – є найбільш популярним для розвитку творчої активності учнів.

Отже, ця методика вимагає застосування англійської мови в реальних умовах, сприяє впровадженню комунікативного навчання. Діти вчать вільно говорити про те, про що вони думають, висловлювати власні ідеї настільки добре, наскільки дозволяє їм їх рівень володіння мовою. Інтерес, що з'явився в результаті роботи, мотивує їх до вивчення англійської мови і створює хорошу мовну базу.

Список літератури

1. Рижиков В. Методика використання "мозкового штурму" на семінарських заняттях в професійній підготовці у вищих військових навчальних закладах (ВВНЗ). Молодь і ринок. 2018. № 5. С. 26-32.
2. Alex, F. Osborn Applied Imagination: Principles and Procedures of Creative Problem-Solving. New York: Charles Scribners Sons, 1953. 317p.
3. Мергель Т. В. Застосування інтерактивного методу "мозкового штурму" у навчальному процесі. // Медична освіта. 2015. № 4. С. 44-47.

Ангеліна Горюк
Науковий керівник – доц. Агапій А.П.

Розвиток умінь діалогічного мовлення в учнів середніх класів ЗОШ

При сучасному інтенсивному ритмі життя у глобалізованому світі зростає роль іноземної мови як одного з найважливіших засобів спілкування та пізнання світу. Комунікація, основною формою якої є діалог, набуває особливого значення, оскільки впливає на різні сфери життя сучасної людини. Тому перед вчителями середніх навчальних закладів постає важливе завдання – сформувати в учнів практичні вміння застосування іноземної мови в різних ситуаціях. Саме діалогічне мовлення є найважливішим засобом спілкування та взаємодії.

Теоретичні і практичні аспекти проблеми методики навчання діалогічного мовлення у ЗНЗ завжди були в центрі наукового пошуку провідних фахівців різних галузей науки: філософії, психології, психолінгвістики, мовознавства, лінгводидактики. У працях Т.Батищева, В.Біблера, М.Кагана визначено структуру, зміст і функції зовнішнього та внутрішнього діалогів у процесі спілкування. Структурно-синтаксичні й функціональні ознаки діалогічного мовлення висвітлено у працях таких учених-лінгвістів, як В.Артемов, В.Колодязна, О.Леонтьєв, Ю.Пассов, В.Скалкін, Л.Якубинский. Види й мовні засоби діалогічних текстів досліджували: І.Зимня, А.Мирошніченко, Г.Китайгородська, С.Ніколаєва та інші. Попри значний інтерес науковців до діалогічного мовлення все ще актуальним залишається пошук найефективніших шляхів формування іншомовної компетенції у діалогічному мовленні учнів ЗНЗ, оскільки школярі не завжди можуть продемонструвати належний рівень навичок і умінь у діалогічному мовленні.

Метою даної статті є шляхом спостережень встановити, які підходи до навчання діалогічному мовленню застосовуються вчителями найчастіше.

На думку В.В.Колодязної, діалогічне мовлення – це процес мовленнєвої взаємодії двох або більше учасників спілкування.

Тому в межах мовленнєвого акту кожен з учасників виступає як слухач і як мовець [1, с.4].

Навчання діалогічному мовленню відбувається в кілька етапів. Початковим або, інакше кажучи, підготовчим етапом є реплікування. Метою цього етапу є засвоєння учнями реплік-реакцій. На цьому етапі вчителі найчастіше застосовують вправи на підстановку, вправи на імітацію, відповіді на питання та інші.

Перший етап - це засвоєння діалогічних єдностей (ДЄ). Сукупність реплік, що характеризується структурною, інтонаційною та семантичною завершеністю, називають діалогічною єдністю. На цьому етапі вчителі найчастіше застосовують вправи на обмін репліками.

Другий етап – це складання міні-діалогів. Вчителі на цьому етапі навчають учнів об'єднувати вже вивчені ДЄ.

Третій етап – ведення діалогів різних типів.

При формування умінь діалогічного мовлення застосовують різні підходи та засоби.

В науковій літературі виділяють два основних підходи до навчання діалогічному мовленню: «зверху -вниз» та «знизу – вверх» [2, с.318]. При першому підході спочатку школярі слухають діалог – зразок, а потім створюють за поданим зразком власні діалоги. При другому підході учні спочатку засвоюють окремі елементи діалогу, а потім будують самостійно діалоги на задану тематику.

Ми цілком поділяємо думку С.Ніколаєвої, яка вважає підхід «знизу – вверх» більш ефективним [2, с.318].

У результаті спостережень, які були здійснені на базі однієї з чернівецьких шкіл протягом трьох місяців 2020 року, під час яких відвідувались уроки з німецької мови (всього 16 уроків) у 8 класі, ми встановили, що підхід «зверху – вниз» застосовувався частіше (10) ніж інший підхід (2).

Список літератури

1. Колодязна В. В. Навчання діалогічного мовлення на уроках англійської мови за комунікативною методикою. *Англійська мова та література*. 2004. №5. С.4-9. №6. С.5-11.
2. Ніколаєва, С. Ю. Методика викладання іноземних мов у середніх навчальних закладах : підручник. кол. авторів під кер. С.Ю.Ніколаєвої. Київ : Ленвіт, 2002. 328с.

Юлія Грициук

Науковий керівник – расист. Фенюк Л.Д.

Інтернаціональна лексика як спосіб міжкультурного виховання

Впровадження інтернаціональної лексики є тенденцією для багатьох країн. Враховуючи, що одне й те ж слово запозичується різними мовами, можна підтвердити дію мовної глобалізації.

Поняття інтернаціоналізми трактується як слова, які функціонують мінімум у трьох національних мовах, що належить до різних мовних сімей, зберегли повністю чи частково свою форму та мають подібну семантику [2, с.138].

Особливістю інтернаціональної лексики є здатність виконувати одночасно комунікативну і культурологічну функції, відображає соціокультурну інформацію, включаючи в себе різні семантичні, стилістичні, етнографічні нюанси і разом з тим слугує засобом спілкування людей [1, с.179].

Один із способів передачі культури та традицій являються слова-реалії, що позначають специфічні явища та поняття, факти історії і державного устрою національної спільності, характерні для одного народу та не притаманні для іншого. Наприклад, в слові «кімоно» містяться свідомості про національний одяг Японії; а слово «квас» позначає традиційний слов'янський напій.

Інтернаціональна лексика в українській мові функціонує в різних сферах, зокрема, в масово-інформаційному, побутовому, науковому, офіційно-діловому та комп'ютерному дискурсах.

Наше дослідження присвячене інтернаціоналізмам побутового та масово-інформаційного дискурсах, оскільки саме ця лексика є ядром вивчення іноземної мови під час навчального процесу, а також містить соціокультурне навантаження. Матеріалом дослідження слугували 390 лексичних одиниць в англійській, французькій та українській мовах побутового дискурсу, та 350 ЛО – мас-медійного дискурсу. Досліджені інтернаціоналізми побутового дискурсу були нами розподілені до наступних тематичних груп: «напої та їжа», «заклади», «професії/титул/звання» «транспорт», «побутові прилади», «одяг», «музика», «музичні інструменти», «танці» та «спорт». Найбільш чисельною за на-

шими підрахунками є тематична група «напої та їжа» – 18% (72 ЛО), а найменш чисельною є тематична група «танці» – 4% (14 ЛО).

Також ми виділили наступну класифікацію мас-медійного дискурсу: «політичний дискурс», «економічний дискурс», «науковий дискурс», «спортивний дискурс», «освітній дискурс» та «рекламний дискурс». Чисельну перевагу має тематична група «науковий дискурс» – 36% (126 ЛО). Далі йдуть за спадом: 1) тематична група «економічний дискурс» – 28% (96 ЛО); 2) тематична група «політичний дискурс» – 23% (78 ЛО); 3) тематична група «рекламний дискурс» – 5% (18 ЛО); 4) тематична група «спортивний дискурс» – 4% (15 ЛО); 5) тематична група «освітній дискурс» – 3% (12 ЛО).

Така типізація дискурсу ЗМІ утворилася внаслідок безпосереднього контакту різних країн, який зумовлений політичними, економічними та соціальними потребами, а також внаслідок посиленого впливу глобалізації, появою інтернету та розвитку інформаційно-комунікаційних мереж. З огляду на те, що людство знаходиться в постійному інформаційному просторі, медійний дискурс стає могутнім фактором впливу на суспільну свідомість та утворення концептуальної картини світу. Особливо велику роль відіграє саме рекламний дискурс, який віддзеркалює соціальні й культурні стереотипи суспільства, формуючи стандартне відображення іншомовної культури.

Тож, інтернаціоналізми побутового та медійного дискурсу сприяють поширенню знань про суспільство, про принципи його організації і функціонування, тим самим активно беруть участь у формуванні соціокультурної компетентності.

Список літератури

1. Липшиць Л.В. Формування соціокультурної компетентності майбутніх судоводіїв міжнародних рейсів у процесі вивчення англійської мови. *Педагогічний альманах*. 2012. Вип. 15. С. 178 – 182.
2. Онуфрієва О.С. Запозичення та інтернаціоналізми німецької мови крізь призму англійських впливів. *Нова філологія* 2012. Вип. 51. С. 138.

Марина Грицюк
Науковий керівник – доц. Сурадейкіна Т.В.

Загальні особливості промов Ілона Маска

Одним з актуальних напрямів мовознавства є комунікативна лінгвістика, яка займається вивченням різноманітних явищ, у тому числі й аналізом лінгвальних особливостей промов та виступів. Центральним поняттям даного дослідження є лінгвальні особливості - узагальнений термін, до якого включають різноманітні мовні засоби: лексичні, граматичні, синтаксичні та морфологічні. Ці дані є об'єктом досліджень багатьох науковців, таких як Арнольд І. А., Кобрин Н. А., Блох М. Я., Козлова Л. А. та інші.

Промови, в цілому, є невід'ємною частиною життя будь-якої публічної особи. “Виступ є ефективним інструментом, який має здатність впливати та формувати сприйняття людей” [3, с. 291]. Промови відображають реалії сьогодення. Найбільш популярними видами промов є мотиваційні та інформативні, які спрямовані на досягнення певної мети. Зазвичай у них містяться бачення людиною певних проблем або життєвих питань та їх вирішення.

Мета дослідження даної теми полягає у встановленні лінгвальних особливостей промов Ілона Маска та їх аналіз. Це дозволить краще ознайомитися із специфікою публічних виступів одного із найуспішніших іноваторів сьогодення.

“Ілон Маск є одним з найбільших та найвпливовіших винахідників і підприємців 21 століття, який творить майбутнє вже сьогодні” [4]. Найвідомішими проектами Маска є Tesla, SpaceX, Neuralink and The Boring Company, які фокусуються на розширенні установлених меж та виходу за грань звичної реальності. Основою винаходів є глибоке розуміння проблем з якими стикаються люди. Щоб поділитися своїми ідеями й амбіціями та представити нові розробки, Ілон вдається до публічних виступів та промов, в яких він чітко та лаконічно презентує свої плани та наміри. Проте, винахідника важко назвати ідеальним оратором.

Д. Барісо проаналізував декілька виступів й встановив основні ораторські помилки Маска, серед яких:

Запинання (*Um, so yeah, um, it's quite difficult to dig tunnels normally*).

Повтори (*So Gary is capable of -- currently he's capable of going 14 times faster than a tunnel-boring machine*).

Обривання фраз (*... it really is, like -- This is basically interns and people doing it part time*).

Недоречне вживання пауз (*Essentially, November or ... December of this year...*) [1].

Незважаючи на явні недоліки презентаційного стилю, промови Маска заворожують своєю інформативністю, точністю та влучністю. Одразу можна побачити увагу до деталей. К. Голдберг відзначає одну з найважливіших рис Ілона, а саме “його можливість представити складні концепції зрозуміло через використання нескладних термінів та слів, які здатні описати далекоглядні плани у межах декількох речень” [2].

Отже, варто зазначити, що незважаючи на певну недовершеність та недосконалість виступів й промов, плани Маска є добре обмірковані та довершені, його слова відображають клопітку працю.

Список літератури

1. Bariso J. What You Can Learn From Elon Musk's Presentation Style. *Business insider*. 2017. URL : <https://www.businessinsider.com/what-you-can-learn-from-how-elon-musk-presents-2017-5> (дата звернення: 24.10. 2020).
2. Goldberger C. Are Elon Musk's public speaking skills as visionary as his cars? *Quantified Communications*. 2017. URL : <https://www.quantifiedcommunications.com/blog/elon-musk-communication-analysis> (дата звернення: 13.11.2020)
3. Harris, L. J., Stand Up, Speak Out: The Practice and Ethics of Public Speaking. Milwaukee: University of Wisconsin Milwaukee, 2017. 580 с.
4. Swisher K. Elon Musk is the Id of Tech. *The New York Times*. 2018. URL: <https://www.nytimes.com/2018/08/16/opinion/elon-musk-crazy-tesla.html> (дата звернення: 6.11. 2020).

Ксенія Грузєва
Науковий керівник – проф. Кійко С.В.

Різножанрові тексти у навчанні лексики німецької мови в старших класах

Згідно з освітньою реформою, однією з ключових компетентностей є володіння іноземною мовою [1]. Успішне опанування мови означає, насамперед, її застосування в різних мовленнєвих ситуаціях у процесі комунікації. Учні повинні з легкістю та безпомилково оперувати лексичним матеріалом, не лише пригадати потрібне слово, але й правильно вжити його у мовленні. Для цього потрібно ретельно підбирати різножанрові тексти, розробляти влучні для віку та рівня знань завдання та відпрацьовувати слова на базі вправ різного рівня складності. Різножанрові тексти дають змогу формувати знання ситуативних і контекстуальних правил, соціальні та культурні навички.

Об'єктом нашого дослідження є різножанрові тексти під час навчання німецької мови учнів старшої школи, а **предметом** – розробка методів і вправ для формування лексичної компетентності учнів старшої школи на основі різножанрових текстів. **Мета** роботи – проаналізувати навчальні тексти і встановити методи формування лексичної компетентності учнів старшої школи у процесі вивчення німецької мови з використанням різножанрових текстів. Для реалізації мети визначено такі завдання: 1) дослідити лінгвістичні, методичні і культурологічні параметри навчального тексту; 2) проаналізувати наявні типології текстів; 3) охарактеризувати принципи відбору текстового матеріалу відповідно до мети і умов навчання; 4) дослідити проблему навчання лексики; 5) охарактеризувати типологію лексичних одиниць як основу ефективного навчання лексичній стороні усного мовлення; 6) розробити види вправ для навчання лексики з використанням різножанрових текстів. **Матеріалом** дослідження слугують автентичні тексти різних стилів (художнього, публіцистичного, наукового, офіційно-ділового) та типу складності залежно від рівня мови учнів. Для відбору текстів врахо-

вуються концептний, дидактичний, сензитивний та когнітивний критерії.

Сучасна методика надає широкий вибір методів, технологій та прийомів роботи з текстами. Робота з різножанровими текстами здійснюється з метою збагачення лексичного матеріалу та ідіоматизації мовлення. Варто наголосити на культурологічних, лінгвістичних та методичних параметрах тексту. Головними стратегіями для роботи з текстом на уроках німецької мови є активізація первинних знань, з'ясування значення незрозумілих слів, формулювання запитань до тексту, прогнозування подальшого змісту тексту, перетворення та інтерпретація змісту окремих абзаців або тексту в цілому [2, с. 143].

Варто виокремити три етапи роботи над німецькомовним текстом. Перший етап – передтекстовий, його мета – ознайомити учнів з текстом. Цей етап передбачає подолання лексикограматичних труднощів. Другий етап – текстовий – полягає саме в прочитанні тексту. Третій етап – післятекстовий, який можна організувати у формі узагальнюючої дискусії, тобто учні висловлюватимуть думки щодо наведеного твердження, розповідатимуть про головних героїв, їх почуття тощо.

Залежно від типу тексту використовують різного типу вправи на вивчення та закріплення лексичних одиниць. Вагому роль відіграють тексти з прагматичним змістом (схеми, графіки, карти тощо). Щодо художнього тексту, то для його опрацювання використовують схему-аналіз. Робота з науковими текстами полягає в тлумаченні термінів і понять.

Вправи на основі різножанрових текстів допомагають перевірити розуміння отриманої інформації з тексту та покращити роботу з двомовними словниками. Крім цього варто звертати увагу при виборі текстового матеріалу на інтереси та вік учнів, а також актуальність інформації, наведеної в тексті.

Список літератури

1. Концепція Нової української школи. URL : <https://nus.org.ua/view/yak-tse-suchasno-vykladyty-inozemni-movny/>.
2. Гальскова Н. Д., Гез Н.И. Теория обучения иностранным языкам. Лингводидактика и методика. 3-е изд. Москва : Академия, 2006. 336 с

Експресивний синтаксис у книгах Дж. Роулінг та засоби його перекладу українською мовою

Експресивний синтаксис визначається як засіб посилення виразності висловлювання та впливу на читача. До засобів експресивного синтаксису входять: еліптичні речення, замовчування, номінативні речення, безполучниковий зв'язок, мовна парцелярія та непоширенні речення.[1, ст.2]

Твори Джоан Роулінг являють собою плідний та актуальний матеріал для вивчення з лінгвістичного боку експресивного синтаксису. Актуальним є опис мовних одиниць з елементами дискурсивного аналізу, який уможливило проникнення у сутність художньої картини світу письменниці, що відповідає загальній тенденції лінгвістики до інтерпретації розумової діяльності людини у її мовленні й визначається пошуком мовленнєвих засобів.

Найбільш поширеним засобом експресивного синтаксису є еліптичні речення. Еліптичні речення властиві, в першу чергу, розмовній мові. В умовах живого усного спілкування мовець, зазвичай, не утруднює себе дотриманням логічної чіткості структури речень. Відсутні члени речення заповнюються самою мовною ситуацією; додатковими, позамовними засобами передачі необхідного сенсу є міміка і жести мовця.[1, ст.3]

Вживання еліпса в художніх творах виявляється істотним стилістичним прийомом. Еліпс в прямій мові дійових осіб сприяє реалістичному відтворенню невимушеної бесіди.[1, ст 3] Розберемо на прикладі:

- *«Harry had taken up his place at wizard school, where he and his scar were famous ... but now the school year was over, and he was back with the Dursleys for the summer, back to being treated like a dog that had rolled in something smelly».*[3, ст.2]

- *«Гаррі зайняв своє місце в школі чарівників, де він і його шрам були відомі ... Але шкільний рік закінчився, і на літо Гаррі повер-*

нувся в родину Дурслів, які ставилися до нього, мов до цуцика, що викачався у чомусь смердючому».[2, ст.2]

Ми бачимо, що перекладач вирів застосувати цей прийом і в перекладі.

Особливо часто цей синтаксис застосовують для образу таємного голосу, який чує тільки Гаррі. Оскільки тут засобом змалювання образу виступало тільки мовлення, автор надала йому яскравих специфічних рис: анафоричність речень, повтори, уривчастість, певна ритміка. Усі ці риси були відтворені перекладачем досить вдало:

- «*Come ... come to me... Let me rip you... Let me tear you ... Let me kill you ...*». [3, ст.38]

- *Иди... йди до мене... я тебе розірву... пошматую... уб'ю!* [2, ст.38]

- *I smell blood. ... I SMELL BLOOD!*[3, ст.38]

- *Я чую запах крові! Я ЧУЮ ЗАПАХ КРОВІ!*[2, ст.38]

Загалом, засоби експресивного синтаксису дозволяють автору створити правдиві образи героїв, передати широкий спектр емоцій та добитися глибокого впливу на читача.

Список літератури

1. Матвійчук О. М. Експресивний синтаксис. URL : <http://eprints.zu.edu.ua/5802/1/221-223.pdf>.
2. Джоан К. Роулінг. Гаррі Поттер і таємна кімната, пер. В.Морозова. Київ, 2004. 240 с.
3. Joan K. Rowling. Harry Potter and the Chamber of Secrets. URL : http://lib.aldebaran.ru/series/Harry_Potter.

Христина Гуцул
Науковий керівник – доц. Задорожна І.П.

Конотація німецькомовних фразеологізмів з компонентами - числівниками

Актуальність обраної теми зумовлена необхідністю проведення комплексного аналізу кількісних та конотаційних особливостей фразеологізмів (далі ФО) з числівниками у німецькій мові.

Новизна наукової розвідки полягає у тому, що в ній вперше визначено загальну кількість фразеологічних одиниць, у складі яких вжиті числівники, на основі “Німецько-українського фразеологічного словника” В.І. Гаврися та О.П. Пророченко, фразеологічну продуктивність числівників та досліджено оцінну конотацію німецькомовних ФО з числівниками (позитивну, негативну чи нейтральну) на основі психолінгвістичного експерименту.

У результаті дослідження методом суцільної вибірки із “Німецько-українського фразеологічного словника” В.І. Гаврися та О.П. Пророченко було відібрано 1070 ФО, у складі яких вжито хоча б один числівник. Їх загальна кількість – 60 . Частка від поділу загальної кількості ФО на кількість числівників є середньою фразеологічною продуктивністю цих числівників (1070 ФО : 60 числівників = 18 ФО на 1 числівник), тобто числівники з фразеологічною продуктивністю (кількістю зафіксованих з ними ФО у словнику) більше 18 є високопродуктивними. Найпродуктивнішим серед досліджуваних числівників є числівники *viel* та *ganz* (173 і 158 ФО відповідно). Напр.: « *Viel Ankratz haben* » (розм. мати великий успіх); « *Viel Ärger haben* » (мати багато клопоту); « *Das ist die ganze Herrlichkeit!* » (жарт. от і все); « *Ganz herunter sein* » (зовсім знесилитися). Високопродуктивними є також *andere, mehr, zwei, wenig, halb, einmal, eins, erste, drei, vier, mal*.

Для того, щоб дослідити, для якої (позитивної, негативної чи нейтральної) характеристики навколишнього світу вживаються досліджувані ФО з числівниками, ми провели психолінгвістич-

ний експеримент. Для цього студентам-старшокурсникам та викладачам університету (загальна кількість опитаних 30 чоловік) було запропоновано біля кожної ФО з числівниками поставити один із знаків +, -, 0 відповідно до того, для якої характеристики (позитивної, негативної чи нейтральної) людей, явищ чи предметів можна використати аналізовану ФО. Напр.,: «Fürs erste» (спочатку) (0); «Deine drei Heller überall dazugeben» (розм. скрізь втручатися) (-); «Unter vier Augen» (віч-на-віч, сам на сам) (+).

На основі результатів психолінгвістичного експерименту і кількісних підрахунків можна стверджувати, що серед ФО з числівникам негативно конотовані ФО (41 %) переважають над нейтральними (32%) і позитивними (27%), що відповідає загально фразеологічній тенденції.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо в аналізі особливостей функціонування ФО з числівниками у німецькомовних художніх текстах.

Список літератури

1. Немецко-украинский фразеологический словарь : в 2 т., сост. В. И. Гаврись, О.П. Пророченко. Київ : Рад. школа, 1981..
2. Баран Я.А. Основні питання загальної та німецької фразеології. Львів : Вища школа, 1980.156 с.
3. Černyševa I.I. Feste Wortkomplexe des Deutschen in Sprache und Rede. М.: Vysšaja Škola, 1980. 144 S.
4. Медведєв Ф.П. Українська фразеологія. Харків : Вища школа, 1982. 232 с.

Англомовний рекламний текст як відображення національної картини світу та особливості його перекладу

До кінця ХХ ст. за допомогою засобів масової комунікації реклама перетворилася в єдину глобальну індустрію, в якій зайняті тисячі людей. В історії рекламних технологій відбулася еволюція від масової реклами до поділу споживчої аудиторії на так звані цільові групи.

Важливим сьогодні є вивчення механізмів вербального впливу рекламних текстів, аналіз мовних засобів, на яких ґрунтуються логічна і емоційна аргументація у рекламі задля переконання і спонукання аудиторії до дії, забезпечення спроможності рекламного тексту до запам'ятовування. Мовні особливості реклами є предметом постійного вивчення як у зарубіжній, так і у вітчизняній лінгвістиці.

Переклад має неабияке значення у формуванні держав, культур, та націй. Саме завдячуючи перекладознавству ми володіємо інформацією всього світу. Історія нашої держави сформувалась саме так, через різноманітність національностей та взаємодію з представниками інших країн.

Головне завдання перекладу – досягнення адекватності. Адекватний, або як його ще називають, еквівалентний переклад - це такий переклад, що здійснюється на рівні, необхідному й достатньому для передачі незмінного плану змісту при дотриманні відповідного плану вираження, тобто норм мови, що перекладається [1].

Відомо, що повнота, точність і правильність перекладу рекламних текстів залежить від рівня знань граматичних форм, синтаксичних конструкцій і структур речень. Знання граматики є більш важливим, ніж знання термінології під час перекладу, оскільки терміни можна досить швидко знайти використовуючи спеціальні словники.

Для правильного перекладу терміну важливо знайти його словотворчу й морфологічну структуру та семантичні відмінності від загальноживаних слів. Обов'язкова умова повноцінного перекладу будь-якого спеціального тексту, особливо науково-технічного, – повне розуміння його перекладачем. Механічне заучування термінів, без проникнення в їх сутність, без розуміння самих явищ, процесів і механізмів, про які йде мова в оригіналі, може призвести до грубих помилок у перекладі. Отже, розвиток перекладознавства дав початок новій епосі, яка дала людям можливість передавати свої знання та досвід крізь роки. Згідно з класифікацією Бархударова є 4 основні види трансформацій: додавання, опущення, перестановка, заміна.

На думку В. Н. Комісарова, перекладацькі трансформації в залежності від характеру перетворень поділяються на лексичні (перекладацька транскрипція, транслітерація та перекладацьке калькування), граматичні (дослівний переклад, розчленування речень, об'єднання речень та граматичні заміни) та лексико-граматичні (прийом антонімічного перекладу, прийом описового перекладу та прийом компенсації) [2].

Отже, у перекладі потрібно не лише відтворювати висловлення згідно із законами природної мови, а й дотримуватися умов створення рекламних повідомлень. Переклад рекламних текстів з англійської мови українською має здійснюватися з урахуванням таких проблемних аспектів, як лінгвокультурний, прагматичний та власне перекладацький. З охопленням усіх проблемних аспектів процес перекладу рекламних слоганів здійснюється відповідно до правил рекламної комунікації, а перекладені тексти функціонують в новому масово-інформаційному просторі як нові комунікативні одиниці.

Список літератури

1. Левицкая Т. Р., А. М. Фитерман. Теория и практика перевода с английского языка на русский. Москва, 1963. 263 с.
2. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. Москва : ЭТС, 2000. 424 с. - 123с.

Формування англомовної компетентності в говорінні учнів початкової школи з використанням проєктної методики

Відповідно до Державного стандарту початкової загальної освіти від 20 квітня 2012 року, навчання англійської мови у школі є обов'язковим з першого класу.

Перед працівниками загальноосвітніх навчальних закладів постає чимало питань. Формування англомовної компетентності в говорінні учнів, одне із завдань сучасної школи, є можливим завдяки використанню різноманітних технологій. Для навчання молодших школярів англійської мови слід використовувати найбільш ефективні для цього віку технології навчання.

Сучасні науковці (В. Безпалько, Н. Наволокова, Г. Селевко та ін.) виділяють низку педагогічних технологій, серед яких технологія ігрового навчання, технологія особистісно орієнтованого навчання, технології розвиваючого колективного навчання, розвитку критичного мислення; програмованого навчання; інтерактивного навчання; модульного навчання; проєктна технологія тощо [2, с.9-15].

Метод проєктів або PBL (Project-Based Learning) – це система навчання, гнучка модель організації навчального процесу, орієнтована на творчу самореалізацію особистості, розвиток її можливостей у процесі створення нового продукту під контролем учителя, шляхом самостійних, колективних, інтерактивних дій учнів і обов'язкових презентацій результатів роботи [3]. Використання методу проєктів є ефективним для формування англомовної компетентності в говорінні молодших школярів.

У статті "Класифікація навчальних проєктів" Т. Вороненко розрізняє декілька видів методу проєктів: творчі, рольові, дослідницькі, інформаційні, практично-орієнтовані [1, с.79-80].

- Творчий – зміст і структура залежить від креативності, інтересів авторів, дітей в даному випадку;

- Рольовий.– групи учнів виконують окремі завдання з однієї теми, але спільно працюють над аналізом, узагальненням, висновками і кінцевим продуктом.
- Дослідницький діяльність учнів спрямована на розв'язування творчих завдань;
- Інформаційний – структура відповідає дослідницькому проекту, але не передбачає експериментальної роботи.
- Практично-орієнтований – результат діяльності, структура проекту чітко визначені. Функції розподілені між учасниками. Підсумки роботи оформлені в суспільно-корисний продукт [1, с.83].

У початковій школі використовують інформаційний, творчий та рольовий проекти, які допомагають молодшим школярам розвивати англomовну компетентність в говорінні. Метод проектів розглядається як інновація під час впровадження його на практиці. Метою даної інновації є створення для дитини умов, за яких учень зможе здобувати, оновлювати та розвивати свої знання. Для позитивного результату слід застосовувати діяльнісний та особистісно зорієнтований підходи.

Метод проектів є провідною методикою для формування англomовної компетентності в говорінні учня. Дану методику слід використовувати на уроках у молодших школярів, оскільки крім позитивного впливу, метод проектів пробуджує креативність і бажання вивчати предмет з початкової школи.

Список використаної літератури

1. Вороненко Т. І.Класифікація навчальних проектів. *Проблеми сучасного підручника*. 2020. №25.С.79-83.
2. Зимняя И. А., Сахаров Т. Е. *Иностранные языки в школе*. 1999. №3. С.9-15.
- 3.Метод проектів. URL : <https://osvita.ua/school/method/technol/1415/>

Іванна Данищук

Науковий керівник – доц. Суродейкіна Т.В.

Загальні характеристики наукового стилю в англійській мові

Мета роботи – проаналізувати загальні характеристики наукового стилю в англійській мові, надавши перелік основних мовних засобів, які застосовуються в ньому.

Д. Шмельов за комунікативним підходом виділяє чотири функціональні стилі: «офіційно-діловий, газетно-інформаційний, науковий і публіцистичний стилі» [3, с. 8].

Універсального визначення поняття «науковий стиль» не існує, оскільки його можна характеризувати в різних аспектах. Так, І.Р. Гальперін зазначив, що «науковий стиль зумовлений екстралінгвістичними критеріями, а саме певною цільовою спрямованістю (довести гіпотезу, розкрити відносини між різними явищами тощо)» [1, с. 281].

О.Д. Полянничко стверджує, що «загальними характеристиками наукового стилю є його інформативна насиченість, логічність побудови, прихована емоційність, узагальнено-абстрактний характер викладу, смислова точність і об'єктивність, а також ясність і зрозумілість» [2, с. 66].

Вважаємо, що наведені вище особливості визначають вибір мовних засобів, основними з яких є:

– використання великої кількості абстрактних слів, наприклад: *acknowledgement, assumption, attempt, effects, endeavour, essence, factors, findings, issues, outcome, range, research, response, recommendations, significance, tendency*;

– утворення неологізмів. Нові поняття, які з'являються в результаті досліджень, приводять до утворення нових слів на їх позначення, тому саме наукова проза найбільше сприяє створенню неологізмів, наприклад: *bionics = biology + electronics*;

– мовні засоби для компресії вираження інформації: лексичні скорочення, графічні (дужки, двокрапка), формули і схеми;

– вживання термінів, які, як відомо, є однозначними, позбавленими емоційності і незалежні від контексту;

– нейтральний лексичний фон лексики наукового опису також надає неемоційного забарвлення і має широко розвинену стилістично синонімію;

– мовні засоби, що забезпечують об'єктивну подачу інформації: пасивні дієслівні форми конструкції; безособові та неозначено особові речення;

– перевага дієслів теперішнього часу, що дає можливість уявити відомості, що повідомляються, як абсолютно об'єктивні. Також для сучасного наукового стилю в англійській мові не характерно вживання суб'єктивних оціночних суджень для вираження особистої думки автора, наприклад: *in my opinion, to my mind*, тощо. Тому у подібних текстах прийнято уникати вживання особових займенників першої та другої особи однини *my, myself, you*, тощо. Проте за необхідності можна використовувати особові займенники першої особи множини *we, our*, тощо. У такий спосіб автор показує свою приналежність до наукової спільноти.

Також невід'ємною рисою наукового стилю англійської мови є формальність. Слід уникати вживання розмовних слів і виразів на кшталт *sort of thing, stuff*; скорочених форм – *isn't, can't, ad*, фразових дієслів – *look up, get across*, ідіом – *not to sleep a wink*.

Отже, загальними характеристиками наукового стилю в англійській мові є інформативна насиченість, логічна побудова, узагальнений характер викладу, точність, зрозумілість, об'єктивність і ясність, які, в свою чергу, визначають суворий вибір мовних засобів передачі інформації.

Список літератури

1. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка. Москва : Изд-во лит-ры на ин. яз., 1958. 316 с.
2. Полянчико О. Д. Науковий стиль англійської мови: його жанрові та лінгвістичні особливості. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер.: Філологія. 2019. № 40. том 2, С. 65 – 67.
3. Шмелев Д. Н. Функционально-стилистика дифференциация языковых средств. *Грамматические исследования. Функционально-стилистика аспект*: Суперсегментная фонетика. Морфологическая семантика. Москва : Наука, 1989. С. 3–33.

Адріана Дирик

Науковий керівник – доц. Лесінська О.М.

Функціонально-семантична парадигма прикметників у художньому тексті

Дослідження прикметника як частини мови є актуальним у наш час, особливу зацікавленість науковці приділяють його функціонально-семантичній парадигмі. Проблематичним залишаються питання виділення прикметників як частини мови, процес субстантивзації прикметників, статус слів “категорії стану”, а також класифікування прикметників.

Дана робота присвячена проблемам визначення місця та ролі прикметника в англійській мові та авторському дискурсі. Увага фокусується на встановленні структурної, семантичної та функціональної класифікації прикметників. У дослідженні також висвітлено проблему виділення та утворення прикметників.

У ході аналізу авторського дискурсу виявлено основні структурні, семантичні та функціональні характеристики прикметників. Нами було описано парадигматичні відносини між виділеними класами прикметників, а також проаналізовано найбільш типові моделі їх сполучуваності.

Прикметники в англійській мові, є самостійною частиною мови, що позначає ознаку предмета та відповідає на питання який? котрий?

Відповідно до структурної будови прикметники поділяються на три основні групи: прості (Simple Adjectives), похідні (Derived Adjectives), складні (Compound Adjectives).

За основними семантичними відмінностями прикметники поділяються на два граматичні підкласи: на якісні прикметники (Qualitative Adjectives) та відносні прикметники (Relative Adjectives). Якісні прикметники позначають ознаки об'єктів як такі, а відносні прикметники позначають ознаки предметів через відношення до інших об'єктів.

Категорія ступенів порівняння (Degrees of comparison) виражає кількісні характеристики ознаки, позначуваного прикметника.

Функції прикметника прямо пов'язані з їх сполучуваністю. При поєднанні з іменниками прикметники виконують

атрибутивну функцію (роль означення). При поєднанні зі дієсловами прикметники виконують функцію предикатива (іменної частини складеного іменного присудка).

В результаті аналізу морфологічної структури прикметників у тексті роману С. Коллінз «Голодні Ігри» було проаналізовано 300 прикметників (100%) та встановлено, що більшість з них є похідними (183, 61%), на другому місці – прості прикметника (84, 28%). Відповідно найменшу кількість складають складні прикметники (33, 11%).

За результатами наших підрахунків можна зробити висновок, що із виділених нами 300 прикметників, які становлять 100 %, найбільшу семантичну групу становлять прикметники, які означають суб'єктивні оцінки (205, 68%) та включають прикметники означаючі якості живих та неживих предметів. Друге місце посідають прикметники означаючі об'єктивні оцінки (63, 21%), до яких входять прикметники розміру та форми, а на третьому місці – прикметники означаючі колір (20, 7%).

Таким чином, численність групи якісних прикметників, що означають суб'єктивні оцінки (якості предметів і якості людини) у романі С. Коллінз «Голодні Ігри», пояснюється тематикою художнього твору, метою якої є опис та аналіз людських стосунків.

Отже, так як прикметники в романі «Голодні Ігри» частіше вживаються в атрибутивній функції (219, 73%), тож вони будуть більше сполучатися з іменником, який характеризують. Натомість, прикметники будуть менше сполучатись із дієсловом чи прислівником, оскільки як предикативи (81, 27%) – функціонують порівняно не так часто.

Список літератури

1. Афанасьєва О. В. Имена прилагательные в системе кардинальных частей речи английского языка. Москва, 1992. 279 с.
2. Бархударов Л. С. Грамматика английского языка. Москва, 1965. 268 с.
3. Капатрук М. Д. Німецька мова. Граматичний коментар. Чернівці : Рута, 2004. 114 с.

Олена Дімова

Науковий керівник – доц. Олексичина Л.Г.

Оцінка якості перекладу кінофільмів на прикладі ресурсу Netflix

В епоху глобалізації читач певною мірою поступається місцем глядачу. Наше століття – це століття візуалізації, коли комунікація здійснюється не тільки завдяки слову, а й завдяки жестам, міміці, тону голосу. Кіно стає домінуючим джерелом інформації про культурні та соціальні особливості різних народів, бере на себе роль, яку відігравала впродовж усієї історії людства література. З огляду на безперечну важливість кінематографу в сучасному світі, одним із найактуальніших питань сьогодні стає переклад у кіно, яке уособлює свого роду соціально-не замовлення суспільства.

Netflix – найпопулярніший потоковий відеосервіс у світі. Українські користувачі Netflix скаржилися на брак перекладу українською мовою в запропонованому контенті, у результаті фільмів та серіалів з українськими субтитрами кожного дня стає дедалі більше, однак дослідження якості перекладу, запропонованого сервісом Netflix, ніхто ще не проводив, цим і зумовлена **актуальність роботи**. **Об'єктом дослідження** є англійсько-німецькі та англійсько-українські переклади кінофільмів на платформі Netflix. **Предметом дослідження** є оцінка якості перекладу фільмів на німецьку та українську мови. **Метою дослідження** є оцінка якості перекладу фільмів на прикладі найпопулярнішого відеосервісу Netflix з англійської на німецьку й українську мови. **Завдання дослідження**: розглянути історичну обумовленість кіноперекладу, з'ясувати національні особливості аудіовізуального перекладу (АВП) у німецькомовних країнах та Україні, дослідити теоретичні основи АВП, проаналізувати лінгвокультурні особливості АВП, провести анкетування серед українських перекладачів, користувачів Netflix, обрати п'ять англійських фільмів різних жанрів з платформи Netflix, здійснити аналіз якості кіноперекладу за критеріями оцінювання гармонійності перекладу, порівняти результати оцінювання з результатами соціологічного опитування, визначити, з яким типом жанру виникає найбільше проблем у німецьких та українсь-

ких перекладачів. У процесі роботи використані емпіричні та загально-логічні **методи** дослідження, а також метод анкетування й лінгвістичний аналіз, що включає в себе такі компоненти як спостереження, опис, узагальнення, зіставлення й систематизація.

Якість – це сукупність характеристик предмета, якої задовольняють встановлені й передбачені норми [1]. Оцінка якості перекладу залежить від типу тексту перекладу і виду перекладу, оскільки всі тексти надзвичайно різноманітні за жанрами, стилями і функціями, тому тип тексту визначає підхід і вимоги до перекладу, впливає на вибір прийомів перекладу і визначення ступеня еквівалентності перекладу оригіналу [2]. Отже, оцінка якості перекладу фільмів залежить від врахування перекладачем особливостей виду АВП і особливостей кінотексту як предмету перекладу. Фільм складається з вербальної й невербальної систем [3]. Оскільки вербальна й невербальна системи фільму забезпечують цілісність тексту, ми вважаємо, що врахування невербальної системи фільму під час перекладу вербальної системи є однією з головних вимог кіноперекладача для досягнення адекватного перекладу.

Оцінка якості перекладу проводиться з опорою на принципи гармонійності, які обумовлюють досягнення високої якості перекладу. Виявляються рівні адекватності, еквівалентності, дисгармонії, зміни, відмінності, перехід від відмінності до тотожності і від тотожності до відмінності. Під час аналізу враховується відсоток тексту перекладу для кожного з рівнів, а також визначається відсоток негармонійного тексту. Результати аналізу представляються в діаграмах. Результати дослідження можуть бути використані в теорії і практиці перекладацької критики.

Список літератури

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. Бусел В. Т. Ірпінь : ВТФ „Перун“, 2005. 1728 с.
2. Виноградов В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). Москва : Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. 224 с.
3. Матківська Н. А. Питання методології дослідження аудіовізуального перекладу. *Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*, 2015. С.147-152.

Лілія Діордійчук

Науковий керівник — доц. Шумейко О. В.

**Структурно-семантичні особливості фразеологізмів
з елементом порівняння в англійській та українській
мовах**

Сукупність фразеологічних одиниць є об'єктом фразеології — розділу мовознавства, який вивчає фразеологічну систему мови в синхронії та діяхронії. Фразеологізми — це стійкі, цілісні, семантично нерозкладні словосполучення слів, що відтворюються в мовленні як готові формули [3, с. 3].

Мета: встановити структурно-семантичні особливості фразеологізмів з елементом порівняння в англійській та українській мовах.

Найпоширенішою та універсальною є семантична класифікація фразеологізмів за В. В. Виноградовим, який класифікував фразеологізми залежно від семантичної злитості їх компонентів [2]. Залежно від того, наскільки сильним є переносне значення компонентів фразеологізму, вчений розподіляє їх на три типи [2]: 1) фразеологічні зрощення: *to rain cats and dogs* – *лити, як з відра* – злива [1]; 2) фразеологічні єдності: *to spill the beans* – *розкрити всі карти* – видати секрет [1]; 3) фразеологічні сполуки: *a bosom friend* – *нерозливвода* – нерозлучний друг [1].

Професор М. М. Шанський удосконалив класифікацію академіка В. В. Виногорова і додав четвертий тип фразеологічних одиниць (так звані «фразеологічні вирази») – стійкі в своєму складі і вживанні фразеологічні звороти, які цілком складаються зі слів із вільним номінативним значенням і є семантично подільними. Їх єдина особливість – відтворюваність – реалізується у мові шляхом їхнього використання як готових мовних одиниць із постійним лексичним складом та певною семантикою [6]. Наведемо приклади фразеологічних висловів (прислів'їв та приказок) в англійській мові та їхній переклад українською мовою: *easier said than done* – *легко сказати, ніж зробити* [1].

Серед основних способів перекладу фразеологізмів виокремлюються: еквівалентний (повний і частковий), аналогічний, антонімічний, описовий (дескриптивний) переклад, калькування,

комбінований переклад [4]. Найпоширенішим способом при передачі фразеологічних виразів з англійської мови на українську є еквівалентний частковий переклад, наприклад: *hold one's tongue* – *прикусити язика* [1].

Компаративні фразеологізми – це особливий тип стійких зворотів, які закріпилися в мові як стійкі порівняння [5, с. 77-78]. Найбільш поширеними моделями утворення означених словосполучень є такі: 1) прикметник + сполучник + іменник (*as white as snow* – *білий як сніг*) [1]; 2) дієслово + сполучник + іменник (*swim like a fish* – *плавати як риба*) [1]. Еквівалентом українського сполучника «як» в англійській мові є сполучники «as», «like».

Отже, фразеологічна одиниця складає первинну ланку фразеології. Перекладач повинен вміти розпізнавати фразеологізми в тексті, відрізнити стійке поєднання від змінного, знаходити необхідні порівняння і вираження для збереження смислового навантаження тексту перекладу. Знання способів перекладу фразеологізмів забезпечує здійснення адекватного перекладу.

Список літератури

1. Англійсько-український фразеологічний словник / упоряд. К. Т. Баранцев. 2-ге вид., переробл. і допов. Київ : Знання, 2005. 1056 с.
2. Виноградов В. В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке: избранные труды. Москва : Наука, 1977. 312 с.
3. Забіяка В. А., Забіяка І. М. Світ фразеологізмів. Етимологія, тлумачення, застосування : практичний посібник. Київ : Академія, 2015. 304 с.
4. Кунин А. В. О переводе английских фразеологизмов : монографія. Москва; Проза, 2007. 19 с. URL : http://samlib.ru/w/wagapow_a_s/transl-book-kunin.shtml (дата звернення: 08.02.2021).
5. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка : учебник. Москва : Высшая школа, 1986. 381 с.
6. Шанский Н. М. Фразеология современного русского языка : учебное пособие. Москва : Высшая школа, 1985. 160 с.

Наталія Драганова
Науковий керівник – доц. Король А.А.

Особливості функціонування текстів офіційно-ділового стилю та їх переклад

Останнім часом спостерігається неабиякий інтерес до офіційно-ділового дискурсу в зв'язку зі зростанням внутрішніх і зовнішніх ділових контактів та утворенням нових видів ділового спілкування. Активізувалися політичні й економічні зв'язки, а також партнерські відносини між Україною і Німеччиною. Відповідно, число документів офіційно-ділового стилю зростає так само, як і необхідність у їх перекладі.

Термін “дискурс” з'явився в 1952 р. завдяки американському лінгвістові З. Гаррісу [2, с. 100]. Чимало мовознавців досліджували різні аспекти офіційно-ділового дискурсу. Серед вітчизняних авторів варто виокремити таких: Шевчук С. В., Мацько Л. І., Кравець Л. І, Глушик С. В., Зубков М. та ін. Дискурсологія була об'єктом досліджень таких іноземних вчених, як Т. А. Ван Дейк, Р. Барт і М. Фуко. Наше дослідження ґрунтується саме на деяких з цих робіт.

Фаховий переклад офіційно-ділових текстів є одним з найскладніших видів перекладу [1, с. 22–23]. Незважаючи на те, що основним завданням перекладача при передачі таких текстів з вихідної мови у цільову є їх точне відтворення, у нього часто виникають труднощі та перешкоди, зумовлені різними соціокультурними особливостями носіїв мови оригіналу та перекладу. Саме тому необхідно далі вивчати особливості текстів офіційно-ділового дискурсу та вдосконалювати стратегії їхнього перекладу.

Наприклад, певною перешкодою іноді може стати переклад реалій. У пам'ятці під назвою “Deutsche und ukrainische Gesetze im Internet” (“Німецькі та українські закони в Інтернеті”) ми знайшли такий варіант передачі словосполучення “*juris GmbH*” українською мовою: “*юридична інформаційна служба “juris GmbH”*”. Як бачимо, тут було застосовано описовий переклад заради того, щоб українські читачі краще розуміли, про що йдеться. Подібний приклад бачимо в пункті с цієї ж пам'ятки:

“Unter dem folgenden Link können deutsche Gesetzestexte auch in englischer Sprache abgerufen werden...” – “В рамках неприбуткового, здійснюваного на приватній основі проекту, який серед іншого користується сприянням з боку Федерального міністерства закордонних справ, було створено банк даних німецького законодавства англійською мовою (Centre for German Legal Information)...” Тут було застосовано не просто описовий переклад, а надано додаткову інформацію.

Основною ідеєю дослідження є аналіз різних текстів офіційно-ділового стилю, серед яких міжнародні угоди та договори між Німеччиною та Україною. В ході дослідження було виконано такі завдання: виявлення особливостей офіційно-ділового дискурсу як об’єкта перекладознавчих досліджень, визначення жанрів ділового стилю, дослідження мовних ознак вираження дискурсу, порівняльний аналіз текстів німецько-українських угод, а також договорів, визначення найбільших перекладацьких труднощів, які виникають при роботі над текстами даного стилю. Таких висновків було досягнуто за допомогою описового та зіставного методів, а також лінгвістичного аналізу.

Отже, переклад офіційно-ділових текстів вимагає не лише професійних знань, а й додаткової обізнаності в лінгвістичних нормах їхнього оформлення. Дуже важливою є адекватність перекладу, для цього необхідно використовувати відповідні перекладацькі прийоми. Теоретичне значення роботи зумовлене тим, що було досліджено достатньо актуальну для України тему, та визначено стратегії, які допоможуть уникнути перекладацьких труднощів. Практичне значення визначається тим, що його результати можуть бути використані на заняттях з перекладознавства у закладах вищої освіти.

Список літератури

1. Kalverkämper H. Translation zwischen Text und Welt – Translationswissenschaft als historische Disziplin zwischen Moderne und Zukunft : Arbeiten zur Theorie und Praxis des Übersetzens und Dolmetschens / Hartwig Kalverkämper, Larisa Schippel (Hrsg.). Berlin : Frank & Timme, 2009. Band 20. – 696 S.
2. The Linguistics Encyclopedia / Ed. by K.Malmkjær. London. & New York : Routledge, 1996. 575 p.

Анна Дубець

Науковий керівник – доц. Гнатковська О.М.

Опозиція Бог-Диявол у сучасній американській лінгвокультурі

Вивчення та дослідження лексичних системних відношень є одним із назрілих питань сучасної лінгвістики. Чималий обсяг та варіативність словникового складу абсолютно будь-якої мови створювали певні труднощі для сприйняття лексики не як простого механічного скупчення слів, а як цілісної системи.

Першу типологію опозицій запропонував російський лінгвіст, один із засновників Празької лінгвістичної школи, М. Трубецький у своїй класичній праці «Основи фонології». У подальшому вивчення опозиції поширилося на всі інші рівні мови: фонологічний, морфологічний, лексичний, синтаксичний, на яких опозиції набувають різних специфічних проявів.

Кожна з десятків тисяч лексичних одиниць, що складають словниковий запас, має певну кількість характерних ознак, що поєднуються по-різному і роблять кожне окреме слово особливим знаком, відмінним від усіх інших слів. Ми використовуємо термін лексична відмінна особливість для ознак, здатних відрізнити слово за морфологічною формою або значенням від подібного слова чи варіанту слова. У лексичній семантиці опозицією є явище, коли слова, знаходяться у несумісному бінарному відношенні. Наприклад, якщо щось довге, то це означає, що воно не коротке. Лексичне протиставлення чи лексична опозиція визначається як семантично відповідне відношення часткової різниці між двома частково подібними словами.

Актуальність нашого дослідження зумовлена відсутністю досліджень лексичної опозиції Бог-Диявол в американській лінгвокультурі. Метою дослідження є встановити лексеми-вербалізатори опозиції Бог-Диявол у сучасному американському теледискурсі. Матеріалом слугували тексти 103 сценаріїв з 9 до 15 сезону американського серіалу “Supernatural”, з яких було виокремлено 73 різні номінації Бога та Диявола.

У серіалі використовуються різні лексеми на позначення Бога та Диявола. Зокрема, до Бога найчастіше зверталися: *The Creator, Father, Chuck Shurley, Carver Edlund, The Lord, Pops, Deadbeat Dad, Absentee Father, Grandfather, Charles and Dad* [2]. У свою чергу, Диявола у серіалі також називали різними іменами, в саме: *The Devil, Satan, Luci, Little Brother, Dark Prince, Assbutt, Fallen One, Abomination, Dog, Puppy, Marmaduke, King of Lies, The new Favorite, Dark Master* [2]. Варто зазначити, що у дев'ятому сезоні телесеріалу герої не використовували ніяких інших номінацій Бога чи Диявола окрім *God* і *Lucifer*, причому Бога згадували частіше ніж Диявола.

Герої телесеріалу намагаються продемонструвати своє особисте ставлення до Бога та Диявола за допомогою вищезазначених номінацій. До прикладу ангели та архангели називали Бога *Father, Dad* чи *Pops*. Таким чином вони наголошували на тому, що вони його діти. Головний герой серіалу звертається до Бога, використовуючи слова *Deadbeat Dad, Absentee Father*, тим самим підкреслюючи свою зневагу до нього. Прості люди зверталися до Бога *The Lord* або *The Creator*, виявляючи повагу.

До Диявола у серіалі також ставляться по-різному. Наприклад, головні герої серіалу звертаються до нього просто *Lucifer*, тим самим засвідчуючи, що він для них не є загрозою або чимось незвичним. Звертання *Luci* та *Little Brother* використовують інші архангели, вказуючи або на сімейні зв'язки з ним, або на те, що Диявол є наймолодшим серед них. Брутально-лайлива лексема *Assbutt* була використана, щоб привернути увагу Диявола, розгнівавши його негативним стилістичним забарвленням такого звертання, яке є ознакою певної зневаги та непокори.

Список літератури

1. Трубецкой Н. С. Основы фонологии / пер. с нем. А.А. Холодовича; ред. С. Д. Кацнельсона. Москва : Иностран. лит., 1960. 372 с.
2. Supernatural Wiki. A Supernatural Canon and Fandom Resource. Category: Transcripts. URL : <http://www.supernaturalwiki.com/Category:Transcripts>.

Юлія Дудчак
Науковий керівник — доц. Мігорян О.В.

Особливості класифікації фразеологічних одиниць в англійській мові

Фразеологія як самостійна наука сформувалась відносно недавно. Саме завдяки принципам які були розроблені десятки років тому, фразеологія стала новою самостійною наукою, яка стрімко починає займати все більшу роль у мовознавстві.

Не потрібно наполягати на важливості фразеології для лінгвістичних досліджень, але цікавим є те, що немає точного змісту поняття «фразеологія» [2, с. 5].

Мета роботи полягає у тому, щоб всебічно з'ясувати специфіку класифікації фразеологічних одиниць у англійській мові. Об'єктом дослідження є фразеологічні одиниці англійської мови.

Відомі лінгвісти розробляли різні класифікації враховуючи семантичні, структурні, когнітивні та структурно-семантичні особливості фразеологічних одиниць.

Однією з найвідоміших класифікацій фразеологічних одиниць є семантична класифікація В.В.Виноградова. Він розрізняє три групи фразеологічних одиниць: фразеологічні зрощення, фразеологічні єдності та фразеологічні сполучення [3, с. 293].

Фразеологічні зрощення – абсолютно неподільні, нерозкладні, немотивовані фразеологічні одиниці [3, с. 145]. Наприклад: *to rain cats and dogs* – *лити як з відра*.

Фразеологічні єдності – семантично неподільні фразеологічні одиниці, у яких значення цілого пов'язане з розумінням внутрішнього образного стрижня фрази [3, с.152]. Наприклад: *to spill the beans* - *видати секрет*.

Фразеологічні сполучення – фрази, створені за допомогою реалізації зв'язаних значень слів [3, с.159]. Наприклад: *come out on top* – *здобути перемогу*.

А.І. Смирницький за структурним принципом ділить фразеологічні одиниці на одновершинні: *give up* - *кинути будь-яку звичку*; двовершинні: *first night* - *прем'єра*; багатoverшинні: *to get hold of myself* – *отямитися* [5, с. 211-212].

Н.Н. Амосова виділяє два типи фразеологічних одиниць – фрази: *black frost* - *мороз без снігу*; ідіоми: *red tape* - *бюрократизм* [1, с. 211-212]. Вона справедливо зазначає відносність еквівалентності фразеологічної одиниці слову і різні ступені цієї відносної еквівалентності в залежності від типу фразеологічної одиниці.

А. В. Кунін поділив фразеологічні одиниці відповідно до їх функції у спілкуванні, що визначається їх структурно-семантичними характеристиками: номінативні: *crocodile tears* – *крокодилячі сльози*; номінативно-комунікативні: *to make two ends meet* - *звести кінці з кінцями*, вигуківі та модальні фразеологічні одиниці: *by love* – *від кохання*; комунікативні фразеологічні одиниці, які представлені прислів'ями та висловлювання: *the coast is clear* – *чистий горизонт* [4, с. 250].

Як бачимо, не існує єдиної класифікації фразеологічних одиниць, кожна класифікація дає можливість виділити спільні та відмінні риси серед фразеологічних одиниць за відповідними критеріями. Однак, варто зазначити, що кожна з наведених класифікацій має свої недоліки та переваги.

Список літератури

1. Амосова Н. Н. Основы английской фразеологии: учебное пособие. Ленинград : Изд-во Ленингр. ун., 1963. 208 с.
2. Артемова А.Ф. Английская фразеология: Спецкурс 2-е изд., испр. и доп. Москва : Высшая школа, 2009. 208 с.
3. Виноградов В. В. Избранные труды: Лексикология и лексикография. Москва : Наука, 1977. 308 с.
4. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка: учебное пособие. Москва, 1996. 381 с.
5. Смирницький А. И. Лексикология английского языка: учебное пособие. Москва : Иностр. лит., 1956. 260 с.
6. Cambridge Dictionary. Веб-сайт. URL : <https://dictionary.cambridge.org> (дата звернення: 23.01.2021).

Аліна Душкевич

Науковий керівник – доц. Бешлей О.В.

**Розвиток компетентності письма учнів
середньої школи на уроках англійської мови
в умовах дистанційного навчання**

Іншомовна писемна компетенція є ефективним засобом формування особистості учня. Цей вид компетенції сприяє розвитку особистісних якостей учня, підвищенню рівня зацікавленості в оволодінні мовою, дає змогу задіяти не лише свідомість учня, а і його почуття та емоції.

Тому проблема формування компетентності письма учнів середньої школи набула особливої актуальності, що зумовлює необхідність посилення уваги до навчального процесу учнів.

Компетентність у техніці письма – це здатність людини до коректного каліграфічно та орфографічного оформлення писемного висловлювання, яка базується на складній і динамічній взаємодії відповідних навичок знань та мовної усвідомленості та включає графічні та орфографічні навички. [1, с.14].

Актуалізація проблеми формування писемної компетенції ставить до процесу навчання учнів певні вимоги. Так, учні повинні вміти висловлюватись у письмовій формі за темою або ситуацією відповідно до цілей, завдань спілкування; правильно оформлювати повідомлення залежно від його форми; ефективно застосовувати особисті лінгвістичні здібності, потреби та цілі. Зрозуміло, що формування і розвиток цих умінь мають відбуватися в умовах, що стимулюють критичність мислення та заохочують учнів до формування і висловлювання власної думки.

Чинна шкільна програма підкреслює, що письмо є метою і важливим засобом навчання іноземної мови. Як зазначається в Державному освітньому стандарті з іноземних мов, оволодіння письмом передбачає досягнення елементарної комунікативної компетенції, яка забезпечує учневі вміння в найбільш типових ситуаціях повсякденного спілкування за допомогою письма [2, с.22].

Виховання зростаючого покоління є дуже відповідальним завданням, що постає перед школою, сім'єю та суспільством загалом. Виховання учнів різного віку має свою специфіку. На думку І. С. Кона, для особистісного зростання підлітка особливої значущості набувають отримані в процесі учіння знання. Вони стають тією цінністю, яка забезпечує розширення кругозору, що дозволяє зайняти певний статус серед однолітків. Вперше у перехідному віці виявляється самостійна спрямованість на пошук нових знань: разом з однолітками підліток їздить на художні і технічні виставки, в музеї, ходить в театри, відвідує гуртки технічної творчості, мандрує [3, с. 230-232].

Необхідно наголосити на важливості урахування вікових чинників процесу вивчення іноземних мов. Учителям потрібно бути уважними до фізіологічних, когнітивних та афективних аспектів кожної вікової категорії під час розробки та практичного застосування робочих програм з іноземних мов у навчальних закладах різних ступенів та урахування розбіжностей між різними віковими категоріям учнів у питанні вивчення англійської мови буде сприяти успішності цього процесу.

Отже поняття «компетентності у письмі» є підсумовуючим етапом вивчення англійської мови з позицій читання, слухання / аудіювання та говоріння. Підлітковий вік потребує великої уваги, продуманості змісту і форми взаємодії учителя з учнем.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Складенко Н. К. Методика формування іншомовної компетентності у техніці письма. *Іноземні мови*. 2012. № 2. С. 13–18.
2. Смоліна С. В. Методика формування іншомовної лексичної компетенції. *Іноземні мови*. 2010. № 4. С. 16–23.
3. Токарева Н.М., Шамне А.В. Вікова та педагогічна психологія : навчальний посібник. Київ, 2017. 548 с.

Кількісні показники суфіксів іменників у давньоанглійській поемі *Беовульф*

Мета роботи – проаналізувати частотність вживання суфіксів іменників у давньоанглійській поемі *Беовульф*. Як стверджує Т.В. Матвєєва, “суфіксація – це один із способів творення слів за допомогою суфіксів, який зазвичай змінює лексичне значення основи і таким чином слова, які виникли в більшості випадків переходять в іншу частину мови” [1, с. 472]. На основі досліджень Д. Кастовського (1992), Р. Квірка та Ч. Рена (1994), Р.В. Ескарса наводить такий список суфіксів давньоанглійських іменників: *-bora, -dōm, -el, -els, -en, -end, -ere, -esse, -estre, -ett, -ful, -hād, -icge, -ig, -incel, -ing, -nes, -ræden, -scipe, -sum, -. d, -ung, -wist* [3]. Проаналізувавши текст д.-а. поеми *Beowulf*, ми виявили в ньому 335 іменників у 578 слововживаннях, утворених за допомогою суфіксації. З 23 д.-а. суфіксів іменників, поданих вище, у творі використовуються наступні 15: *-bora, -dom, -el/ol, -els, -en/on, -end, -ere, -ful, -ig, -ing, -nes, -ræden, -scipe, -ð, -ung*. Решта суфіксів не знайшли свого застосування.

Наведемо їхні приклади: *-bora* (3 приклади): *mundbora* (protector), *rædbora* (counselor), *wægbora* (wave bearer); *-dom* (3 приклади): *cynedom* (kingdom), *wisdom* (wisdom); *-el/ol* (34 приклади): *cumbol* (banner), *deofol* (devil); *-els* (1 слововживання): *mercels* (mark, aim); *-en/on* (132 приклади): *lufen* (hope), *morgen* (morning); *-end* (56 прикладів): *demend* (judge), *helm-berend* (helm-bearer); *-ere* (14 прикладів): *sceawere* (explorer, spy); *-ful* (2 приклади): *medoful* (mead-cup), *seleful* (hall-cup); *-ig* (8 прикладів): *byrig* (burgh, city), *bysigu* (business, trouble); *-ing* (35 прикладів): *cyning* (king), *gemeting* (meeting); *-nes* (2 приклади): *leafnes-word* (leave-word, password), *onlicnes* (likeness); *-ræden* (1 приклад): *worold-ræden* (the way of the world); *-scipe* (7 прикладів): *feondscipe* (fiendship), *gescipe* (fate); *-ð* (276 прикладів): *dēað* (death), *eorðe* (earth); *-ung* (4 приклади): *hring-weorðung* (ring-adornment), *wīg-weorðung* (idol-worship).

Продемонструємо частоту вживання суфіксів д.-а. іменників з досліджуваної поеми на рисунку 1:

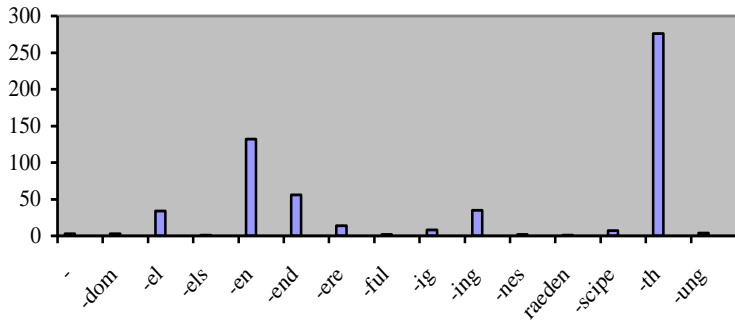


Рис.1. Частотність вживання суфіксів іменників у поемі *Beowulf*

Провівши кількісні підрахунки, ми виявили, що майже половину всіх іменникових суфіксів у поемі *Beowulf* складає суфікс *-ð* (48%), близько чверті становить суфікс *-en/on* (23%), наступним досить частотним суфіксом іменників виявився *-end* (10%).

Отже, найчастотнішим суфіксом іменників виявився *-ð*.

Список літератури

3. Матвеева Т.В. Полный словарь лингвистических терминов. Ростов на Дони: Феникс, 2010. 562 с.
4. Anglo-Saxon Narrative Poetry Project : веб-сайт. URL : <https://anglosaxonpoetry.camden.rutgers.edu> (дата звернення: 20.11.2020).
5. Escarza R.V. Old English nominal affixation: A structural-functional analysis. *Nordic Journal of English Studies*. Vol. 15, No 1 (2016). С. 101 – 118.
6. The Complete Corpus of Anglo-Saxon Poetry: веб-сайт. URL : <https://www.sacred-texts.com/neu/ascp/index.htm> (дата звернення: 24.12.2020).

Анна-Марія Дяволюк

Науковий керівник – доц. Г. Я. Кутасевич

Формування франкомовної аудитивної компетентності учнів за допомогою медіа репортажів

Сучасна методика навчання іноземним мовам розглядає комунікативну компетенцію як фундаментальне вміння іншомовного спілкування. Процес навчання зорієнтовано на практичне володіння мовою і великого значення набуває сприймання та критичне розуміння іноземної мови на слух. Питання методів та прийомів навчання аудіювання неодноразово ставали предметом наукових розвідок сучасних дослідників (див. праці С.Ю. Ніколаєвої, С.В.Гапонової, Ю.А.Дубовського, Ж.Н. Малиновської, Ю.О.Жлуктенко, Н.В.Проценко та ін). Для усіх дослідників незаперечною тезою залишається думка що аудіювання є ефективним засобом розвитку комунікативних навичок, а особливої уваги заслуговують соціокультурні відмінності усного мовлення іноземної мови порівняно з рідною мовою.

Одним із успішних засобів наближення навчального процесу до реального життя є культуро-спрямоване оволодіння іноземними мовами шляхом використання автентичним матеріалів на уроках французької мови. Відтак, очевидною стає активізація використання телевізійних, відео та медіа ресурсів під час уроків з іноземної мови.

Основною метою пропонованої розвідки є визначення основних етапів навчання аудіювання, формування та розвиток комунікативних навичок учнів за допомогою телерепортажів.

Ефективним засобом формування компетентності в аудіюванні є телевізійні репортажі як цінні зразки автентичного мовлення, в яких відображаються всі форми усного мовлення – монологічне, діалогічне та полілогічне. Іншомовні медіатексти слугують джерелом актуальної інформації лінгвістичного, культурологічного та країнознавчого характеру. Репортаж – жанр журналістики, який оперативно повідомляє про певну подію, очевидцем або учасником якого є журналіст. Структура репортажу складається з двох компонентів: мови автора, яка є провідною та мови учасників, яка є деталізуючою.

Робота з репортажем, передбачає три етапи: переддемонстраційний – що є введенням в роботу, під час якої передбачається її зміст та тема, а також усуваються мовні труднощі сприйняття тексту за допомогою завдань, що спрямовані на антиципацію змісту, змістовні орієнтири, опорні слова і фрази; на демонстраційному етапі відбувається основна частина завдань, які спрямовані на детальне розуміння сюжету та проблематику відео джерела; післядемонстраційний етап – є завершальним і складається з узагальнюючих вправ стосовно цілого репортажу, а також вправ на відтворення матеріалу та переосмислення його значення.

Для післядемонстраційного етапу вважаємо доцільним використання вправ та завдань, запропонованих дослідницею О.Г.Квасовою, яка пропонує використовувати *тестові завдання типу вибір правильної відповіді з двох*. твердження, що відображають зміст тексту, мають бути оцінені кандидатом як правильні або неправильні. *тестові завдання на множинний вибір*, які передбачають вибірккову відповідь на поставлене запитання. До кожного уривка прослуханого тексту ставиться запитання з трьома опціями, де лише одна з них є правильною; *тестові завдання на множинне зіставлення*. - передбачають зіставлення змісту прослуханого із твердженнями, малюнками, таблицями, а серед варіантів, запропонованих для зіставлення, завжди є зайвий, який не співвідноситься з жодним уривком прослуханого матеріалу; *тестові завдання на заповнення*, які мають форму нотування, заповнення пропусків у тексті і доповнення або завершення речень [1, с. 58-6].

Отже, в процесі формування навичок аудіювання в учнів, важливу роль відіграють телевізійні репортажі. Для розвитку їхньої медіа грамотності та формування соціокультурної компетентності, важливо ввести в навчання саме вищезазначені матеріали.

Список літератури

Квасова О.Г. Основи тестування іншомовних навичок і вмінь : навч. посібник. Київ : Ленвіт, 2009. 119 с.

Фразеологічні одиниці у газетних заголовках та особливості їх перекладу

Сьогодні засоби масової інформації відображають різні сторони життя і метаморфози в мові та мовленні. З метою привернути увагу реципієнта та якнайбільш привабливо виразити ту чи іншу громадську думку, журналісти використовують різноманітні експресивні засоби. Серед таких засобів вагоме місце посідають фразеологізми та фразеологічні одиниці, які особливо часто можна зустріти у газетних заголовках.

За Є. В. Толкачевим, завдання назви газетної статті – «допомагати виявляти матеріал, відображати його зміст і стиль викладу» [2, с. 3]. І. Л. Михайлин виокремив такі основні риси заголовка: він має бути «виразним, стислим, змістовним, цікавим, легко відкладатися в пам'яті читачів» [1, с. 225]. А застосування фразеологічних одиниць в заголовках не тільки привертає увагу, але й викликає цікавість, створює певний настрій, передає оригінальність та свіжість думки тощо.

Фразеологічні одиниці надають назві публіцистичного тексту експресивності і мають значний емоційний вплив на читача [3, с. 110]. Семантичні, лексичні, синтаксичні, морфологічні та словотворчі трансформації цих фразеологічних одиниць поєднують максимальний рівень інформативності з експресивно-емоційною наповненістю матеріалу.

Метою дослідження є вивчення та аналіз застосування фразеологічних одиниць в сучасних англомовних газетних заголовках, а також встановлення особливостей їх перекладу.

Матеріалом для аналізу у дослідженні є вибірки сучасних англомовних статей, згідно яких впливає, що в сучасній англійській мові набір експресивних засобів вираження у заголовках сильно варіюється, що надає складності при їх перекладі.

Переклад англійських фразеологічних одиниць на українську мову – складне завдання, в силу свого семантичного багатства, лаконічності та яскравості. При перекладі фразеологізму необ-

хідно точно передати його зміст і відобразити експресію, знайшовши аналогічне вираження в українській мові, не втрачаючи при цьому стилістичної функції самого фразеологізму [4, с. 31].

В назвах сучасних публіцистичних текстів ми зустрічаємо такі типи фразеологічних одиниць, як: фразеологічні зрощення (*get a charley horse, lame duck, rain cats and dogs, be in the blues*), фразеологічні єдності (*break out in a cold sweat, back the wrong horse, kindle the flame, kick a habit*) та фразеологічні сполучення (*vim and vigor, nothing but skin and bones, as fit as a fiddle, alive and kicking*). Варто зауважити, що такі заголовки несуть на собі ефект інтриги, і лише текст може прояснити ситуацію.

При перекладі газетних заголовків, ми зафіксували: фразеологізми, що мають повний аналог в українській мові: **golden age** – «золотий вік», **an early bird** – «рання пташка», **flexible time** – «гнучкий час», **a Judas kiss** – «поцілунок Іуди»; фразеологізми, які частково не співпадають по образності з українськими: **old wives' tale** – «бабині казки», **time depth** – «час існування», **the last straw** – «остання крапля»; фразеологізми, при перекладі яких образ повністю змінюється: **a black sheep** – «біла ворона», **to rob the cradle** – «зустрічатися з набагато молодшим за себе», **for a song** – «за безцінь».

Таким чином, тенденції використання експресивних засобів в заголовках публіцистичних текстів свідчать про необхідність різнобічного дослідження перекладу таких одиниць мови як фразеологізми.

Список літератури

1. Ворошилов В. Журналістика. Базовий курс. Київ, 2008. 640 с.
2. Жовтоногова Т. Заголовок як компонент структури українського поетичного тексту. Кіровоград, 2004. 19 с.
3. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості. Львів : ПАІС, 2004. 268 с.
4. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад). Вінниця : Нова Книга, 2001. 448 с.

Вікторія Жураковська

Науковий керівник – доц. Заслонкіна А.В.

Неологізми публіцистичного стилю в англійській та українській мовах

Дослідження присвячено аналізу англійських та українських неологізмів публіцистичного стилю та їхньому перекладу.

Процес появи неологізмів є невпинним, він присутній у кожній галузі науки та суспільства, саме тому він є актуальним об'єктом дослідження багатьох мовознавців. Тому дослідження перекладу неологізмів публіцистичного стилю є важливою проблемою лінгвістичної науки. Науковець Т. М. Данкевич [1, с. 342] зазначає, що при перекладі іноді буває важко знайти відповідні слова в іншій мові через те, що соціокультурні та історичні умови життя народу, мовою якого здійснюється переклад, не потребували певного слова.

Матеріалом дослідження слугували 150 неологізмів з 50 статей британської компанії суспільного телерадіомовлення „BBC” (січень – квітень 2020 р.), щоденної газети у Сполучених Штатах Америки „New York Times” (вересень 2019 р. – квітень 2020 р.) (загальна кількість сторінок – 75).

Усі зафіксовані нами переклади неологізмів публіцистичного стилю було розподілено відповідно до класифікації відомого лінгвіста В. Н. Комісарова [2, с. 62], де дослідник виокремлює такі основні способи перекладу: дослівний, описовий, транскрипція, транслітерація, калькування.

Результат проведених в ході дослідження підрахунків показав, що з 150 неологізмів 36, тобто 24% були перекладені за допомогою дослівного перекладу, напр., *multicurrency credit* – багатовалютний кредит; *workaholic* – трудоголік; *antihero* – антигерой (приклади з „New York Times”, September 2019). Описовий переклад був використаний 34 рази, що становить 23% від загальної кількості неологізмів, напр., *carsharing* – спільне користування автомобілем, *wail* – автомобіль з високими динамічними властивостями, *maisonette* – двохповерхова квартира,

high tea – вечірній чай із закускою після раннього обіду (приклади з „BBC”, January 2020).

Розглянемо транскрипцію та транслітерацію (з наступною семантизацією слова) – при цих перекладацьких трансформаціях часто відбувається запозичення слова до мови перекладу. Даний тип перекладу неологізмів налічує 30 прикладів, а отже 20% від загальної кількості проаналізованих неологізмів, напр., *Industrials [R-plur]* – індустріали, акції або облигації промислових корпорацій, *municipals [R-plur]* – муніципали, муніципальні облигації, *outsourcing* – аутсорсінг, *stochastic (stochastic oscillator)* – стохастик (приклади з „New York Times”, February 2020).

Серед лексичних трансформацій перекладацький прийом калькування зустрічається у більшості випадків — 50 разів, що становить 33%. Метод калькування сприяє вираженню комбінаторної структури слова або виразу, які перекладаються відповідними мовними елементами, при цьому зберігається смислове та інформаційне наповнення повідомлення, напр., *hot keys* – гарячі кнопки; *file system* – файлова система; *data warehouse* – інформаційне сховище; *artificial neural network* – штучна нейронна мережа; *composite key* – комозитний ключ; *computer network* – комп’ютерна мережа; *mailbox* – поштова скриня; *error checking* – контроль помилок (приклади з „BBC”, April 2020).

Отже, у результаті проведеного нами дослідження було з’ясовано, що серед лексичних трансформацій при перекладі неологізмів перекладацький прийом калькування зустрічається у більшості випадків — 50 разів, що становить 33%, а у меншості — прийом транскрипції та транслітерації (20%).

Список літератури

1. Данкевич Т. Переклад авторських неологізмів в англійській мові. *Мова і культура*. 2014. Вип. 17, т. 3. С. 341-346.
2. Комиссаров В. Н., Я. И. Рецкер, В. И. Тархов. Пособие по переводу с английского языка на русский язык. Москва : Иностран. лит., 1960. 62 с.

Лексичні засоби створення страху у творах американського письменника Стівена Кінга

Мета роботи – визначення та класифікація лексичних засобів вираження емоції СТРАХ в романі «Сяйво» Стівена Кінга в оригіналі та в перекладі на українську мову. Емоції як вираження людського «Я» завжди були об'єктом лінгвістичних досліджень. Лінгвістика як наука досліджує окремі лексеми певної мови та їх поєднання в спілкуванні. Неможливо створити єдину класифікацію емоцій, існує кілька основних, однією з яких є класифікація К. Додонова. Вчений поділяє емоції наступним чином:

- Альтруїстичні емоції (співчуття, ніжність, замилювання);
- Комунікативні емоції (симпатія, повага, вдячність)
- Глоричні емоції (себелюбство, гордість, зверхність);
- Праксичні емоції (захоплення роботою, милування);
- Пугнічні емоції (відчуття, насолода небезпекою);
- Романтичні емоції (світлий сум, замріяність);
- Гностичні емоції (здивування, нерозуміння, здогадка);
- Естетичні емоції (очікування дива, відчуття часу);
- Гедоністичні емоції (безтурботність, солодка лінь);
- Акізитивні емоції (радість, захоплення, спокій) [3, ст.77].

Особливу роль в ряді емоцій відіграє СТРАХ. Так, наприклад, Діоген пропонував наступне визначення: «Страх – це очікування зла. До страху входить жах, боязкість, сором, потрясіння, переляк, муки. Жах – це страх, який наводить заціпеніння. Сором – страх безчестя. Боязкість – страх вдатись до дій. Потрясіння – страх через незвичне. Переляк – страх, коли втрачаєш дар мови. Муки – страх перед невідомим»[2, ст.105]. Страх відіграє роль захисного механізму, пробуджує тваринні інстинкти, які допомагають уникнути небезпеки. Страх, як і будь-яка емоція в мові виражається за допомогою як окремих

лексем, так і словосполучень, виразів та цілих перефразувань. Емоції, а в особливості страх, також можуть виражатись за допомогою невербальних засобів, наприклад неспроможністю говорити, онімінням тіла, мімікою, криком, відчайдушними ірраціональними діями. Страх, або ж боязнь – це характеристика живого. На відміну від цього жах – це стан, який дозволяє людині вийти за межі звичного. Саме завдяки жаху людина відкривається по-новому [4, ст.22]. У романі Стівена Кінга «Сяйво» страх виражається за допомогою специфічної лексики, яка поділяється на такі групи: 1) номінації страху; 2) синоніми страху; 3) стилістичні лексичні засоби (пейзаж, портретна характеристика героїв, композиція) [1, ст.13]

Інколи автор використовує нестандартні для вираження страху прийоми, наприклад опис звичного за допомогою негативної призми страху, чи за допомогою використання глибинних образів страху, притаманних кожній людині.

Отже, як висновок можна сказати, що емоції та їх лексичне вираження в мові цікавило мовознавців віддавна. Страх є однією із найпоширеніших людських емоцій, які досліджувались вченими всіх часів. У романі Стівена Кінга «Сяйво» використано широкий спектр лексичних засобів та психологічних прийомів для передачі стану страху. Страх – це емоція, що дозволяє людині глибше пізнати саму себе й перемогти слабкість духу.

Список літератури

1. Андреева І. О., Д. В. Єрохіна. Особливості утворення жаху в хронотопі роману С.Кінга «The Shining» в оригіналі та перекладі. Запоріжжя, 2008. 10 с. (Нова Філологія).
2. Диоген Лаэртский. О жизни, учениях и изречениях знаменитых философов. Москва : Мысль, 1979. 303 с.
3. Додонов Б. І. Емоція як Цінність. Москва, 1978. 272 с. (Видавництво політичної літератури).

Анна Задорожна

Науковий керівник – проф. Бялик В.Д.

Варіативно-інтерпретаційний потенціал перекладача та його реалізація у перекладі художнього твору

Переклад художніх текстів дозволяє освоювати світ, розширювати колективну пам'ять людства та стирати межі й бар'єри між культурами. Однією з найбільш виражених рис художнього перекладу є постійне використання різноманітних фігур мови – засобів, які застосовуються для максимального розкриття тексту. Саме тому переклад художнього твору потребує особливого підходу, адже перекладач виступає не тільки посередником між автором оригіналу і його реципієнтами, але і сам є певною мірою творцем художнього твору.

Будь-який текст, як і його семантико-синтаксична структура, дозволяє існування практично нічим не обмеженої кількості інтерпретацій, а художній текст взагалі не може мати тільки однієї правильної інтерпретації, кількість інтерпретацій теоретично нескінченна і необмежена.

У зв'язку з наявністю різних інтерпретацій тексту оригіналу перекладачами, а також різних підходів до перекладу, існує можливість виникнення і рівноправного існування в культурі декількох варіантів перекладу певного твору [4, с. 385].

У процесі дослідження було розглянуто варіативність перекладу художнього твору та ймовірні причини її виникнення на матеріалі роману американського письменника Чака Поланіка «Бійцівський клуб» у перекладі Олеса Леська та Іллі Стронговського.

Розглянемо кілька прикладів варіативності перекладу.

You just have to watch out for the members of *Project Mayhem* [3, с. 197].

Тобі просто треба стерегтись інших учасників *проекту «Руїна»* [2, с. 228].

Ти просто маєш стерегтись учасників *проекту «Каліцтво»* [1, с. 302].

У цьому прикладі ми спостерігаємо варіанти перекладу назви проекту, створеного героєм роману для зруйнування сучасної

цивілізації. Враховуючи призначення проекту та дії, вчинені його учасниками, на нашу думку, варіант «*проект Руїна*» краще передає його суть.

You wake up at *Krissy Field* [3, с. 28].

Ти прокидаєшся в *аеропорту Кріссі-Філд* [2, с. 31].

Ти прокидаєшся в *Кріссі Філд* [1, с. 31].

Наведений приклад демонструє нам переклад культурної реалії, а саме аеропорту у Сан-Франциско. У першому варіанті перекладач вдається до прийому додавання, щоб читачу було зрозуміло про що йде мова. У другому ж варіанті речення перекладу еквівалентне реченню оригіналу, однак перекладач додає примітку, в якій пояснює значення «*Кріс Філд*», а саме «Аеропорт Сан-Франциско» [1, с. 31].

Отже, головною причиною варіативності перекладу можна вважати різні інтерпретації перекладачами одного і того ж тексту оригіналу, що зі свого боку охоплює не лише розуміння оригінального змісту твору, а й перекладацьку позицію самого перекладача.

Список літератури

1. Палагнюк Ч. Бійцівський клуб / пер. з англ. Ілля Стронговський. Харків : Фоліо, 2007. 318 с.
2. Поланік Ч. Бійцівський клуб / пер. з англ. О. Леська. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2016. 256 с.
3. Palahniuk Ch. Fight Club. London : VintageBooks, 2006. 224 p.
4. Pause E . Meaning, Use and Inter-pretation of Language: Context and Translation. Berlin : De Gruyter, 1983. P. 384-399.

Формування метакомпетентності в майбутніх перекладачів

Поняття метакомпетентності в науковому просторі хоч ще малодосліджене, але привертає до себе увагу. Адже дослідження цієї теми спрямоване на підвищення ефективності праці та професіоналізму фахівців. У нашому випадку дослідження формування метакомпетентності в майбутніх перекладачів продемонструє, які практичні методики чи завдання сприяють формуванню метакомпетентності, а які не дають такого ефективного результату.

Як вже було згадано, дана тема тільки набирає обертів в науковому просторі. Проте ми вже маємо в розпорядженні деякі думки вчених щодо поняття метакомпетентності. Серед таких можна виділити Самойличенко А. К. та Малахову В. Р. Вони стверджують, що метакомпетентність – це здатність формувати в собі нові навички та компетенції, а не тільки адекватно маніпулювати отриманими в процесі навчання знаннями [1]. Також французькі вчені Ф. Деламер та Д. Вінтертон вважають, що метакомпетентність слугує для полегшення набуття інших компетенцій [2, с. 27]. В дослідженнях Р. Браун метакомпетентність розуміється як головне вміння, що передує компетенції [3, с. 32]. Тобто ми бачимо, що метакомпетентність знаходиться вище інших компетенцій, і це однозначна думка серед науковців. Їхні праці дали нам глибше розуміння цього поняття, а саме його значимість для нашої роботи. Розуміння того, що метакомпетентність – це цілий комплекс компетентностей, з яких формується «фахівець сучасності», дає нам простір для дослідження метакомпетентності перекладача та методів її формування. То ж не можна заперечувати, що висвітлення цієї теми зробить свій внесок в розвиток професіоналізму майбутніх перекладачів.

Метою нашої роботи є виявлення та формулювання практичних вправ, які сприяють набуттю метакомпетентності в юного

перекладача, та які ми зможемо застосовувати ефективно на практиці.

Метакомпетентність – це об’ємне поняття і включає в себе безліч дрібних компетенцій. Опрацювання кожної з яких сприяє стрімкому розвитку та найголовніше розумінню того, в якому напрямку рухатись, аби досягти конкретної цілі. Щоб отримати кваліфікованого перекладача недостатньо навчити його мови, існує велика кількість важливих аспектів, опрацювання яких зайняло важливе місце в нашому дослідженні.

На початку дослідження ми ставили перед собою завдання виділити основні моменти, на які потрібно звернути увагу при аналізі самого поняття та діяльності перекладача, та визначити практичні вправи для формування метакомпетентності у перекладача. Було досліджено, з яких компетенцій складається метакомпетентність перекладача, які теоретичні знання нам потрібні, щоб правильно скласти ефективні вправи та які саме завдання виявились найбільш корисними та вдалимими як для юних перекладачів, так і для нашого дослідження.

Список літератури

1. <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-metakompetentsiy-studentov-kak-psihologicheskaya-osnova-buduschey-vostrebovannosti/>
2. Le-Deist, F. D., & Winterton, J. (2005). What is competence? Human Resource Development International
3. Brown, B. R. (1993). Meta-Competence: A Recipe for Reframing the Competence Debate. Personnel Review.
4. Горляков П. Ю. Понятие компетентности и особенности профессионально-ориентированного обучения иностранному языку. *Общество. Среда. Развитие*. 2010. № 3.

Ольга Іванюк

Науковий керівник — доц. Суродейкіна Т.В.

Вправи для розвитку усного мовлення на уроках англійської мови в старшій школі

Метою роботи є дослідження англomовного матеріалу для покращення навичок говоріння, необхідність його використання в навчальному процесі, доцільність використання діалогів та монологів у комплексі навчання. Використання англomовного матеріалу для розвитку усного мовлення під час уроків в старшій школі цікавило багатьох відомих науковців. Найвизначніші серед яких є: Д. Браун, І.О. Зимня, В.Л. Скалкін, Ю.І. Пассов, Н.К. Скляренко [1, с. 176].

Існує велика кількість класифікацій англomовного матеріалу для розвитку навичок усного мовлення для школярів. Ірина Холод класифікує матеріал і розділяє його на чотири групи. Таким чином, дослідниця вирізняє чотири групи: I група – містить в собі вправи на вивчення “реплікування”, II група – включає в себе вправи на розвиток діалогічної єдності, III група – це вправи, під час виконання яких, учні створюють мікродіалоги та розіграють частину ситуації, IV група – вправи на створення різних діалогів функціональних типів [2, с. 82].

Нами проаналізовано підручники “English 11” та “Get 200!”, нашою метою було порівняння цих підручників, адже підручник “English 11” є стандартом в Україні, тому більшість шкіл користуються ним на постійній основі. Підручник “Get 200!” є автентичним, тому нами було обрано саме ці два підручники, щоб порівняти комплекси вправ, які спрямовані на покращення навичок усного мовлення в старшій школі.

Аналізуючи підручники для 11 класу “English 11” та “Get 200! Book 1”, можна дійти висновку, що вправи на розвиток усного мовлення займають чільне місце в організації підручників. Охарактеризуємо детальніше вправи на розвиток навичок говоріння першого розділу кожного з підручників.

Як бачимо з таблиці 1, вправи I та II груп є найуживанішими. Оскільки ці вправи є базовими та фундаментальними. Детально

досліджуючи підручник для 11 класу “ English 11”, можна зробити висновок, що з усіх вправ (3 шт.), які містяться в першому розділі, вправ I групи налічується 1 шт. (34%), вправ II групи – 1 шт. (33%), вправ IV групи – 1 шт. (33%). Ознайомившись з автентичним підручником “Get 200! Book 1”, можна зауважити, що з усіх вправ (6 шт.), які є в першому розділі, вправ I групи – 2 шт. (33%), вправ II групи – 2 шт. (33%), вправ III групи – 1 шт. (17%), вправ IV групи – 1 шт. (17%) [3, с. 28-29; 4, с. 13].

Таблиця 1

Типи вправ	English 11	Get 200! book 1	English 11	Get 200! book 1
	К-сть, шт.		Відсотки. %	
I група	1	2	34%	33%
II група	1	2	33%	33%
III група		1		17%
IV група	1	1	33%	17%
Всього	3	6	100	

Типи вправ у підручниках “English 11” та “Get 200! Book 1”

З таблиці видно, що автентичний підручник подає більше вправ на розвиток комунікації.

Отже, використання автентичних матеріалів є більш доцільним для розвитку навичок говоріння з англійської мови в старшій школі.

Список літератури

1. Наконечна А. О., Ординська І. Я.: *Збірник наукових праць. Особливості навчання діалогічного мовлення при вивченні англійської мови* 2015. №2. (Серія: педагогічні науки). С. 175-189.
2. *Методика викладання англійської мови : навчально-методичний посібник для студентів вищих навчальних закладів / уклад. Холод Ірина Василівна. Умань : Візаві, 2018. 165 с.*
3. Карп'юк О. *Англійська мова : підручник для 11 класу закладів загальної середньої освіти. Рівень стандарту. Тернопіль : Астон, 2019. 256 с.*
4. Rosinska M., Edwards L., *Get 200!* 2016. Macmillan Education. 171 p.

Марина Ілащук

Науковий керівник – проф. Бялик В. Д.

Стереотипізація образу жінки в мовній картині світу та її відображення при перекладі

Поняття „мовна картина світу” є об’єктом дослідження багатьох вчених, зокрема В. Гумбольдта, Л. Вайсгербера, Є. Бартмінського, Ю. Апресяна, Н. Арутюнової, Є. Бартмінського, А. Вежбицької, І. Голубовської, В. Жайворонка, О. Земської, О. Корнілова, М. Кочергана, С. Нікітіної, З. Попової та ін.. Узагальнивши їхні погляди на цю проблему, зазначимо, що мовна картина світу – це система уявлень про світ, які, проходячи крізь людське пізнання, стають ментальними конструкціями, віддзеркаленими на всіх рівнях мовної системи, і можуть бути передані іншим членам спільноти засобами національної мови. Щодо одиниць, із яких складається МКС, то на думку Л. А. Лисиченко, вона складається із мовних одиниць, що виражають концепти, поняття, а також мовних способів і засобів вираження зв’язків, що існують у концептуальній картині світу [3, с. 14]. Тобто дослідниця звертає увагу на зв’язки мовних явищ у картинах світу – як концептуальній, так і мовній. Єрмоленко С. Я. наголошує, що одиниці мовної картини світу – це етнопсихолінгвальні явища, лінгвокультуреми на відміну від попередніх дослідників, які членують МКС на такі одиниці: концепти, фрейми, сценарії [2, с. 95]. У контексті мовної картини світу створюється певний стереотип – уявлення людини про світ, сформоване під впливом культурного оточення (культурно детерміноване уявлення), яке репрезентується як у вигляді ментального образу, так і вигляді вербальної оболонки, адже стереотип – процес і результат спілкування (поведінки) згідно з визначеними семіотичним моделямию Стереотип існує у свідомості і підсвідомості людей, а також встановлюється у мові: у етимологічному і переносному значенні, в ідіомах, у синтаксичних конструкціях. Повна характеристика стереотипу складається з його змісту, ступеня подібності, оцінки (позитивної або негативної), інтенсивності оцінки. Емпірична реконструкція стереотипу опирається або на психологічні дослідження, або на аналіз словників і текстів. Лінгвістичне розуміння стереотипу пояснюють

у трьох планах: стереотип – це репродукований зв'язок слів (стереотип лінгвальний); стереотип – це специфічний ментальний конструкт (стереотип ментальний); стереотип – це ментальний конструкт, який утверджується у свідомості через мовний знак (стереотип лінгво-ментальний) [1, с. 32]. Гендерні уявлення людини про різні аспекти (від психологічних до соціальних ролей) і про мовну поведінку один одного включають в себе не тільки стереотипні (тобто соціально-колективні), але і особисті уявлення про „мужність” і „жіночість”, також і про „мужність” і „жіночість” в мовленнєвій поведінці, сформованій в ході суб'єктивного досвіду. Виходячи з цього положення людина може не тільки відтворювати існуючі в суспільстві гендерні стереотипи, а й трансформувати їх, і навіть руйнувати їх. Найголовнішими ознаками мови жінок виявляються емоційність, жестикуляція і різноманітність лексики. Так, в мовній свідомості самих жінок мова жінок характеризується ввічливістю, коректністю, тактовністю і поступливістю. У жіночій мовній свідомості спостерігається тенденція до „фемінізації” власної мовленнєвої поведінки. Жінки надто невпевнені в своїй мовленнєвій поведінці і що їм необхідно проявляти „активність” в мові. Характеристика образу жінки в перекладі є викликом для перекладачів, оскільки тут варто враховувати особливість мовної свідомості досліджуваного періоду й самого автора. До того ж, стереотип фемінного образу передається через культурно марковані знаки як предметного, так і не-предметного світів. У стереотипі образу жінки відображена і втілена в повній мірі узагальнена модель знань носіїв мови, що характеризується досить високим ступенем абстрагування. Отже, у кожній мовній картині світу існує свій стереотип фемінного образу, а тому переклад вимагає не тільки глибоких лінгвістичних знань, але й етнокультурної обізнаності.

Список літератури

1. Бартми́нский Е. Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике/ пер. с пол. Москва : Индрик, 2005. 528 с.
2. Єрмоленко С.Я. Мінлива стійкість мовної картини світу. *Мовознавство*. 2009. № 3-4. С. 94 – 103.
3. Лисиченко Л. А. Лексико-семантичний вимір мовної картини світу. Харків : Вид. група «Основа», 2009. 191 с.

Сучасні підходи до вивчення концептів у лінгвістиці

На сьогодні існує велика кількість як вітчизняних, так і зарубіжних робіт присвячених питанню концепту в культурології, лінгвістиці та лінгвокультурології. Тому і визначення терміну «концепт» варіює в залежності від напрямку.

Результатом досліджень у мовознавстві наприкінці двадцятого століття стала поява великої кількості термінів, спільним для яких було прагнення показати специфіку представлення мовних знань. На наукову арену вийшли такі потяння, як «логоепістема», «міфологема», «лінгвокультурема» та основний термін – «концепт» [6, с. 158].

Н. А. Голубєва вважає, що саме термін «концепт» став ключовим у когнітивній лінгвістиці – однією з розповсюджених перевірених моделей усвідомлення фрагментів реальності та мовної категоризації, оперативної одиниці пам'яті [2, с. 260].

Такі науковці як І. Л. Петров, Р. М. Фрумкіна, Ю. С. Степанов, Н. Д. Арутюнова, А. Ченкі та ін. аналізували питання концепту через культурологічне світло. Наприклад, І. Л. Петров у своїй статті розкриває питання концепту у світлі культурології, наводячи визначення терміну «концепт» через призму культурологічної інтерпретації [3, с. 73–75].

Наведемо декілька прикладів таких визначень: концепт – «об'єкт зі світу Ідеальне», що має ім'я та відбиває певні культурно-обумовленні уявлення про світ «Дійсність» [5, с. 59]; концепт – «згусток культури у свідомості людини, те, у вигляді чого культура входить до ментального світу людини. І, з іншого боку, концепт – це те, за допомогою чого людина – пересічна, звичайна людина, «не творець культурних цінностей» – сама входить до культури, а у деяких випадках і впливає на неї» [4, с.

42]; концепт презентує відображення практичної (буденної) філософії людини, яка «є результатом взаємозв'язку низки факторів, таких, як національна традиція та фольклор, релігія й ідеологія, життєвий досвід і зразки мистецтва, відчуття та системи цінностей. Поняття практичної філософії створює свого роду певний культурний шар, що є посередником між людиною та світом» [1, с. 3].

Таким чином, існує безліч поглядів і точок зору на природу концепту, виділяється кілька підходів до цієї проблеми: культурологічний, історико-культурний, лінгвофілософський, лінгвокогнітивний. Всі вони сходяться в тому, що концепт є одиницею колективної та індивідуальної свідомості, яка має багат шарову структуру та формується на основі особистого досвіду людини і всього народу в цілому. У кожному концепті, поряд з універсальним шаром, визначеним універсальністю категорій мислення, виділяється національний шар, пов'язаний з особливостями національної картини світу. Водночас самим концептам може бути надано статус структуроутворюючих елементів концептуальної картини світу.

Список літератури

1. Арутюнова Н. Д. Введение. Логический анализ языка. Ментальные действия. Москва : Наука, 1993. 176 с.
2. Голубева Н. А. Деревационная активность концепта «прецедент». *Вестник НУ им. Н. И. Лобачевского*. 2008. № 5. С. 259–264.
3. Петров І. Л. Культурологічні засади поняття «концепт». *Культура народів Причорномор'я*. 2006. № 82. Т. 2. С. 73–75.
4. Степанов Ю. С. Константы: Словарь русской культуры. Изд. 2-е, испр. и доп. Москва : Академический Проект, 2001. 990 с.
5. Фрумкина Р. М. «Теории среднего уровня» в современной лингвистике. *Вопросы языкознания*. 1996. № 2. С. 55–67.
6. Хорошун О. О. Концепт я основне поняття когнітивної лінгвістики. *Вісник ЖДУ*. 2010. Вип. 49. С. 158–161.

Надія Каба

Науковий керівник – проф. Єсипенко Н.Г.

Мовні стратегії у політичних промовах Дональда Трампа та Джо Байдена про COVID-19

Неможливо уявити сучасний світ без спілкування, яке існує у багатьох різних формах: міжособистісна комунікація, телефонні та відеодзвінки, повідомлення, офіційні зустрічі та конференції, різноманітні публікації, документація, виступи, дебати тощо. Різноманітні комунікаційні процеси виступають як спосіб інформаційного зв'язку між людьми і передбачають передачу знань, думок, ідей за допомогою певного кодового методу, зокрема, мовного коду. Ернст Ульріх Гроссе зазначає, що «спілкування - це спосіб передачі інформації, заснований на використанні знаків (зокрема, лінгвістичних та нелінгвістичних), який служить меті розповсюдження відомостей незалежно від методу та намірів» [5, с. 11]. Однією з галузей сучасної лінгвістики, яка вивчає комунікацію та різноманітні типи комунікативних процесів, у тому числі згадані вище, є комунікативна лінгвістика, яка і стала теоретичною базою нашого дослідження.

За визначенням Ф.Бацевича, комунікативна лінгвістика – це розділ і водночас новий напрямок сучасної науки про мову, предметом якого є процеси спілкування людей з використанням живої природної мови, а також з урахуванням усіх наявних складових комунікації (фізичних, фізіологічних, психологічних, соціальних, контекстних, ситуативних та ін.) [1, с.8]. Саме це трактування терміну „комунікативна лінгвістика” ми використовуємо у нашій науковій роботі.

Безперечно, комунікативна лінгвістика охоплює широкий спектр різноманітних напрямків, що відрізняються між собою теоретичними постулатами, методами та матеріалами дослідження. Проте найбільш широкою популярністю серед лінгвістів користується теорія мовленнєвих актів, сформована Джоном Остіном та доповнена Джоном Серльом. Її суть полягає у тому, що при розмові людина не лише вимовляє слова, а й здійснює цілий комплекс дій, які поділяються на локутивні, іллокутивні та перлокутивні мовленнєві акти [4].

Хочемо зауважити, що мовці обирають ту чи іншу модель мовленнєвої поведінки відповідно до своєї мети розмови з наміром за-

безпечити успішне і, що більш важливо, ефективне міжособистісне спілкування. Отже, для того, щоб конкретний акт спілкування зрештою виправдав очікування, використовується певний набір мовних засобів і прийомів, які сприяють реалізації задуму мовця. Ось тоді у гру вступає цілий ряд так званих „комунікативних стратегій”, які і є основою нашого дослідження.

Незважаючи на те, що у сучасній лінгвістиці існує чимала кількість визначень комунікативної стратегії, ми зосереджуємо нашу увагу на найбільш узагальненому з них, а саме на тлумаченні Ван Дейка, який стверджує, що комунікативна стратегія слугує «певною інструкцією для кожної конкретної ситуації інтерпретації» [2, с. 274]. Проте, комунікативні стратегії поділяються на низку комунікативних тактик, які виступають як способи їх реалізації у мовленні. Під цим терміном ми, слідом за лінгвістом О.С. Іссерс, розуміємо «одну або кілька дій, що сприяють реалізації стратегії. Вони пов'язані між собою як «рід і вид» [3, с. 111]. Фокусом нашого дослідження є саме політичний дискурс, тому воно опирається на класифікації комунікативних стратегій і тактик в сучасному англomовному політичному дискурсі.

Мета нашого дослідження полягає в аналізі комунікативних стратегій і тактик у політичних промовах Д. Трампа та Дж. Байдена. Висуваємо гіпотезу, що кожен із політиків використовує різний спектр комунікативних стратегій і тактик, адже їхні політичні стилі докорінно відрізняються. Також припускаємо, що частота вживання тих чи інших комунікативних стратегій і тактик також буде відрізнятися.

Список літератури

1. Бацевич Ф. А. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : Академія, 2004. 342 с.
2. Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация: пер. с англ. Москва : Прогресс, 1989. 312 с.
3. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи : монография. Москва : ЛКИ, 2008. 288 с.
4. Austin J. L. How to do things with words: The William James lectures, delivered at Harvard Univ. in 1955. Oxford : Clarendon Press, 1976. 174 с.
5. Grosse E. U. Text und Kommunikation: Eine linguistische Einführung in die Funktionen der Texte. Stuttgart : Kohlhammer, 1976. 215 с.

Яна Казимір

Науковий керівник – доц. Микитюк І. М.

Найменування персонажів як засіб лінгвостилістичної організації художнього тексту

Одна із найважливіших функцій мови – номінативна – закладена в її онтогенезі та базується на виокремленні як істотних ознак персонажа, так і власне найменування, тобто позначення цих ознак.

Авторські номінації персонажів художнього тексту виступають потужним засобом формування його смислового змісту. Поняття «номінація» може використовуватись «як в динамічному аспекті, позначаючи процес найменування, так і в статичному, позначаючи результат, власне найменування» [5, с. 232].

Дослідник В. О. Лукін зазначає, що найменування персонажів складають один із найважливіших типологічних аспектів художнього тексту. На його думку: «У художньому тексті власні назви є константами того особливого світу, який створюється автором у самому тексті» [2, с. 32].

З огляду на позначуваний об'єкт, дослідники розрізняють елементну номінацію, яка «позначає певний елемент дійсності: предмет, якість, процес, відношення» [5, с. 257] та номінацію подієву, яка здатна позначати мікроситуацію спілкування та набувати «зовнішньої форми речення» [5, с. 257].

Саме причини екстралінгвістичного характеру зумовлюють появу різноманітних форм номінації персонажів художнього тексту. Ланцюжки однооб'єктних номінацій персонажів утворюють тематичні поля, до складу яких можуть входити власні та загальні назви, займенники, описові конструкції.

Як наголошує М. І. Горелікова, однооб'єктні власні назви актуалізують такі характеристики в художньому тексті [1, с. 58-59]:

- 1) варіативність – неваріативність власної назви: однооб'єктна власна назва залишається сталою або змінюється у плані вираження; при цьому нейтральність імені зумовлює додавання до найменування додаткових характеристик;

- 2) дистрибуційні характеристики власної назви: наскрізна власна назва (вживана у межах цілого тексту) та локальна власна назва (вживана в певній частині тексту);
- 3) стилістичне навантаження власної назви, на якому особливо наголошує Л. М. Мурзін [3, с. 310]. За О. В. Суперанською, офіційний стиль найменування передбачає наявність власне імені та прізвища, натомість неофіційний стиль найменування зумовлює видозміну імені на основі еліпсису та демінутивної деривації [4, с. 6];
- 4) прагматичне навантаження власної назви, яке передбачає поєднання стилістичної маркованості та прагматичної характеристики, яка, насамперед, «складає значення власної назви, пов'язане із взаємодією учасників комунікації; обраний мовцем варіант назви відображає його емоційне ставлення до об'єкта найменування, а також рівень особистих стосунків залежно від ступеня знайомства, родинних взаємин» [1, с. 56].

Отже, саме причини екстралінгвістичного характеру зумовлюють різноманітність форм номінації дійових осіб. Позначення персонажів художнього тексту групуються у тематичні поля, до складу яких входять ланцюжки однооб'єктних та різнооб'єктних номінацій, до складу яких входять власні назви, загальні назви, займенники, описові конструкції.

Список літератури

1. Гореликова М. И., Магомедова Д. М. Лингвистический анализ художественного текста. Москва : Русский язык, 1989. 152 с.
2. Лукин В. А. Художественный текст. Основы лингвистической теории и элементы анализа. Москва : Ось-89, 1999. 192 с.
3. Мурзин Л. Н., Штерн А. С. Текст и его восприятие. Свердловск : Изд-во Урал. ун-та, 1991. 172 с.
4. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного. Москва : Наука, 1973. 366 с.
5. Языковая номинация. Виды наименований / под ред. Б. А. Серебrenникова. Москва : Наука, 1977. 359 с.

Анастасія Канарська
Науковий керівник – проф. Бялик В. Д.

Лінгво-стилістичні особливості англomовних політичних промов (на матеріалі промов Уїнстона Черчілля)

У нинішньому заполітизованому суспільстві, яке стрімко рухається в напрямку глобалізації, варто знати, яким чином формується політична думка, що впливає на політичну культуру суспільства будьякої країни та що мотивує політичну поведінку громадян. Звичайно, подібними питаннями займаються такі суспільні науки, як політична психологія та політична соціологія. Проте ще з часів Давньої Греції було відомо, що слово має значну силу, здатну маніпулювати людьми, їх діями й думками. Після Першої світової війни з'явилася нагальна потреба вивчення політичного дискурсу та його лінгвістичних й екстралінгвістичних особливостей, оскільки саме в той час політична комунікація досягла свого апогею [1, с. 248–249]. Паралельно із заснуванням політичної лінгвістики розвивалася політична кар'єра відомого в усьому світі Уїнстона Черчілля, промови якого дали потужну базу для аналізу мовних характеристик англomовної політичної промови взагалі. Таким чином, промови саме цього визначного політика є плідним матеріалом для досліджень, оскільки вони доводять, що політичний дискурс фіксує сучасні події та відображає «живу» мову, за допомогою чого можна простежити її зміни мови у будь-який період часу та визначити, які лінгвістичні засоби сприяють формуванню та розповсюдженню ідеологічного впливу.

Політичні події, які динамічно розвиваються і змінюють наше суспільство, безперечно сьогодні домінують у нашому соціальному житті. Політична комунікація набуває значного поширення і викликає неабиякий інтерес різних прошарків населення [2, с. 8]. Крім того, на міжнародній арені стрімко зростає зацікавленість у політичних подіях в нашій країні, що зумовлює актуальність аналізу країномовного політичного

дискурсу та особливості його перекладу англійською мовою [3, с. 145].

Вивченню лінгвостилістичних особливостей англомовних політичних промов присвячено значну кількість робіт сучасних мовознавців. Зокрема, питання просодичних характеристик політичних промов були висвітлені О.М. Алексієвцем, О.Г. Мусаєвою, Л.В. Постніковою, О.А. Філатовою та О.Л. Фрейдіною. Лексичний склад політичних промов розглядали у своїх працях О.Т. Юданова, Т.Г. Попова, Н.В. Таратінова, О.П. Малишева та ін. Аналіз промов Уїнстона Черчілля на синтаксичному рівні здійснено у доробках О.Р. Левенкової, В.О. Борисенко, Т.В. Бабіян, М.В. Самофалової та Т.В. Бурмістенко. Лінгвістичними особливостями політичних промов Уїнстона Черчілля займалися О.В. Луньова, І. Носек та Ю.О. Кричун та інші. Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми. Слід зазначити, що англомовна політична промова та її вербальні й невербальні характеристики розглядаються багатьма дослідниками. Проте промови Уїнстона Черчілля потребують детальнішого аналізу, оскільки його доробки стали взірцем для наступних світових і, зокрема, британських політиків.

Дослідження основних характеристик сучасного англомовного дискурсу на прикладі промов Уїнстона Черчілля сприятиме полегшенню декодування іноді латентного змісту та покращенню розуміння прагматичних інтенцій адресанта.

Список літератури

1. Алексієвць О.М. Історія та сучасність політичної лінгвістики. *Україна-Європа-Світ: Міжнародний збірник наукових праць. Серія: Історія, міжнародні відносини.* Тернопіль, 2012. № 9. С. 248-255.
2. Божеску М.Г. Сучасні дослідження політичного дискурсу. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка.* Луганськ, 2013. № 14. С. 6-11.
3. Постнікова Л.В. Лингвокультурные просодические модели институциональной и медийной коммуникации на английском языке. *Вестник Московского государственного лингвистического университета.* Москва : ФГБОУ ВПО МГЛУ, 2011. № 607. С. 144-163.

Лілія Капуш

Науковий керівник – доц. Шумейко О.В.

Особливості перекладу квазіреалій як характерної риси науково-фантастичної літератури

Кожна культура має характерні явища, пов'язані з побутом, соціальним та історичним розвитком, непритаманні іншим культурам, які в лінгвістиці прийнято називати реаліями. Одним з різновидів реалій є квазіреалії – вигадані поняття, властиві придуманому автором світу для надання художньому твору фантастичності.

Актуальність роботи зумовлена нагальністю проблеми перекладацького пошуку засобів адекватного відтворення квазіреалій як складової системи безеквівалентної лексики в науково-фантастичному творі.

Мета роботи полягає в дослідженні квазіреалій як характерної риси роману-антиутопії та способи їх перекладу українською мовою.

Матеріалом дослідження слугував роман-антиутопія Джорджа Орвелла “1984”. У даній роботі було досліджено три групи квазіреалій, а саме: географічні, етнографічні та суспільно-політичні.

Ми вдалися до методу вибірки, щоб зібрати найбільш влучні приклади квазіреалій для ілюстрації їх перекладу. Кількісний метод був використаний для обрахунку кількості вживання конкретної перекладацької трансформації при перекладі кожної з груп реалій.

Для дослідження квазіреалій ми обрали класифікацію Влахова та Флорина за предметною ознакою. Сюди відносяться географічні, етнографічні та суспільно-політичні реалії [1, с.65].

Позаяк квазіреалії містять в собі глибоке конотативне значення, важливе для розуміння антиутопічного світу, переклад має бути адекватним, тобто таким, що передає комунікативну інтенцію автора, щоб читач зміг отримати цей посил [2, с.45]. Існує декілька способів трансляційного перейменування для міжмовної передачі реалій:

транскодування, гіперонімічне перейменування, дескриптивний перифраз, комбінована реномінація, калькування, міжмовна транспозиція на конотативному рівні, метод уподібнення (субституція), віднайдення ситуативного відповідника (контекстуальний переклад), контекстуальне розтлумачення (інтерпретація) [3, с.105]. Проведене дослідження показало, що перекладацька інтерпретація квазіреалій в переважній більшості випадків супроводжується використанням способу калькування (Inner Party – Внутрішня Партія, the Ministry of Truth – Міністерство Правди, Airstrip 1 – Перша Злітна Смуга) та транскодування (Eastasia – Остазія, Eurasia – Євразія, Epsilons – епсилони) [4, 5].

З теорії та практики перекладу написано чимало, в тому числі й щодо перекладу реалій. Однак реалії, пов'язані з тематикою науково-фантастичних та антиутопічних текстів, з описом теоретично можливих, але не здійснених на сьогодні рішень наукових або технічних проблем, з описом елементів оточуючого середовища вигаданого світу, – названі терміном «квазіреалії» – вивчені недостатньо, що зумовлює активний інтерес сучасних дослідників. Вони є невід'ємною частиною таких літературних жанрів, як фантастика й антиутопія, які на сьогодні є дуже популярними серед читачів, а отже, до творів саме цих жанрів часто звертаються сучасні перекладачі.

Список літератури:

1. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе. Москва : Междунар. отношения, 2009. 360 с.
2. Вотінова Д.О. Жанрово-стилістичні та культурологічні особливості перекладу романів-антиутопій : дис. канд. філол. наук: 10.02.16. Харків, 2018. 251с.
3. Зорівчак Р. П. Реалія і переклад (на матеріалі англomовних перекладів української прози). Львів : Вид-во Львів. ун-ту, 1989. 216 с.
4. Орвелл Дж. 1984 / з англ. пер. В. Шовкун. Київ : Вид-во Жупанського, 2015. 312 с.
5. Orwell. – New York and Scarborough, Ontario: A Signet Classic, 1987. 268 p.

Джульєта Карузо

Науковий керівник – проф. Єсипенко Н.Г.

Формування писемної компетенції школярів на уроках англійської мови

Формування писемної компетенції школярів є одним з головних завдань у процесі навчання англійської мови в школі.

О. Ковтун відзначає, що «з-поміж чотирьох видів мовленнєвої діяльності (говоріння, читання, аудіювання, письмо) три перших визнаються сучасною методикою викладання іноземних мов об'єктами навчання, письмо ж розглядається лише як засіб в оволодінні трьома першими.

Відтак, на практиці в навчальному процесі йому не завжди приділяється належна увага» [1].

Прийнято вважати, що письмо є одним із засобів подолання психологічного бар'єру.

В процесі написання учень звільняється від почуття дискомфорту, скутості, він може самостійно обирати необхідні мовні засоби для максимально повного відтворення та вираження власних думок. Це характеризує ще одну особливість письма, а саме свідомість [3, с. 27].

У методичній літературі вживається термін «письмо» у вузькому значенні і це означає техніку використання графічної та орфографічної систем даної мови.

Під час навчання письма формуються графічні, каліграфічні та орфографічні навички учнів.

У процесі формування цих навичок учні оволодівають труднощами, які пов'язані з вивченням особливостей звукобуквених відповідностей у мові, що вивчається. Таким чином *вміти писати* – це: графічно правильно (каліграфічно) зображати літери алфавіту; трансформувати звуки та звукосполучення в букви, пов'язуючи при цьому звуковий, графічний, кінестетичний та семантичний образи слова; орфографічно правильно писати слова, словосполучення; ставити знаки пунктуації; оперувати мовними структурами; формулювати думки в писемній формі [2].

Завдання навчання техніки письма узагальнено зображено у таблиці 1.

Навчання техніці письма

Навчання графіки	Навчання каліграфії	Навчання орфографії
навчання графемно-фонемних відповідностей та функціональних варіантів кожної букви	навчання правильно-го та чіткого написання букв	навчання вірного написання слів

Писемна компетенція як комплексне/багаторівневе уміння формується поступово протягом всього курсу навчання паралельно та взаємопов'язано з навчанням читання та усного мовлення у певній послідовності: від оволодіння каліграфією, засвоєння типових звуко-буквених відповідностей на першому році навчання іноземної мови через написання орфографічних диктантів, переказів, самостійне складання речень до створення власних повідомлень і тематичних творів на старшому ступені навчання [4]. Формування писемної компетенції вимагає від учителя також знання особливостей розвитку та поведінки учнів різного шкільного віку та впливу психічних процесів на оволодіння іноземною мовою. Вчитель, навчаючи письму, повинен продумати, як організувати процес навчання, спланувати, поставити мету та завдання на всіх етапах формування писемної компетенції. У нашому дослідженні ми фокусуємо увагу на розробці вправ для розвитку навичок письма з використанням інтерактивних технологій.

Список літератури

- 1.Ковтун (Бугайчук) О. Письмо як засіб і об'єкт навчання англійської мови. *Науковий вісник Ізмаїльського державного гуманітарного університету*. Ізмаїл, 2002. Вип. 13. С. 16 –18.
- 2.Виготський Л.С. Зібрання творів. *Педагогіка*. 1982. Т. 2., 270 с.
- 3.Методика навчання іноземних мов у загальноосвітніх навчальних закладах : підруч. / Л. С. Панова, І. Ф. Андрійко, С В. Тезікова [та ін.]. Київ : Академія, 2010. 327 с.
- 4.Загальноєвропейські Рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання / наук. ред. укр. вид. С. Ю. Ніколаєва. Київ : Ленвіт, 2003. 273 с.

Тетяна Кінащук
Науковий керівник – асист. Сунько Н.О.

**Фразеологічні одиниці як засіб атракції
англомовного газетного заголовка
та особливості їх перекладу**

В сучасному світі засоби масової інформації намагаються привернути нашу увагу за допомогою влучних та цікавих заголовків. Такий ефект досягається при використанні різноманітних експресивних засобів, серед яких вагоме місце посідають фразеологічні одиниці (далі ФО) [1, с. 259].

Позаяк фразеологія англійської мови поповнюється, а в англомовних газетних заголовках (далі ГЗ) часто можна спостерігати ФО, наша тема є актуальною.

Мета роботи полягає у дослідженні прагматичної функції ФО в англомовних ГЗ та особливостей їх перекладу. Згідно з метою, перед нами постав ряд таких завдань: проаналізувати англомовні ГЗ на наявність у них ФО; зробити кількісний аналіз вживання ФО в англомовних ГЗ за роками та дискурсами (британський та американський), а також прослідкувати, які трансформації використовуються при перекладі ФО на українську мову.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що в ній вперше проаналізовано ФО в англомовних ГЗ, датованих проміжком 2014-2020 рр., та способи їх перекладу.

У даній роботі за допомогою корпусу електронної бібліотеки *Gale Academic OneFile* [3] було досліджено три групи ФО, а саме: ФО на позначення кольору, ФО на позначення музики та ФО на позначення погоди. В ході дослідження було виявлено, що найпоширенішою з трьох досліджуваних була група ФО на позначення кольору (зафіксовано 6735 ГЗ, що у відсотковому співвідношенні дорівнює 56,05%). Другою за відсотком вживання є група ФО на позначення музики (2648 ГЗ, тобто 22,04 %). Найменш чисельною була група ФО на позначення погоди (2633 ГЗ, тобто 21,91 %).

Ми вдалися до методу суцільної вибірки, щоб зібрати корпус ФО зі словників *The Oxford Dictionary of Idioms* [4] та *Dictionary*

of English Idioms & Phrases [2]. Кількісний метод був використаний для обрахунку кількості вживання досліджуваних ФО в англомовних заголовках британських та американських газет; і порівняльний – для порівняння ГЗ оригіналу і перекладу з метою виокремлення трансформацій.

ФО можуть перекладатися у ГЗ різними способами. До прикладу, ФО на позначення музики „*to face the music*” у ГЗ *Rod Stewart faces the music after hotel brawl* ((*Sunday Times (London, England)*, 05/01/20)) я пропоную перекласти за допомогою описового перекладу: *Співак Род Стюарт понесе відповідальність за конфлікт у готелі*. ФО на позначення кольору „*to show one's true colours*” у ГЗ *The beauty industry shows its true colours* ((*Sunday Times (London, England)*, 24/05/20)) можна перекласти, використавши антонімічний переклад: *Б'юти-індустрія: що вона приховує?*

Отже, ФО часто можна знайти в англомовних ГЗ. Вони відіграють важливу роль у приверненні уваги читача до ГЗ, і як наслідок, до газетних статей. Перекладати ФО можна за допомогою різних трансформацій, але пошук способів перекладу ФО є складним процесом, оскільки важливо зберегти образність ФО. Перспективу дослідження вбачаємо у подальшому застосуванні отриманих результатів, на основі яких можна встановити нові закономірності вживання ФО, глибше дослідити їх вплив на читача та детальніше дослідити переклад англійських ФО, використаних у ЗМІ, на українську мову.

Список літератури

1. Петриця Л. І., Удяк Г. І. Специфіка вживання англійських фразеологізмів (на прикладі британських електронних ЗМІ). *Молодий вчений*. 2017. № 4.3 (44.3). С. 259–263.
2. Dictionary of English Idioms & Phrases. URL : www.usingenglish.com/reference/idioms (Last accessed: 20.01.2021).
3. Gale Academic OneFile. URL: <https://www.gale.com/intl/c/academic-onefile> (Last accessed: 22.01.2021).
4. The Oxford Dictionary of Idioms. 2nd Edition / ed. Judith Siefring. Oxford: Oxford University Press, 2004. 348 p. URL : <http://ngoangu.vimaru.edu.vn/wp-content/uploads/documents/Oxford-Dictionary-of-Idioms-1.pdf> (Last accessed: 19.01.2021).

Особливості відбору та реалізації вправ підготовчого етапу в процесі навчання студентів-філологів усного послідовного перекладу

В умовах інтеграції України у світовий освітній та економічний простір зростає попит на певні види інтелектуальних послуг, які так чи інакше впливають на успішність підприємництва в контексті його глобалізації й інтернаціоналізації. Важливе місце серед них посідають послуги усного перекладу [2, с. 1] У зв'язку з цим нагальною є підготовка конкурентноспроможних фахівців, зокрема у галузі усного послідовного перекладу, що обумовлює актуальність дослідження.

Мета дослідження – проаналізувати та виявити особливості відбору і впровадження підготовчих вправ у процес навчання студентів-філологів усного послідовного перекладу.

Проаналізувавши низку сучасних науково-методичних праць у галузі проведеного дослідження, вважаємо доцільним застосовувати у процесі навчання усного послідовного перекладу у запропонованій нами послідовності такі види вправ:

- вправи на сприймання на слух та тренування короткочасної пам'яті (відтворення низок (від 10 одиниць) цифр, чисел, дат, непов'язаних між собою слів, прочитаного викладачем/студентом речення/абзацу);
- вправи на застосування зорової пам'яті (прочитане речення в англійському варіанті перекласти українською мовою без додаткового перерахування, відтворення мовою перекладу низки прочитаних слів/словосполучень тощо);
- вправи на розвиток навичок синхронізації та вміння перемикатися (поєднання аудіювання і письма, застосування перекладацького скоропису, робота з цифрами, виконуючи операції на додавання, віднімання тощо).

Ми взяли за основу засади організації вправ за авторською методикою проф. Х.В Хачатуряна, адже безумовна перевага цієї

методики полягає в тому, що створюється ефект занурення в мовне середовище, і саме на занятті, в ході виконання інтерактивної діяльності, а не в позааудиторний час студент формує навички і вміння – мовні, комунікативні, перекладацькі. Крім того, методика опанування нової лексики для збагачення лексичного запасу, спонтанного підбору іншомовних еквівалентів, що проводиться в інтенсивному аудиторному режимі, є досить ефективною і полегшує подолання труднощів як при створенні діалогів і моделюванні висловлювань, так і при перекладі [3, с. 7]

Отже, особливості реалізації підготовчого етапу під час навчання усного послідовного перекладу полягають саме у відборі запропонованих нами вправ, а також у чіткій послідовності їх застосування. Під час використання даного алгоритму можна спостерігати позитивну динаміку навчання, адже поступовий перехід від простих завдань до складніших забезпечує зниження виникнення труднощів у студентів в ході роботи на етапі власне здійснення усного послідовного перекладу. І згідно з концепцією нашого дослідження на перший план виходить необхідність удосконалити особистісні якості студентів [1, с.119], їхні комунікативні й професійні вміння.

Список літератури

1. Зінукова Н.В. Система вправ для навчання усного послідовного професійного орієнтованого перекладу 2018. С. 119.
2. Измайлова І.Г. До питання про формування професійної компетенції у студентів спеціальності "переклад" у сучасних умовах: Сумський гуманітарний університет ВНЗ ВМУРоЛ "Україна" 2008. С. 1.
3. Нагачевська О.О. Психолінгвістичні та психолого-педагогічні особливості підготовки перекладачів із застосування авторської методики вивчення іноземних мов Х.В.Хачатуряна. С. 7.

**Семантичні особливості кольороназв
у французькій пісні другої половини ХХ ст.**

Одним із векторів сучасного вивчення мови є дослідження поняття дискурсу, яке було введено внаслідок назрілої у науці потреби враховувати не тільки характеристики «тексту як такого», виходячи з його внутрішньої специфіки, а й тексту як «пошлання», яке виражає певні потреби адресата і адресанта (Е. Бенвеніст, В. Петров, Ю. Караулов, Ф. Бацевич, Т. Ван Дейк та ін.). Сьогодні дискурс визначено як «емпіричний об'єкт, на який натрапляє лінгвіст, коли відкриває сліди суб'єкта акту вислову, формальні елементи, що вказують на привласнення мови мовцем» [2, с. 124] або як «складне комунікативне явище, що містить, окрім тексту, також екстралінгвістичні фактори (знання про світ, настанови, цілі адресанта), необхідні для розуміння тексту» [1, с. 7]. Саме зацікавленість таким явищем як дискурс і його різновиди визначає **актуальність** нашої розвідки. Одним із різновидів дискурсу є писемний дискурс, який вирізняється більшим рівнем продуманості, усвідомленості, вмотивованості і підготовленості текстового компоненту. Як зазначає О. Селіванова, «писемний дискурс має високий ступень формальності та плановості» [3, с. 135]. Відповідно, в цьому контексті особливої значущості набувають категорії зв'язаності, цілісності, послідовності, які допомагають автору досягти поставленої мети за відсутності безпосереднього адресата мовлення [4, с. 298]. Важливим видається також мовний матеріал, яким послуговується автор задля реалізації задуманого. Назви кольорів належать як раз до тих засобів, які є необхідним тлом для розуміння індивідуально-авторського бачення світу і адекватного сприйняття писемного твору. Вибір певного кольору автором «залежить від ряду факторів, зокрема його психологічних уподобань, які відображають риси свого творця – носія мови» [4, с. 129]. Отже, **мета** нашого дослідження полягає в аналізі семантичних трансформацій французьких колоративів, які відіграють важливу роль у передачі

образності в писемному дискурсі другої половини ХХ ст. Детальний аналіз 20 французьких ліричних пісень другої половини ХХ ст. дозволив нам виявити п'ять кольороназв та їхніх відтінків, які вживаються у прямому та переносному значенні і мають при цьому позитивну або негативну конотацію, а саме: - **bleu** (22 ЛО – 33 %), найчастіше вживаний у прямому значенні з позитивною конотацією, функціонує також у переносному значенні, напр.: *Des jours heureux, une colombe / Des soirs qui tombent, un regard bleu / Plus un sanglot, plus un violon...* - **blanc** (17 ЛО – 25,5%) найчастіше вживаний у прямому значенні з позитивною конотацією, напр.: *Elle aimait les fleurs, les roses surtout, / Et le cher bambin tous les dimanches / Lui apportait de belles roses blanches;* - **gris** (7 ЛО – 10%) вживаний у переносному значенні з негативною конотацією, напр.: *Avec un ciel si bas qu'il fait l'humidité / Avec un ciel si gris qu'un canal s'est perdu/ Avec un ciel si gris qu'il fait lui pardonner;* - **noire** (7 ЛО – 10%) вживаний як у прямому (напр.: *Quand soudain, semblant crever le ciel, / Et venant de nulle part / Surgit un aigle noir*), так і в переносному значенні (напр.: *Pas même un ciel de pluie / Plus noir que le noir de mon cœur*); - **rose** (7 ЛО – 7,5%) вживаний в переносному значенні з позитивною конотацією, напр.: *Y'en a même qui jouent femmes libérées, p'tit joint et gardénal / Qui mélangent vie en rose et image d'Epinal.* Отже, проведене дослідження показало, що у французьких ліричних піснях другої половини ХХ ст. кольороназви передають як пряме, так і переносне значення. Позитивна конотація, яка домінує, представлена світлими кольорами (*bleu, blanc, rose*), тоді як негативну конотацію передають темніші відтінки (*gris, noir*).

Список літератури

1. Дейк Ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. Москва, 1989. 310 с.
2. Гийом Ж., Мальдидье Д. О новых приёмах интерпретации, или проблема смысла с точки зрения анализа дискурса. *Квадратура смысла.* Москва, 1999, С. 124-136.
3. Селіванова О.О. Актуальні напрями сучасної лінгвістики (аналітичний огляд). Київ, 1999. 148 с.
- Стус В. Час творчості / упор. Стус Д.В. Київ, 2005. 704 с.

Валерія Коваленко
Науковий керівник – доц. Драненко Г.Ф.

**Специфіка перекладу арготичної лексики
сучасної франкомовної п'єси**

При перекладі драматургічного твору на особливу увагу заслуговує індивідуальний стиль письма автора, тому перед перекладачем часто постає питання правильного вибору відповідника до тієї чи іншої одиниці першотвору. Найбільшу складність представляє переклад лексем низького мовного регістру, а саме арготизмів, що репрезентують мову декласованих та антисоціальних елементів. Тому метою нашого дослідження, матеріалом якого є неперекладена п'єса видатного французького драматурга Б.-М.Кольтеса « *La nuit juste avant les forêts* », є визначення особливостей відтворення французької арготичної лексики.

Основним формотворчим компонентом кольтесівського письма є самобутня лексика. Вживання автором низького мовного регістру зумовлено соціальним статусом його персонажів: повій, волоцюг, дрібних злочинців та вбивць. У творах Кольтеса арготизми часто виконують емоційно-експресивну функцію і мають негативний характер, адже драматург поміщає своїх персонажів у стресові, емоційно-напружені ситуації, зображує їх у хвилини безвиході, страждання та супротиву. У драматургії Кольтеса арготична лексика виконує також конспіративну функцію, але слугує скоріше задля укривання самого героя (автора), допомагає йому абстрагуватися від навколишнього середовища, усамітнитися. Саме тому при перекладі творів автора вкрай важливо зберегти не лише семантичне, а й функціональне значення арготизмів.

За російським вченим-славістом М. А. Грачовим, відтворення арготичної лексики може відбуватися як на рівні лексем (заміщення вихідного елемента повнообразним або частковим еквівалентом), так і на рівні контексту (використовуючи фразеологічну одиницю) або речення (за допомогою зниження мовного регістру інших лексем).

При перекладі кольтесівської п'єси, на лексичному рівні вдаємося до декількох засобів передачі арготичної лексики. Най-

більш частим стала функціональна заміна, тобто пошук відповідних до вихідного елементу універсалій: *rouler* - базікати; *jules*, *pl* - коханці / бандюги; *loulous*, *pl* - кицьки (дівчата) / братки (зłodії); *flic*, *m* - поліцай; *fringue*, *f* - шмаття; *tes*, *m* - коханець / субчик; *cons*, *pl* - шльондри; *salaud*, *m* - сучий син; *gueule*, *m* - пика / мурло; *faire boir son zizi* – поїти свого друга; *coller à l'usine* - занхати до заводу; *pisser* – відлиту.

Не менш ефективним виявилось також семантичне відтворення, а саме заміна вихідного елементу нейтральним субститутом: *entubeur*, *m* – шахрай; *tringleur*, *m* – розпусник; *sale vent*, *m* – вітрюган.

Арготизми часто-густо можна відтворити за допомогою стилістично знижених еквівалентів: *saloperie*, *f de carrefour* - проклята развилка; *sale pluie*, *f* – довбана злива / собача погода; *saloperie de quartier*, *m* – бісовий квартал; *vicieux*, *m* – бабій.

Табуйовані сфери номінації, такі як статеві органи або статевої відносини, було заміщено евфемістичним тлумаченням, до прикладу: *je me lavais le zizi* – я підмився; *faire boir son zizi* – плескатися; *pisser* – справляти природню потребу; *partie*, *f de nuit* – нічна розвага / (або більш стилістично вираженим) нічна кавалерка.

Виявилася також можливою трансформація на рівні контексту за допомогою зниження мовного реєстру інших лексем. Так нейтральна лексема «*samarade*» перетворилася на грубе звернення «лялечко». Щодо рівня речення, то за допомогою перифрази вдалося зберегти арготизм у реченні «*saloperie d'habitude de tourner par ici*» - «тряся! Вирішив же ж я тут розвертатися!».

Можна зробити висновок, що відтворення арготичної лексики при перекладі кольтесівської драматургії є ефективнішим на лексичному рівні. При перекладі звичайного арго цілком можливо віднайти відповідний субститут в українській мові, тоді як відтворення табуйованої лексики вимагає її заміни евфемістичним відповідником або ж стилістично зниженим еквівалентом.

Валентина Ковальчук
Науковий керівник – доц. Лех О.С.

Асоціативне поле концепту Glück

Метою запропонованого дослідження є спроба змодельовати асоціативне поле концепту Glück в німецькій мові систематизуючи когнітивні ознаки, виділені шляхом проведення асоціативного експерименту.

Вільний асоціативний експеримент проводився серед учнів Fachschule GPB College gGmbH міста Берлін. Отже було опитано 250 осіб. Вибірка дослідження є репрезентативною для юнаків та дівчат віком від 18 до 22 років. Респондентам було запропоновано назвати свою першу асоціацію одним словом чи групою слів на оставлене запитання : «Що означає для мене щастя». Таким чином були підраховані слова-реакції, а також згруповані реакції за когнітивними ознаками, що дало змогу виокремити асоціативне поле концепту Glück в німецькій мові.

Аналізуючи дані, можемо помітити, що слова-реакції поведуться неоднаково: одні виникають у респондентів досить часто, інші трапляються рідко. З'являється можливість на основі частотності слів-реакцій встановити їх ієрархію та сформувані асоціативне поле досліджуваного нами концепту.

Загальний список слів-реакцій складається з 48 позицій, які містять ряд лексем, що характеризуються різною частотою вживання. Так, наприклад, для більшості молодих людей, щастя асоціюється із здоров'ям (Gesundheit 100), сім'єю (Familie 79), друзями (Freunde 37), коханням (Liebe 35), позитивом (Positivität 30). Важливими є для відчуття щастя задоволення (Zufriedenheit 25), успіх (Erfolg 23), гроші (Geld 21), безтурботність (Sorglosigkeit 19), кохана людина (Liebespartner 18), радість (Freude 17), свобода (Freiheit 14), їжа (Essen 10), гарне життя (schönes Leben 10), гармонія (Harmonie 10), здійснення мрій (Wünsche in Erfüllung gehen 9), житло (Dach über dem Kopf 8).

Асоціативне поле, як і інші види полів (семантичне, лексико-семантичне, функціонально-семантичне, тематичне, концептуальне та інші) є структурованим угрупованням, що складається з ядра, основного складу та периферії. Проблема логічної струк-

тури поля докладно розроблялась Ю. С. Карауловим [1, с. 106–117].

Структура асоціативного поля концепту Glück в німецькій мові.

Загалом нами було проаналізовано 539 слів-реакцій. Середня кількість уживань складає 11. Вважатимемо високочастотними такі слова-реакції, частота яких перевищує 11: *Gesundheit, Familie, Freunde, Liebe, Positivität, Zufriedenheit, Erfolg, Geld, Sorglosigkeit, Liebespartner, Freude, Freiheit* (від 539 до 11). Ці слова-реакції відносимо до ядра поля. Вони складають 77,56 % від усіх заявлених респондентами слів-реакцій.

Слова-реакції, частотність яких не перевищує середньої частоти вживання (10-4) або є дещо нижчою, можемо віднести до основного складу: *Essen, schönes Leben, Harmonie, Wünsche in Erfüllung gehen, Dach über dem Kopf, etwas Unerwartetes, Wohlergehen, Arbeit, Frieden, Trinken, Menschen, die dich verstehen, Sicherheit im Beruf*.

Решта зафіксованих слів-реакцій є низькочастотними (від 3 до 1) і формують периферію асоціативного поля досліджуваного нами концепту Glück: *keine Maske tragen müssen, Reisen, Sexmomente, Beruf, Gewinn, Dankbarkeit, Zeit ohne Traurigkeit, Versöhnung mit sich, Zuversicht, Hobbys, Natur genießen, kein Stress, Streit, Krieg, Musik, Gott besser kennen lernen, Chance, etwas Gutes, unbestimmte Kraft, Auto, keine Angst, Ziele erreichen, Motivation haben, Bücher lesen, Ruhe, Lebenssinn verfolgen*.

Список літератури

1. Караулов Ю. Н. Общая и русская идеография. Москва : Наука, 1976. 359 с.
2. Малярчук О.В. Емоційний концепт ЩАСТЯ: етимологічні та структурні характеристики. *Вісник житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2014. Вип.2. С. 132-138.

**Науковий керівник – асист. Федич Г.Д.
Практичне застосування аудіокастів,
як засобу поліпшення навичок слухання та заохочення
студентів до вивчення англійської мови
(порівняльний аспект середня та старша школа)**

Метою дослідження є застосування сучасних технологій та мобільних додатків для покращення навичок слухання учнів середньої та старшої школи. Термін «мобільне навчання» передбачає використання цифрових пристроїв учнями у зручний для них час заради навчальних цілей [1]. Вдосконалення інтеграції мобільних технологій у викладанні англійської мови пов'язане з технічними навичками та особливою підготовкою, які є необхідними для педагогів 21 ст. Однак причини популярності «мобільного навчання» в підтримці вивчення мови, на думку дослідників, наступні: зручність використання веб-браузера, внутрішня пам'ять, швидке підключення до Інтернету та доступ до безлічі додатків в Play Market (Busuu Language Learning, Listenable: Learn via Audio, ListenUp – The English Challenge etc.) [3].

Платформа «ESLpod.com», www.eslpod.com було обрано як інструмент для дослідження відповідно до ряду причин [2]:

1. Зростаюча популярність аудіокастів, зокрема серед учнів середньої та старшої школи.

2. Аудіокасти тривалістю від 5 до 10 хвилин не є складними для сприйняття для учнів.

3. Інтерактивність та яскравий інтерфейс – додаткові переваги для сучасного школяра.

4. Перелік нових слів із поясненнями, використаних в аудіокасті, є доступним для завантаження школярами.

Нами було проведено пробне навчання з учнями 8 та 10 класу Коломийського ліцею №8, які проходили курс з англійської мови, рівень Upper-Intermediate (B2 за шкалою CEFR) та Intermediate (B1 за шкалою CEFR). Школярі були поділені на 2 групи (група А та група Б) по п'ятнадцять учнів у кожній. Група А підписалася на освітньо-експериментальну

платформу «ESLpod.com», www.eslpod.com. Напочатку експерименту, обидві групи пройшли попереднє тестування (Табл 1.), щоб ми мали змогу оцінити їхні навички слухання для порівняння з результатами дослідження.

	≥26	11-25	≤10
Експериментальна група (А)	3(20%)	5(33,3%)	7(46,7%)
Звичайна група (Б)	4(26,7%)	7(46,7%)	4(26,7%)

Табл 1. Середні результати попереднього тестування навичок аудіювання учнів обох класів.

Тричі у тиждень протягом трьох місяців (перший семестр навчання) учні групи А обох класів слухали автентичні аудіокасти, використовуючи свої мобільні телефони та виконуючи вправи, що перевіряли розуміння почутого (відповіді на запитання, відповідність синонімів тощо) як домашнє завдання самостійно.

Після дослідження, ми провели тестування навичок аудіювання в обох експериментальних групах. Відповідно до результатів експерименту (Табл 2.), ми можемо зробити висновок, що учні групи А1 (10-ий клас) покращили навички слухання завдяки платформі «ESLpod.com», www.eslpod.com у порівнянні з учнями групи А2 (8-ий клас).

	≥26	11-25	≤10
Група А1	7(46,7%)	6(40%)	2(13,3%)
Група А2	5(33,3%)	8(53,3%)	2(13,3%)

Табл 2. Результати тестування навичок аудіювання груп А1 та А2 після експерименту

Отримані результати свідчать про те, що платформа «ESLpod.com» більш релевантна до використання у старшій школі для покращення навичок аудіювання з англійської мови.

Список літератури:

1. Attewell, J., & Savill-Smith, C. (2005). *Mobile Learning Anytime Everywhere*. London : Learning and Skills Development Agency.
2. El-Hussein, M. O. M., & Cronje, J. C. (2010). Defining Mobile Learning in the Higher Education Landscape. *Educational Technology & Society*, 13 (3), p. 12-21.
3. Godwin-Jones, R. (2011). Mobile apps for language learning. *Language Learning & Technology*, 15(2), p. 2-11.

Ніколетта Когутич
Науковий керівник – доц. Олексишина Л. Г.

**Аудіовізуальний переклад як виклик
для сучасних перекладачів. Кінопереклад як вид
аудіовізуального перекладу на прикладі німецького
серіалу «Dark»**

Індустрія кіно переживає період свого розквіту, відповідно, аудіовізуальний переклад посідає сьогодні помітне місце серед широкого спектра актуальних перекладознавчих проблем. Метою даної роботи є детальне вивчення особливостей перекладу аудіовізуального контенту, його відмінностей від перекладу літератури та проаналізувати труднощі, які виникають у перекладачів при виконанні такого виду перекладу.

Аудіовізуальний переклад – це синтезований процес відтворення та адаптації відеоконтенту (кінофільму, серіалу, телепередачі або відеороликів доступних у інтернет мережі) для аудиторії іншомовної лінгвокультури, в результаті якого відеоматеріал стає зрозумілим і доступним для реципієнта та передає оригінальний зміст вихідного відеоряду. В процесі даного дослідження було також сформовано власне бачення вирішення проблем аудіовізуального перекладу у вітчизняній лінгвістиці. Було проведено аналіз субтитрів англійською та російською мовами та запропоновано власний переклад реплік героїв українською мовою.

Матеріалом для аналізу послужив популярний серіал “Dark” (2017-2020), який є першим оригінальним шоу Netflix, знятим в Німеччині. Серіал є відображенням сучасної німецької культури, адже у діалогах між персонажами дуже часто трапляється безеквівалентна лексика (сленг, власні назви), що викликає значні труднощі у перекладачів.

У статті проаналізовано особливості переклад нецензурної лексики. Згідно з результатами проведеного аналізу, складність перекладу нецензурних лексичних одиниць у кінофільмах полягає в міжкультурній адаптації мови героїв до лінгвокультури цільового реципієнта, тобто в навичках інтерпретувати репліки іншомовних фільмів так, щоб вони звучали максимально при-

родньо для глядача. Так, ми виконали переклад окремих реплік, використовуючи здебільшого метод лексичної заміни: *Halt's Maul! / Shut up! / Заткнись!* “Das Maul” в словнику Duden має стилістичне маркування *derb* (Duden Online -Wörterbuch), тому в цьому випадку краще підібрати вислів з аналогічним експресивним забарвленням: “*Стули пельку!*”. В процесі аналізу даного серіалу нами було запропоновано варіанти перекладу метафоричних образів. До прикладу для репліки *Nur weil du nicht über den Tellerrand guckst...* був знайдений відповідник “*Якщо ти не бачиш далі свого носа...*”

Серіал “Dark” – науково-фантастичний телесеріал, тому тут часто використовується лексика з галузі фізики, медицини тощо: *die Trommelfelle, der Herztod, die Supernova*. Під час перекладу аудіовізуального контенту обов’язковим є також попередній перегляд відеоматеріалу, адже в даному типі перекладі задіяні два канали сприйняття – зоровий та слуховий, які взаємодіють та доповнюють один одного (слово *die Wildbeobachtung* ми перекладаємо саме як *відеонагляд за дикою природою*, адже на екрані нам показують відеокамеру). Досягнення адекватності перекладу ускладнюється також тим, що сюжет кіносеріалу продуманий до дрібниць і перекладачу потрібно бути сконцентрованим, адже такі деталі, як написи на стінах, або заява про виклик свідків, можуть зіграти ключову роль. Серіал включає події у 1888, 1954, 1987, 2019, 2020, 2052 та 2053 роках, тому нерідко зустрічаються також історизми: *die Groschen* – *австрійська монета*.

Отже, перекладач кіносценарію повинен усвідомлювати, що його робота є творчою, оскільки він працює з видом тексту, наближеним до художнього і в окремих випадках важливо також враховувати контекст репліки, сцену кінофільму та в цілому жанр фільму, для того щоб досягти адекватності перекладу.

Список літератури

1. Audiovisual Translation: Language Transfer on Screen / ed. by J. Díaz Cintas, G. Anderman. Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2009. 272 p.
2. Netflix, серіал “DARK” сезон 1. Процитовано 2021-02-05.

Людмила Конопельнюк
Науковий керівник – проф. Осовська І.М.

Особливості перекладу німецькомовної поезії

Ліни Костенко

Переклад віршів як окремих вид художнього перекладу викликає особливу увагу у лінгвістів, оскільки має свої жанрові специфічні ознаки. У художньому дискурсі діяльність перекладача полягає у збереженні ритмомелодійного малюнку вірша, врахуванні особливостей версифікації та індивідуального стилю автора. Саме це викликає певні труднощі у перекладача-інтерпретатора, головним завданням якого є передача змісту твору, його ідейного спрямування. Тому при поетичному перекладі відбувається неминуча видозміна оригіналу [2, с. 263].

Мета нашого дослідження – визначення перекладацьких особливостей поезії Ліни Костенко, встановлення спільних та відмінних рис німецькомовних варіантів віршів у порівнянні з українськими оригіналами. Матеріалом для аналізу слугувала двомовна лірична збірка вибраних поезій Ліни Костенко «*І знову пролог*» у перекладі австрійського славіста та українця Алоїза Вольдана «*Und wieder ein Prolog*» [1].

Теоретичне дослідження особливостей віршованого перекладу і сучасної української поезії, зокрема творчого здобутку Ліни Костенко та її авторського стилю, стало підґрунтям для подальшого перекладацького аналізу перекладу збірки. Нами було виявлено, що у своїх творах авторка часто використовує різні зображально-виражальні мовні засоби, переклад яких викликав деякі труднощі. Щоб передати німецькомовному читачу емоційну виразність та психологічну напруженість, яка присутня у поезії Ліни Костенко, Алоїз Вольдан часто вдається до описового перекладу, замінює або додає певні слова чи словосполучення при перекладі таких засобів: гіпербол – «*Мое чоло навіки стержне*» / «*Mein Herz wird ewig Qualen leiden*», літот – «*Вже немає ні хвилі, ні хмар*» / «*keine Welle, keine Wolke kommt da auf*»; епітетів – «*дурню макоцвітний*» / «*dummer Tor*»; оксиморонів – «*мертві сміються*» / «*sind auch Tote lachende Gestalten*»; антитез – «*Приходжу до живих, і згадую про мертвих*» / «*Such' ich die*

Lebenden, will von den Toten künden»; персоніфікацій – «*Переглянутьсь зорі*» / «*Sterne blicken verwundert*»; порівнянь – «*У зіницях печалі, як в чорній воді*» / «*Im traurigen Pupillen, wie in schwarzem Grund*» та ін. Особливо виражена у віршах Ліни Костенко її власна афористика, яку Алоїз Вольдан досить вдало передав німецькою мовою: «*Я скрізь своя, і я ніде не дома*» / «*Ich bin ganz ich, bin nirgendwo daheim*».

Поетиці Ліни Костенко притаманні численні лексичні повтори для посилення авторського впливу на читача. Переклад повторів Алоїза Вольдана відрізняється – він часто замінює не лише лексичні одиниці, а й графічні знаки, або ж переносить повтори з одного рядка в інший: «*Неказане лишилось неказаним*» / «*Blieb stets das Ungesagte – ungesagt / Aber das Ungesagte – es blieb ungesagt*».

Ще одним важливим поміченим нами аспектом є використання при перекладі граматичних трансформацій, які полягають у зміні структури речення, адже обидві мови мають свої особливості. Доволі часто зустрічаємо заміну частин мови, додавання нових частин мови, відсутніх в оригіналі: «*І він спитав...*» / «*Und er fragt mich...*» (при перекладі «збагатилося займенником мене»).

Детально проаналізувавши переклади поезій, можна дійти висновку, що Алоїз Вольдан зумів передати задум кожного вірша, подолавши перекладацькі труднощі. Не зважаючи на відмінності мов, йому вдалося відтворити текстову емоційність та експресивність творів, що є невід’ємною частиною лірики поетеси. Це дає змогу німецькомовному читачу розгледіти задум твору та краще зрозуміти українську культуру.

Список літератури

1. Костенко Л. І знову пролог / Und wieder ein Prolog. Паралельний переклад німецькою – Алоїз Вольдан. Львів: ВНТЛ-Класика, 2020. 136 с.
2. Ктитарова Н.К., Воронова З.Ю. Теорія перекладу: навчальний посібник для спеціальності «Переклад». Дніпродзержинськ : ДДТУ, 2013. 323 с.

**Візуалізація як ефективний принцип подання
нового матеріалу на уроках англійської мови
учнів молодших класів**

У сучасних умовах навчання термін “візуалізація” набув неабиякої популярності. В освітній сфері візуалізація спрямована як правило на те, щоб викликати в учнів позитивні емоції, інтерес до уроку та зробити презентацію більш цікавою, яскравою та виразною [3, С. 27].

Метою цієї публікації є вивчення поняття візуалізація, виокремлення способів та методів подання нового матеріалу на уроках англійської мови, визначення основних прийомів візуалізації та її застосування у процесі презентації нового матеріалу на уроках англійської мови учнів молодших класів.

До найважливіших способів подання нового навчального матеріалу на уроках англійської мови відносять пояснення, лекції, розповіді, та евристичні бесіди у вдалому поєднанні з демонстраціями та ілюстраціями [2, С. 8].

Позитивний результат в покращенні розумової праці учнів при усному викладанні нової теми, дає метод, де необхідно здійснити порівняння, зіставити нові факти, події з тими, що діти знали раніше.

Доцільним методом презентації нового матеріалу є комунікативно-ігровий метод. Гра для учня – це спосіб моделювання зовнішнього світу, а не тільки цікавий спосіб провести час, також це спосіб проектування стосунків, коли дитина формує схему своїх взаємин з однолітками [1, С. 3].

Одним із видів роботи, яка активізує зацікавленість учнів є навчання за допомогою методу візуалізації, а саме таких прийомів:

- скрайбінг (метод розповіді чи пояснення, що супроводжується паралельним створенням схематичних малюнків, які відтворюють ключовий зміст сказаного;

- інтелект-карти (універсальний спосіб організації інформації, пристосований для максимально продуктивного сприйняття мозком);
- інтерактивні книги (текст, перемежований 3D моделями, аудіо- і відеоматеріалами та тематичними анімаціями);
- хмара слів (візуалізація списку слів у формі певного об'єкта);
- леп бук (інтерактивна тека на задану тематику, тобто саморобна паперова книга з рухливими деталями);
- інтернет-меми (зображення з жартівливим текстовим поясненням).

Використання технологій наочної візуалізації сприяє подоланню однієї з головних проблем сучасної освіти, оскільки допомагає розвинути в дітей інтерес до навчання та пізнавальної діяльності. Застосування візуалізації у процесі вивчення шкільної програми дозволяє правильно вивчати об'єкт, набувати уявлення, що відповідають дійсності, і обов'язково позначиться позитивно на формуванні понять [4, С. 10].

Отже, у процесі вивчення іноземної мови дуже ефективними є використання різноманітних способів та методів подачі нового матеріалу, зокрема прийомів візуалізації. Вона стимулює в учня узагальнення, осмислення, уточнення образів, які він сприймає, забезпечує повноту й цілісність їх сприйняття. Це дуже важливо адже вивчення шкільних предметів на вербальному рівні не створює в дитини досить адекватного уявлення про розглядувані об'єкти і явища.

Список літератури:

1. Борецький А. А. Активність у пізнанні. *Початкова школа*. 2006. №9. С. 2-3.
2. Коломінова О. О. Методика формування соціокультурної компетенції учнів молодшого шкільного віку в процесі навчання усного англomовного спілкування : автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. пед. наук: 13.00.04 / Київський державний лінгвістичний університет. Київ, 1999. 16 с.
3. Макрідіна Л. О. Використання сучасних технологій у педагогічній діяльності. *Початкова школа*. 1995. № 7. С. 26-30.
4. Черевань М. А. Як візуалізація заохочує до читання. *Педагогічна майстерня*. 2019, № 8. 9-10 с.

Тетяна Космірак

Науковий керівник – доц. Задорожна І.П.

Крилаті вислови Ф. Шіллера в сучасній німецькій мові

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю проведення комплексного аналізу сучасного функціонування цитатної спадщини Ф. Шіллера – одного із найвидатніших представників світової літератури, який зробив великий внесок також і у розвиток німецької мови.

Новизна наукової розвідки полягає в тому, що в ній вперше реалізовано комплексне дослідження крилатих висловів Шіллера, які до цього часу не розглядалися з лінгвістичного боку як самодостатнє мовне явище, а лише як джерело поповнення фразеологічного фонду мови.

Метою нашої роботи є аналіз чинників, що впливають на фразеологізацію цитат, а також проведення психолінгвістичного експерименту з метою виявлення оцінної конотації досліджуваних висловів.

Матеріал дослідження отримано методом суцільної вибірки з лексикографічних джерел – одно- та двомовних фразеологічних словників, збірників цитат Ф. Шіллера, а також видання В. Мідера “Geben Sie Zitaten Freiheit!”, на основі яких було складено корпус із 319 цитат Шіллера, що на думку укладачів словників є найбільш уживаними в німецькомовному середовищі. Проаналізувавши сформований список ми встановили чинники, які вплинули на фразеологізацію авторських цитат. Насамперед сюди відносяться “сильні позиції” цитат у вихідному тексті (наприклад, позиція на початку / кінці або в заголовку твору), римована форма, інсценування, музичний супровід, екранізація. Дослідивши розміщення крилатих висловів Шіллера у базовому тексті ми дійшли висновку, що 104 (32,3 %) цитати знаходяться в одній із сильних позицій і найбільше з них – у кінці твору, дії, сцени. Разом із крилатими висловами, які мають римовану форму (22 цитати), відсоток становить 39,5 %. Слід також зазначити, що саме вірші стали основою для 147 (46 %) крилатих висловів, які слугували матеріалом нашого дослідження. Тобто фразеологізації піддавалися переважно вислови з поезії та вір-

шованих драматичних творів, які частіше всього належать / належали / до обов'язкової шкільної програми для багатьох поколінь німецьких школярів.

У процесі фразеологізації цитати Шіллера зазнали також різних структурних та семантичних змін. Як свідчать приклади із аналізованого корпусу, цитати класика можуть вживатися у скороченому вигляді, але при цьому зберігається значення всього висловлювання у першоджерелі. До таких цитат можна віднести:

- „*Allzu straff gespannt, zerspringt der Bogen*” → *den Bogen zu straff spannen* (висувати надто високі вимоги);
- “*Daran erkenn ich meine Pappenheimer*“ → *seine Pappenheimer kennen* (знати тих, з ким маєш справу, їхні особливості, слабкі місця).

Провівши психолінгвістичний експеримент з метою виявлення оцінної конотації досліджуваних висловів, можна констатувати, що більшість крилатих висловів зі списку, а саме 111 (35%) служать для характеристики негативних явищ, тобто мають негативну оцінну конотацію, що є характерним для багатьох груп фразеологізмів.

Серед крилатих висловів Ф.Шіллера це, наприклад: “*Auch das Schöne muss sterben*”; “*Der Krieg ernährt den Krieg*”; “*Der Not gehorchend, nicht dem eignen Trieb*”.

Перспективним вважаємо дослідження цієї групи висловів на матеріалі німецькомовних художніх текстів.

Список літератури

1. Duden. Band 11, Redewendungen: Wörterbuch der deutschen Idiomatik. Hrsg. von der Dudenredaktion. 3., überarb. und aktualisierte Auflage. Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich : Dudenverlag, 2008. 959 S.
2. Wolfgang Mieder: “Geben Sie Zitatenfreiheit!” Friedrich Schillers gestutzte Worte in Literatur, Medien und Karikaturen. Wien : Preasens, 2009. 356 S.

Науковий керівник – асист. Фенюк Л.Д.

Інтернаціональні елементи в сучасній українській мові та їх вивчення в шкільному процесі

Вивчення нової лексики для мовця пов'язане з необхідністю запам'ятовування значення, форми, вимови самого слова, словотвору та граматичної функції.

Сучасні посібники пропонують лексичні вправи з іншомовними словами. Інтернаціональні елементи, як окрема підсистема, потребує посиленої уваги в сучасній школі.

До інтернаціональної лексики відносяться слова, що мають у результаті взаємовпливів або випадкових збігів зовні схожу форму і деякі однакові значення в різних мовах [2].

Інтернаціоналізація словника є одним із прогресивних шляхів поповнення лексики [1]. Актуальність дослідження полягає у вивченні інтернаціоналізмів як мовної підсистеми в ході засвоєння іноземної мови шляхом відображення процесу інтернаціоналізації в українській мові та розробки комплексу вправ для здійснення позитивного перенесення і подолання інтенференції.

Метою дослідження є висвітлення методичних розробок при опануванні інтернаціоналізмів під час вивчення іноземної мови. Дослідження сучасних лінгвістів, таких, як В.В., Акуленко С.В. Семчинський, К.Ф. Яковлев, С.І. Стишов, О.О. Тараненко, І.С. Козоріз, Р.Й. Вишнівський дозволили встановити причинно-наслідкові ланцюги теоретичних засад задля обґрунтування доцільності іншомовних слів як невід'ємної частини мови.

Для розробки ефективних методик для практичного дослідження були виявлені інтернаціональні слова (500 одиниць) та складено порівняльні таблиці. Ми об'єднали інтернаціоналізми за тематичними групами, схожістю написання (повні інтернаціоналізми – 137 одиниць 27%; неповні – 143 одиниці 29%); неповні – 6 одиниць 1%; неповні – 22 одиниць 4%; неповні – 192 одиниці 38%. Це дало змогу виокремити

звукову, графічну і семантичну тотожність відповідних одиниць рідної мови.

В ході нашого дослідження було розроблено комплекс вправ для формування вмій та навичок мовлення з акцентом на інтернаціональні елементи, метою яких є написання методичних рекомендацій при вивченні інтернаціональної лексики в школі та їх ролі. Вправи були запропоновані учням під час навчальної практики з метою дослідження ефективності їх використання на уроках іноземної мови, зокрема рецептивні, репродуктивні, продуктивні, умовно-комунікативні, не комунікативні.

Кожен з типів вправ показав доречність їх застосовування при опрацюванні нової лексики; а наявність інтернаціональних слів у вправах сприяє кращому розумінню та дозволяє розвинути мовну здогадку та інтуїцію.

Особливо ефективними виявились вправи на хибність значень неповних інтернаціоналізмів, які показали, що інтернаціональне слово може завадити правильному перекладу, а використання вправ на виявлення «хибних дурів перекладача» сприяє кращому запам'ятовуванню вірного семантичного значення.

Виявлено, що регулярне виконання вправ на переклад і утворення нових слів, з опорою на інтернаціональну лексику, сприяє ефективному вивченню іноземної мови та забезпеченню досягнення високого рівня сформованості лексичної компетенції. Використання відповідних стратегій активізує мисленнєву діяльність з оволодіння лексикою і підвищує інтерес до навчання.

Інтернаціональні елементи в сучасній українській мові займають вагомe місце при вивченні в шкільному процесі. З кожним роком відсоток такої лексики помітно збільшується. Небажаним є надмірне використання інтернаціоналізмів, а також намагання очистити мову від іншомовних слів.

Список літератури:

1. Акуленко В.В. Питання інтернаціоналізації словникового складу мови. Харків : Університет, 1972. 216 с.
2. Умирова Л.Н. Лексикология английского языка. Москва : НОУ МЭЛИ, 2001. 52 с.

**Розвиток лексичної компетентності учнів середньої школи
через застосування інформаційно - комунікативних
технологій у середній школі**

В сучасній педагогіці існує багато різноманітних форм та методів навчання через застосування інформаційно-комунікативних технологій, спрямованих на якісне засвоєння знань учнями, розвиток їх розумової діяльності, виявлення умінь та навичок критичного осмислення проблем, набуття якостей, які стануть у нагоді у подальшому розвитку самоосвіти та самореалізації.

Сучасна методика викладання англійської мови приділяє велику увагу креативній, творчій діяльності учнів на уроках і вдома. Інтенсифікація цього процесу відбувається завдяки впровадженню інформаційно-комунікативних методів.

Отже, ІКТ надають можливості роботи з інформацією, які здійснюються за допомогою обчислювальної техніки, а також засобів телекомунікації. До них належать комп'ютери, мобільні телефони, супутникові навігаційні системи, електронні інструменти та записуючі пристрої, радіо, телебачення, комп'ютерні мережі, супутниковий зв'язок, тобто все, що допомагає збирати, обробляти, зберігати та передавати інформацію в електронному вигляді. ІКТ включають технічні і програмні засоби. [2, с. 206]. Це лише одне з можливих визначень ІКТ, адже різні дослідники визначають це поняття по-різному. Наприклад, А. С. Грінберг і І. А. Король визначають це поняття як сукупність методів, способів, прийомів і засобів обробки документованої інформації, що містить прикладні програмні засоби, і регламентованого порядку їх використання, а також реалізує інформаційний процес відповідно до заданих вимог [1, с. 23].

Використання ІКТ має низку дидактичних можливостей, а саме: - оперативна підготовка, редагування та обробка інформації; - зберігання, систематизація та резервування інформації; - розповсюдження інформації у різних формах за допомогою засобів ІКТ; - завантаження інформації з різних носіїв; - передача інформації у будь-якому вигляді та обсязі одночасно великій кількості користувачів; - комунікація та взаємодія за допомогою мережевих сервісів.

Саме тому сучасні ІКТ можуть бути основою для створення інформаційно-освітнього середовища. Але сьогодні також існує низка проблем, пов'язаних із впровадженням ІКТ у навчальний процес. Серед основних труднощів ми можемо виділити: - відсутність системного підходу до застосування ІКТ у процесі навчання; - «неінтегрованість» існуючих інформаційних ресурсів у навчальні програми; - відсутність знань та/або інформації про можливості використання ІКТ [3, с. 20].

Отже, застосування ІКТ сприяють швидкому і якіснішому розвитку лексичної компетентності учнів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Гринберг А. С., И. А. Король. Информационный менеджмент : учебн. пособ. для вузов. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 415 с.
2. Дырдина Е. В. , В. В. Запорожко, А. В. Кирьякова. Информационно-коммуникационные технологии в компетентностно-ориентированном образовании: учебно-методическое пособие. Оренбург : ООО ИПК «Университет», 2012. 227 с.
3. Інформаційно-комунікаційні технології у навчанні іноземних мов для професійного спілкування : Колективна монографія [Т. І. Коваль, П. Г. Асоянц, Т. М. Каменева та ін.; заг. ред.: Т. І. Коваль]. Київ : Видавничий центр КНЛУ, 2012. 280 с

Актуалізація концепту “Брекзит” в англомовних масмедійних повідомленнях

ЗМІ – це інститут, який значною мірою визначає шлях соціального перцепцію світу, програмує сприйняття певних етнічних реалій, розробляє схеми, що визначають сприймання одних культур іншими. Вивчаючи різні підходи до тлумачення поняття мас-медійного дискурсу, Т. Г. Добросклонська, визначає медіа дискурс також відомий у якості дискурсі ЗМІ як: “функціонально-обумовлений тип дискурсу, який розглядають як сукупність мовних практик і продуктів мовленнєвої діяльності в сфері масової комунікації у всьому багатстві і складності їх взаємодії” [1, с. 182].

Універсальність засобів масової інформації, а також їх жанрова різноманітність дозволяє розрізнити такі типи дискурсів: новинний, репортажний, інформаційно-аналітичний, есеїстичний, рекламний та PR-дискурс [3]. Досліджуючи актуалізацію концепту BREXIT ми вивчаємо “якісні” журналістські та політичні матеріали преси, опубліковані на офіційних Інтернет-платформах британської журналістики. Основою нашої наукової роботи є структура зазначеного концепту, яка містить понятійний та образно-ціннісний елементи.

Дослідження концептів – це основа когнітивної лінгвістики та культурології, які вивчають людське знання та особливості мислення та їх взаємозв’язок з національними рисами. Концепт трактується в сучасній лінгвістиці як форми існування культури, які створюються внаслідок особливої фрагментації мовного світогляду на певні мікросвіти, що відповідають всім мовленнєвим ситуаціям, відомим людині, і названі, таким чином, “можливими світами” [4, с. 589].

Дослідники стверджують, що пізнання певних явищ включає як і вербальні, так і невербальні поняття та обсяг концепту не обмежується лише словом. Мова лише найменувала

найважливіші поняття для людей, мовні засоби необхідні не для існування, а для передачі якогось значення [3]. Тим не менш, розглядаючи концепт, лінгвісти опрацьовують номінації не тільки як основний матеріал дослідження, але й більше того, у рамках певної дискурсивної практики людини, щоби встановити ознаки вербалізації концепту в певній сфері мовленнєвої діяльності.

В. І. Карасик, розкриваючи структуру концептів, виділяє в ній, крім образної, концептуальну та ціннісну складові. Автор розуміє образний компонент як деяку чуттєву репрезентацію в пам'яті в єдності з метафоричними висловом. Понятійний компонент – сукупність істотних характеристик об'єкта або ситуації і результатів їх пізнання [2, с. 39]. З лінгвокультурної точки зору, ціннісний компонент є домінуючим, оскільки він є найбільш значущим у культурному відношенні.

Концепт BREXIT є унікальним явищем з культурними особливостями чітко вираженими та актуалізованими в британській мовній культурі. Концептуальна складова базується на значеннях, зафіксованих у тлумачних словниках номінативного «мовного» знака, а компонент образного значення структури змінюються залежно від соціокультурної інтерпретації концепту BREXIT носієм англійської мови та виражений за допомогою концептуальної метафори.

Список літератури

1. Добросклонская Т. Г. Массмедийный дискурс как объект научного описания. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*. 2014. №13. С. 181-187.
2. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Москва : Гнозис, 2004. 390 с.
3. Ширяева О. В. Информационно-аналитический медиадискурс как предмет коммуникативно-дискурсивного исследования. *Электронный научный журнал «МедиаСкоп»*. 2012. № 4. URL : <http://www.mediascope.ru/node/1218>
4. Pesina S. Solonchak T. Concept in Cognitive Linguistics and Biocognitive Science. *Procedia - Social and Behavioral Sciences. Part of the special issue: The Proceedings of 2nd Global Conference on Conference on Linguistics and Foreign Language Teaching (Dubai, December 11 – 13, 2014)*. 2015. Volume 192. p. 587-592.

Рольові ігри як ефективний вид діяльності на уроках англійської мови у старшій школі

Згідно з Оксфордським словником, рольова гра – це навчальна діяльність, де ви виступаєте в ролі будь-якої людини в певній ситуації [1, с.1155]. Рольові ігри – один із методів оволодіння іноземною мовою, де учні завдяки умові гри беруть на себе певні ролі та поведуться відповідно до них, а разом з тим і розмовляють, слухають, практикують граматичні конструкції та лексику, переймають певну манеру говоріння і в цілому повністю втілюються в даного персонажа.

Як стверджував Л. С. Виготський гра є природною формою праці дитини, властивою лише їй формою діяльності. Особливість дитячої гри в тому, що її мотив не в результаті, а в змісті ігрової дії. Ігрові ситуації сприяють створенню особливого простору навчальної діяльності, у якому учень готується до вирішення життєво важливих проблем і реальних ускладнень. За висловом Л. С. Виготського, «гра – це арифметика соціальних відносин»[2, с. 40]. Ось тому гра є такою важливою для дітей, адже навчальний процес реалізується у невимушеній обстановці сприятливій для засвоєння знань, завдяки чому можна задіяти навіть сором'язливих та неактивних учнів, яким важко проявити себе у звичайній формі уроку.

На думку українського вченого Є. І. Пасова, «комунікативність передбачає мовну спрямованість навчального процесу, яка полягає в практичному користуванні мовою» [3, с. 40]. Саме такий вид діяльності як рольова гра створює належні умови для розвитку іншомовного мовлення учнів, адже у грі імітуються ситуації з життя, де одним зі основних засобів комунікації є мова. Перед учнями стоїть завдання щось спитати, розказати про себе чи дати відповідь співрозмовнику використовуючи певний набір слів та граматику – таким чином створюється реальна практика спілкування.

У нашому дослідженні ми розглядаємо рольові ігри як один із ефективних видів діяльності на уроках англійської мови у старшій школі. Рольові ігри націлені на покращення навичок говоріння та

включають в себе використання комунікативного підходу. Проте, щоб забезпечити ефективність цього виду діяльності на уроці, вчитель повинен дотримуватися певних правил та вимог щодо проведення рольових ігор, щоб в подальшому забезпечити позитивний результат та коректне засвоєння навчального матеріалу.

Одним із важливих пунктів роботи є класифікація рольових ігор та учнів у ній. Вчителю необхідна ця інформація, щоб забезпечити різноманітний спектр ролей, в яких учні зможуть проявити себе та таким чином вчитель мотивує зацікавленість учнів, а рольова гра не стане рутиною вправою.

Необхідно зазначити, що при використанні рольових ігор на уроках вчителю потрібно вибирати такий матеріал, який буде відповідати рівню володіння мови та компетенції учнів, а також взяти до уваги їх рівень розвитку пам'яті та мислення, щоб в подальшому підвищити його.

Також використовувати рольові ігри можна з метою, щоб вирішити певну проблему. Так у 10 класі було проведено рольову гру на тему "Travelling", де учні проводили паралель між вживанням The Present Perfect Tense та The Past Simple Tense, де рольова гра допомогла розібратися у яких випадках правильно вживати певний час.

Отже, рольові ігри є одним із ефективних методів вивчення іноземної мови, що позитивно впливає на активність учнів під час уроку, їх розвиток пам'яті і креативність мислення, та в цілому на навчальну діяльність і навички володіння іноземною мовою, а особливо на говоріння.

Список літератури

1. Oxford : Hornby A.S. Oxford Advanced Learning Dictionary of Current English. Sixth edition. Oxford University Press. P. 1155.
2. Виготський Л.С. Педагогічна психологія. Москва : Педагогіка, 1991. С. 40
3. Пассов С. И. Коммуникативный метод обучения иноязычн. Говорению. Москва : Просвещение, 1991. С. 40.

Богдана Купчик

Науковий керівник – доц. Лопатюк Н.І.

Розвиток комунікативних навичок на уроках англійської мови дітей молодшого шкільного віку

Комунікативні вміння – це здатність встановлювати та підтримувати контакт з іншими особами, застосовуючи власні здібності, які є невід’ємними у здійсненні ефективної комунікативної дії в ситуаціях міжособистісного спілкування.

У цій роботі було виокремлено три основних методи, спрямованих на збагачення мовленнєвих здібностей учнів молодшого шкільного віку на заняттях англійської мови. До них належить:

- *Використання ігор*
- *Перегляд мультфільмів*
- *Застосування пісенного матеріалу.*

Метою наукової розвідки є дослідження мовленнєвої компетенції (самостійне використання програмного мовленнєвого матеріалу, готовності до участі в іншомовному спілкуванні, умінь спонтанно і лаконічно висловлювати свою думку) в учнів початкової школи у рамках визначеної навчальної програми.

Раз на тиждень університет дає змогу студентам спеціальності «середня освіта» проходити практику в школі та вести частину уроку. Для проведення розвідки було обрано мультфільми як один зі способів удосконалення комунікативних вмінь школярів. Експеримент проводився в двох третіх класах загальноосвітньої школи, базуючись на програмі підручника *“Quick Minds” by Herbert Puchta, Gunter Gerngross, Peter Lewis-Jones*. Учням було запропоновано перегляд мультфільму “Peppa Pig” з виконанням наступних завдань:

- Заповнити пропуски в реченнях потрібними словами
- Визначити вірні або невірні твердження
- Дати відповіді на запитання.

Порівнюючи два класи, варто зауважити, що роботи відзначилися різною якістю. В експерименті брало участь 20 учнів, 10 з класу А та 10 з класу Б. Маємо наступні результати:

Критерій:	Клас А	Клас Б
Учні, які мали труднощі з виконанням завдань.	3	2
Учні, які не були зацікавлені у виконанні завдань.	1	0
Учні, які охоче виконували завдання.	6	8

Виходячи з цих даних, можемо зробити такі висновки: в класі А 30% учнів зіткнулися з труднощами, 10% учнів не були зацікавлені у виконанні вправ, 60% охоче виконували завдання. У класі Б 20 % учнів мали труднощі, проте всі були зацікавлені у перегляді мультфільму та виконанні завдань, 80% учнів охоче виконували завдання. Отже, застосування мультфільмів під час навчального процесу сприяє розвитку комунікативних навичок молодших школярів, проте деякі з них досі зіштовхуються з певними труднощами під час перегляду мультфільму в оригіналі, сприйнятті інформації на слух чи браку словникового запасу. Зазначені проблеми можуть бути усунутими шляхом практики вправ, спрямованих на розширення мовленнєвої компетенції, та мотивацією школяра. Цей тип роботи сприяє розвитку незапланованого мовлення, практики граматики та раніше вивчених слів, а також активної роботи усіх учнів, які мають змогу застосувати набуті знання.

Список літератури

1. Бичкова Н.І. Типологія відеофонограм для навчання усного іншомовного спілкування. Методика викладання іноземних мов. Київ, 1992. Вип.21. С. 68-71.
2. Вишневський Д.І. Діяльність учнів на уроці іноземної мови, посібник для вчителів. Київ, 1989. С. 224.
3. Ітельсон Є.І. Методика навчання англійської мови в середній школі: практичний посібник для вчителів. Київ, 1969. С. 210.

Анастасія Кусік
Науковий керівник – асист. Т.Г. Гафу

Вербальні засоби впливу в англомовних медійних текстах

На сучасному етапі розвитку інформаційних технологій, мабуть, не залишилося жодної сфери, яка б не зазнала впливу засобів масової інформації (ЗМІ). Насамперед цей вплив навмисно здійснюється на подальше формування свідомості людини та її переконання. Все «те, що ми знаємо про наше суспільство, і навіть про світ, в якому ми живемо, ми знаємо з мас-медіа» , – вважає німецький соціолог Н. Луман [2, с. 6]. Таким чином, актуальність нашого дослідження зумовлена важливістю вміння правильно та чітко поглинати інформацію в рамках комунікативного середовища.

Мета дослідження – визначити основні особливості використання маніпулятивних прийомів в англомовних медійних текстах, а також виявити вербальні засоби впливу на свідомість покупця (на прикладі реклами).

Проблема ефективності впливу ЗМІ на аудиторію є однією з провідних у сучасній теорії масової комунікації. Під цим поняттям найчастіше розуміють зміну поведінки, уявлень, думок читача, слухача чи телеглядача, які зумовлені дією ЗМІ [4, с. 271]. Вони слугують основним витокком інформації, що в еру сучасних технологій займає значну роль у формуванні кожного з нас.

За результатами нашого спостереження було виявлено, що в англомовних рекламних текстах досить часто застосовують такі стилістичні засоби художньої мови: метафори, епітети , які спрямовані на створення позитивного враження про той чи інший продукт. Головна роль належить лексичній наповненості, яка несе важливе змістове навантаження. Основний текст рекламного повідомлення повинен викликати в потенційного споживача бажання придбати товар, тому «вдалий слоган є запорукою зацікавлення аудиторії» [3, с. 429]. Оскільки зараз реклама все більше орієнтується на свого покупця, метою її створення є

якого простішого рекламного ролика та використання діалогів з реального життя.

Отже, успіх та ефективність вербального впливу залежить значною мірою саме від методів поданої інформації. Маніпулювання актуальне сьогодні як ніколи, тому рекламодавці вкладають чи не мало зусиль задля отримання хороших прибутків, а в цілому їх збільшення. Ставши невід'ємною частиною суспільного життя, сьогодні реклама визначається, як частина культури, яка розвивається відповідно до своїх власних законів і характеризується не тільки необмеженою можливістю впливу, але також специфічними формами виразності.

Підсумовуючи вищевикладене, можна сказати, що рекламна діяльність потребує певних знань, умінь і навичок, а для створення дійової реклами потрібні знання з психології сприймання, психології особистості, соціальної та етнічної психології [1, с. 10]. За цією клопіткою працею стоїть не одна людина, а ціла група (якщо не більше), тому для привернення уваги покупця - рекламодавці готові йти на все.

Список літератури

1. Антонова З. О. Роль рекламної діяльності в економіці, психології та культурі. *Збірник наукових праць Хмельницького інституту соціальних технологій Університету "Україна"*. 2013. № 2. С. 7-10.
2. Луман Н. Реальність мас-медіа, за ред. Іванова В. та Мінакова М. Київ : ЦВП, 2010. 158 с.
3. Лютянська Н. І. Вербальні та невербальні засоби впливу у текстах англійської реклами продуктів харчування. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2013. Вип. 46(2). С. 427-438.
4. Яцимирська М. Г., Драган М. Медіатекст як продукт журналістської творчості (психолінгвістичний аналіз логічного сприйняття та емоцій). *Вісник Львів. УНТУ. Серія журналістика*. 2007. Вип.30, С. 267-276.

Науковий керівник – проф. Попович М.М

Про соціальні пріоритети прізвиськ

Ономастичний термін “прізвисько”, не маючи однозначного понятійного трактування у мові, є, проте, одним з найбільш поширених у мовному узусі. У нашому дослідженні ми дотримуємося визначення цього терміну, яке йому дала Даяна Фелекан. Румунська дослідниця вважає, що прізвиська – це «найменування, які не відповідають офіційним правилам і положенням лінгвостільноти, що стосуються присвоєння імен особам, групам, функціям і т.д. та їх використання в публічному просторі» [1, с. 239].

Аналіз теоретичних праць, присвячених питанню прізвищ, та особисті текстологічні спостереження показують, що прізвиська є перш за все соціокультурними явищами. Історія їх вивчення засвідчує, що їхнє формування та використання є універсальними явищами, у яких знаходять відображення різноманітні лінгвокультурні практики. Оскільки їх утворення анонімне, а практика використання переважно усна, то вони дозволяють обійти існуючі у кожному мовному середовищі лінгвоетичні норми та табу.

Знаючи, що прізвиська є, головним чином, елементами усного спілкування, а також те, що вони забезпечують соціальний зв'язок між членами певної лінгвостільноти в поточному часі, можна спробувати визначити соціокультурні сфери, в яких вони зустрічаються найчастіше. Розглянемо в даному зв'язку три важливі сфери використання прізвищ.

Сфера політика. За нашими спостереженнями використання прізвиськ в даній сфері доволі розповсюджене. Наприклад: Франсуа Олланда, экс-президента Франції, називають **“Un poidis mort pour la France”**.

Політика – явище дуже мінливе, що стає поштовхом до появи нових прізвиськ. Найяскравішим прикладом в політиці можна вважати прізвища президента Франції Еммануеля Макрона, які йому дають як у самій Франції, так і за її межами. Найвідоміші з них це: **“Le Petit Prince”**, **“Bébé Hollande”**, **“Bibiche”**.

Сфера Культура. Культура відіграє основоположну роль у житті соціуму. Згідно з дослідженнями британських вчених, проведеними у 2019 році, культура займає найбільшу частину соціальної сфери. Отже, тут широкі можливості для появи різних прізвиськ видатних співаків, акторів та культурних діячів. Наприклад сучасну співачку Зазі називають **“La chanteuse aux pieds nus”**, адже вона прославилася своїми “босими виступами” на сцені. Ще одного відомого співака Міку охрестили **“Peter Pan”** на честь однойменного героя, який ніколи не стане дорослим. Однією з найцікавіших особливостей цього типу прізвиськ є їх гумористичний характер. Наприклад: французького актора Жерара Дармона прозвали **“Pipette”**.

Сфера спорту посідає одне з чільних місць у питанні появи нових прізвиськ. Їх можна отримати через будь-яку незвичну ситуацію чи невчасно зроблений жест, підмічений уболівальниками. Так, Себастьян Шабаль, відомий гравець з регбі отримав прізвисько **“anesthésiste”**, зламавши щелепу іншого гравця під час тест-матчу. Іншим цікавим прикладом може стати Усейн Болт, найшвидша людина в світі, якого прозвали **“La foudre”**.

Отже, досліджений матеріал дає підстави стверджувати, що прізвиська, як соціокультурне явище, має широке розповсюдження в різних сферах суспільного життя. Вони є невід’ємною частиною лінгвокультурного життя соціуму, тому часто використовуються в усіх видах мас-медійної комунікації.

Список літератури

1. **Felecan, D.** (2011a). *O categorie de apelative neconvenționale recente: numele comune atribuite persoanelor feminine din domeniul showbizului românesc /Une catégorie d’appellatifs non conventionnels récents : les noms communs attribués aux personnes féminines du domaine du show-business roumain/*. Dans: Oliviú Felecan (éd.), Nom et dénomination. Actes de la Conférence Internationale d’Onomastique, 1ère édition, Interférences multiethniques dans les anthroponymes, Baia Mare, 19-21 septembre 2011, 235–250. Cluj-Napoca : Editura Mega.

**Апроксиматори в англомовних політичних промовах
(функціонально-семантичний аспект)**

Завданням сучасної лінгвістичної науки є виявлення ознак семантичних категорій, до яких також входить категорія апроксимації [1].

Апроксимація як модусна категорія висловлює суб'єктивне ставлення мовця до фактів об'єктивної реальності. Ця категорія має концептуально-мовну природу, оскільки вона орієнтована на оцінку та інтерпретацію адресатом інформації в процесі її передачі мовними засобами [1].

Категорія приблизності є також мовною універсалією, яка належить до ключових понять й показує закономірні зв'язки реальної дійсності й пізнання [5].

Категорія приблизності об'єднує велику кількість мовних одиниць, яка може описувати приблизність на ділі.

Лінгвісти довели, що апроксимація реалізується на лексичному, морфологічному та фонетичному рівнях мови. На лексичному рівні апроксимація може бути висловлена через апроксиматори: *about, almost, approximately, around, nearly, practically, roughly, scarcely, hardly, approximate* etc. На граматичному рівні апроксимація може представлятись за допомогою конструкцій: *neither...nor, either...nor*. На фонетичному рівні приблизність виражається через паузи, які дають змогу зрозуміти слухачеві, що мовець невпевнений в правдивості або правильності його висловлювання [3].

Політичний дискурс тлумачиться як інституціональне спілкування, яке застосовує систему професійно-орієнтованих знаків або інакше володіє своєю підмовою (лексикою, фразеологією і пареміологією). Тобто політичний дискурс – це феномен, який виникає при взаємодії підмови, тексту та контексту[6].

Невіддільною частиною політичного дискурсу є політична промова. Політична промова трактується як заздалегідь підготовлений гострополітичний виступ з позитивними чи негативними оцінками, обґрунтуванням, конкретними фактами, з накресленими планами, перспективою політичних змін [4].

Погоджуючись з М.Я. Блохом і О.Л. Фрейдіна, ми розглядаємо публічну промову як риторичну діяльність, в ході якої оратор і аудиторія вступають в складну взаємодію, обумовлену вимогами етосу (індивідуальні характеристики, ідеологічні установки оратора і слухачів). Структурна організація публічних промов визначається риторичними, семантичними, психологокогнітивними факторами. Публічне мовлення характеризується змістовною єдністю і смисловою завершеністю, які формуються шляхом розгортання основної теми в послідовний ряд взаємопов'язаних елементів [2].

Список літератури

1. Адамович С.В. Семантическая категория аппроксимации и система средств ее выражения. Гродно : ГрГУ, 2011. 183 с.
2. Блох М.Я., Фрейдина Е.Л. Публичная речь и её просодический строй: монографія. Москва : Прометей, 2011. 236 с.
3. Елисейкина О. В Категория аппроксимации в английском языке. URL : <http://foreign.mordgpi.ru/?p=149> (дата звернення: 10.02.2021).
4. Мацько Л. І. Лінгвістична риторика. Київ : Логос, 1999.С. 3-16.
5. Чикина Е. Е. Выявление национально-культурной специфики фразеологизмов: современные подходы. URL : <http://www.myluni.ru/journal/clauses/127/> (дата звернення: 10.02.2021).
6. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : монографія. Волгоград : Перемена, 2000. 368 с.
7. Шкот И. Л. Языковые средства выражения аппроксимации в современном английском. Кировоград : КНТУ, 2007. Вип. 8. С. 25-27.

**Структурно-семантичні особливості
фразеологізмів з елементом порівняння
(англо-українські співвідношення)**

Англійська мова на момент сьогодення славиться своєю величною історією. Вивчення особливостей фразеології на сучасному етапі розвитку англійської мови є одним із актуальних питань лінгвістики. Завдяки своєму багатому стилістичному потенціалу фразеологічні одиниці широко використовуються в усіх типах дискурсу. Я вважаю, що моя тема важлива, оскільки незважаючи на опублікування ряду важливих праць, досі ще недостатньо вивчені проблеми семантики та структури у фразеології, багато питань залишається поза увагою мовознавців, особливо питання, що стосуються перекладу ФО з однієї мови на іншу. Курсова робота присвячена аналізу структурно-семантичних особливостей ФО з елементом порівняння.

Фразеологія була описана з теоретичної точки зору [1]. Вчені проводять корпусний аналіз та дискурс-аналіз фразеологічних одиниць, розглядають роль фразеології у лексикографії, описують особливості фразеологічної семантики [2], види семантичних змін, досліджують галузь порівняльної фразеології, структурно-семантичні та функціональні властивості ідіом і фразеологізмів. Фразеологія як самостійний розділ лексикології вперше був введений у науку швейцарським стилістом Ш. Баллі [3]. Фразеологія як самостійна галузь науки безпосередньо пов'язана з працями В. В. Виноградова, які з'явилися у 40-х роках. А на кінець 60-х років вона вже стала самостійною наукою в системі мовознавчих дисциплін. Саме на стикові лексикології, семасіології та синтаксису і склалася фразеологія як самостійна мовознавча дисципліна [4, с.29] Структурно-семантична характеристика компаративних фразеологічних одиниць неможлива без чіткого визначення меж їх компонентного складу, проте встановити ці межі складно внаслідок відсутності єдиного пог-

ляду щодо критеріїв виокремлення фразеологічної одиниці загалом і різного трактування самого поняття «компаративна фразеологія».

Отже, аналіз розглянутого матеріалу дає змогу засвідчити структурну подібність фразеологізмів української та англійської мов; підтвердити перевагу дієслівних, а також питому вагу іменникових фразеологізмів у порівнюваних мовах. З погляду структури аналізовані українські фразеологізми відрізняються від англійських тим, що в них порівняння може виражатися не тільки трикомпонентним, а й двокомпонентним сполученням (літати птахом, пливти рибкою, співати солов'єм). Також важливо зазначити, що в кожній з досліджуваних мов третину фразеологізмів зі значенням порівняння виражено на рівні речення (прислів'ями або приказками).

Список літератури

1. Colson J. Cross-linguistic phraseological studies: An Overview. *Phraseology: An interdisciplinary perspective* [edited by Sylviane Granger and Fanny Meunier]. Amsterdam: John Benjamins, 2008. 423 p.
2. Зубач О.А. Національно-культурна своєрідність семантики фразеологічних одиниць із колористичним компонентом у сучасній німецькій мові: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / О.А. Зубач; Донец. нац. ун-т. Донецьк, 2007. 20 с.
3. Балли Ш. Французская стилистика. Москва : Иностр. лит. 1961. 394 с.
4. Медведєв Ф. П. Українська фразеологія. Чому ми так говоримо. Харків : Вища школа, 1982. 232 с.

**Особливості індивідуального стилю автора та
перекладача в романі «Діла пана Юлія Цезаря»**

Б. Брехта

Як відомо, творчість Бертольда Брехта має величезне значення не лише для літератури, а й для подальшого розвитку сучасного західного і світового театру і є невід'ємною часткою культурного надбання людства в ХХ сторіччі. Основним матеріалом нашого дослідження став німецькомовний роман «Діла пана Юлія Цезаря [4]» і його український переклад, виконаний Н. Гордієнко-Андріановою [1]. Для повнішого опису проблематики були використані також інші наукові публікації [2; 3].

Актуальність даної розвідки зумовлена недостатньою вивченістю питання перекладу лексичних одиниць творів цього письменника саме в німецько-українській площині. Відтак метою даної доповіді є аналіз концепції індивідуального стилю Б. Брехта як письменника та розгляд можливих труднощів при перекладі його твору українською мовою, враховуючи специфіку структури тексту оригіналу.

У художній системі роману Б. Брехта факти із життя Цезаря оброблено таким чином, що ореол величі, який з часом склався навколо історичного Юлія Цезаря (реформатор, талановитий воєначальник, обдарована особистість), послідовно розвіюється. Розвінчання міфу про Юлія Цезаря забезпечено на усіх рівнях художньої системи, у тому числі і на рівні організації багатоповислої оповідної структури роману. По відношенню до основних і додаткових «вторинних» нараторів оповідна позиція «первинного» наратора (історика) поступово змінюється на нараторську. Тим самим вони протиставлені історикам, що пишуть біографію імператора на основі вторинних джерел, знаючи правду про діла Цезаря. Сам письменник не солідаризується зі своїм героєм, але й не засуджує його. Він знає: людина така, якою її роблять умови життя, і її моральний стан обумовлений каліцтвами суспільної дійсності. Винесення

установки про міф за рамки свідомості наратора відбувається поступово, коли з'ясовується, що молодий біограф не настільки неупереджений і об'єктивний, і сам знаходиться у полоні легенди про Цезаря, йому імпонує його безсоромна прямота, зухвалість [3, с. 11]. Наприклад, він висловлюється про Гая Юлія як про свого «кумира», «засновника імперії, одного з найвидатніших діячів світової історії» [1, с. 41].

Перекладачка при роботі взяла за мету «пом'якшити» звучання, додати конотаційного забарвлення, адаптованого для українського читача. Також при перекладі Н. Горієнко- Андріанова тяжіла до пестливих форм, поетичності, що не властиве Б. Брехту. Це видно з наступних прикладів: «*schmal und ziemlich steil, im Zickzack durch Ölfelder hoch, die auf niedere Steinmauern gestützt*» [4] – «круто вела вгору, петляючи між оточеними низенькими мурами маслинових гаїв» [1].

Встановлено, що при перекладі твору Б. Брехта «Діла пана Юлія Цезаря» перекладачу потрібно зберегти індивідуальний стиль письменника і водночас внести компоненти милозвучності українською мовою. Останнє потрібне для кращого сприйняття читачем роману, але вже не як тексту перекладу, а ніби самого оригіналу.

Список літератури

1. Брехт Б. Діла пана Юлія Цезаря; пер. з нім. Н. Гордієнко-Андріанова Дніпро, 1983. 215 с.
2. Шмидт В. Нарратология : Языки славянской культуры Москва : 2003. 312 с.
3. Шумахер Э. Жизнь Брехта ; Пер. с нем. И. Фрадкина; Научная редакция . Москва, 1988. 352 с.

Анастасія Лобур

Науковий керівник – проф. Бялик В. Д.

Лінгвальні особливості текстів англомовних текстів політичних промов

Політичний текст, що складається з мовних актів, є актуалізацією політичного дискурсу. Крім політичний текстів політичний дискурс містить у собі й інтертекстуальні зв'язки, і контекст, і учасників ситуації, їхнє знання про світ і багато чого іншого. Політичний дискурс - це сукупність «всіх мовних актів, що використовуються в політичних дискусіях, а також правил публічної політики, освячених традицією і перевірених досвідом» [14, с. 6]. Дане визначення представляє широкий підхід до змісту поняття «політичний дискурс». Цей дискурс є лінгвістичним образом, завдання якого полягає в тому, щоб залучити до себе увагу, зацікавити адресата й спонукати його до відповідних дій. Політична промова – це заздалегідь підготовлений гострополітичний виступ із позитивними чи негативними оцінками, обґрунтуванням, конкретними фактами, з накресленими планами, перспективою політичних змін. При дослідженні структури і змісту політичної промови можна скористатися сучасними лінгвістичними теоріями, що пропонують різноманітні ознаки виокремлення жанру. Т. В. Шмельова до структурного складу відносить комунікативну мету, модель автора, концепцію адресованості, зміст події. О. Й. Шейгал вважає однією з найважливіших ознак, що дає підстави для віднесення тієї чи іншої політичної промови до певного жанру, характер основної інтенції. Власне ця ознака взята за основу запропонованої дослідницею класифікації, де виділяються такі жанри в межах політичного дискурсу: 1) ритуальні жанри (інавгураційна промова, ювілейна промова, традиційне радіо-звернення); 2) орієнтаційні жанри (партійна програма, конституція, послання президента про стан у країні, звітна доповідь, указ, угода); 3) агональні жанри (лозунг, рекламна промова, передвиборчі дебати, парламентські дебати) [4, с. 9]. Основною метою дослідження є вивчення та аналіз лексичного аспекту інавгураційних промов Барака Обами та Петра Порошенко. Під політичною промовою ми розуміємо усний текст, який проголошується президентом перед окремою аудиторією,

за певних обставин, ставить назрілі завдання у тій чи іншій сфері громадського життя, дає рекомендації щодо здійснення поставлених завдань. Характерними рисами політичного дискурсу на лексичному рівні мови є широке використання професійної політичної термінології та часте вживання “високих”, тобто книжних слів. Наприклад: 1) to affirm the promise, a vision, anallegiance, heterogeneous; 2) реіндустріалізація економіки, узурпація влади, антикорупційний пакт, фундамент суспільної довіри. В інавгураційній промові П. Порошенка часто з'являються посилання, цитати та вирази відомих людей: Ми, українці, "живий вогник у сім'ї європейських народів і діяльні співробітники європейської цивілізаційної праці". Так казав Іван Франко. "Стояти ногами й серцем на Україні, свої голови держати в Європі", - заповідав Михайло Драгоманов. Особливу увагу привертють до себе новоутворення в лексиці політичного дискурсу. Наукові дослідження політичних процесів та тенденцій передбачають появу нових відкриттів, введення нових понять та термінології. Тому у політичному красномовстві фігурує багато неологізмів, запропонованих політиками. Наприклад, 1) unipolarity, environmentalism, player; 2) кіборги, атовці. Однак спосіб проголошення промови залежить серед іншого від внутрішнього світу політика-оратора. Б. Обама та П. Порошенко достатньо емоційні промовці, їхнє мовлення пафосне й риторичне, супроводжується мімичними та жестикуляційними рухами.

Список літератури

1. Земская Е. А. Городская устная речь и задачи ее изучения. Москва : Наука, 1988. 290 с.
2. Мацько Л. І. Лінгвістична риторика. зб. наук. праць. Ч.4. Київ : Логос, 1999. с. 3-16.
3. ТСН вражає: Промова президента України Петра Порошенка на інавгурації (повний текст) URL : <http://tsn.ua/politika/promova-prezidenta-ukrayini-petra-poroshenka-na-inavnuraciyi-povniy-tekst-353552>
4. The White House: BarackObama. URL : <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2013/01/21/inaugural-address-president-barack-obama>

Алла Лукань

Науковий керівник – асист. Равлюк І.Є.

Стилістичні особливості рекламних текстів та їх відтворення в перекладі

Сьогодні сферу людської діяльності неможливо уявити без такого явища, як реклама. Реклама спрямована на привернення суспільної уваги до якогось явища, товару чи послуги. Переклад рекламного тексту, на відміну від перекладу художньої літератури, в якій перекладач зобов'язаний передати художньоестетичні переваги оригіналу, трохи відрізняється за формою, мовними засобами, а також яскраво вираженою комунікативною спрямованістю.

Реклама – це комплекс взаємопов'язаних цілей, найголовніші з яких такі: привернути увагу потенційного покупця; представити покупцю користь для нього від придбання товару; надати покупцю можливості для додаткового вивчення товару; сформувати в споживача певний рівень знань про товар; створити образ фірми-виробника, якому можна довіряти; формувати потребу в цьому товарі; спонукати потенційного покупця до придбання саме рекламованого товару; стимулювати збут товару; сприяти прискоренню товарообігу; зробити споживача постійним покупцем товару; формування для інших фірм образу надійного партнера; нагадувати споживачеві про фірму і її товари [1, с. 54].

Задля впливу на підсвідомість споживача і досягнення поставлених цілей рекламний текст використовує всі методи та прийоми, притаманні іншим текстам. Так, для досягнення бажаного результату рекламодавець використовує різноманітні стилістичні засоби та прийоми. У рекламному тексті широко використовуються такі стилістичні засоби та прийоми як: фігури заміщення (фігури кількості: гіпербола, мейозис, літота; фігури якості: метонімія, синекдоха, перифраз, евфимізм, метафора, антономазія, персоніфікація, алегорія, іронія, епітет); фігури суміщення (фігури тотожності: порівняння, синоніми-замісники,

уточнюючі синоніми; фігури протилежності: антитеза, оксюморон; фігури нерівності: градація, антиклімакс, каламбур, зевгма [2, с. 162-163].

Потрібно відзначити, що відмінності в структурі речень у мові перекладу і мові оригіналу, широке використання граматичних трансформацій у перекладі зумовлені розбіжностями в структурі та функціональними особливостями мов (заміна частин мови, порядку слів, порядку слідування частин речення тощо). А використання перекладачем лексичних трансформацій вимагає не тільки досконалого розуміння змісту оригінального тексту, а й екстралінгвальних знань.

Різним аспектам вивчення рекламного дискурсу присвячені роботи як вітчизняних, так і зарубіжних лінгвістів (К. Л. Бове, Ф. Джефкінс, Х. Кафтанджияєв, М. М. Кохтев, О. В. Медведєва, Д. Огілві, В. І. Охріменко, С. А. Федорець та ін.). У той же час рекламний жанр не стоїть на місці і продовжує розвиватись у найрізноманітніших формах та напрямках, що і зумовлює актуальність і необхідність подальшого вивчення реклами загалом і стилістики англomовного рекламного тексту зокрема.

Отже, в англomовному рекламному тексті використовуються різноманітні засоби та прийоми задля створення певних стилістичних ефектів метою яких є спонукати потенційного покупця до придбання відповідного рекламованого товару та стимулювати збут продукції. Вивчення особливостей перекладу стилістично забарвлених англomовних рекламних текстів може слугувати матеріалом для подальших лінгвістичних розвідок.

Список літератури

1. Мокшанцев Р. И. Психология рекламы: учебное пособие. Москва-Новосибирск : ИНФРА-М–Сибирское соглашение, 2009 г. 230 с.
2. Мороховский А.Н., Воробьева О.П., Лихошерст Н.И., Тимошенко З.В. Стилистика английского языка. Київ : Вища школа, 1984. 248 с.

Поняття комунікативних стратегій і тактик у політичному дискурсі

У сучасній лінгвістиці політичний дискурс представлений як багатоаспектне явище, комплекс елементів, які утворюють єдине ціле. Політичний дискурс – це сукупність всіх мовних актів, використовуваних в політичних дискусіях, а також правил публічної політики, освячених традицією і перевірених досвідом [6, с. 89].

Політичний дискурс нерозривно пов'язаний з політичною комунікацією, під якою розуміється комунікативна діяльність, що покликана впливати на почуття адресата, викликати у них емоції, пропагувати різні ідеї, приймати необхідні рішення, закликати їх до певних дій тощо [6, с. 90].

Найголовнішими інструментами впливу в політичному дискурсі є комунікативні стратегії та тактики. Тлумачення терміну «стратегія» в лінгвістиці неоднозначне з огляду на те, що існує безліч підходів до цього поняття. На думку І. М. Борисової, комунікативна стратегія є способом організації мовленнєвої поведінки відповідно задуму та інтенції учасників спілкування. У широкому сенсі комунікативна стратегія розуміється як надзавдання мовлення, що диктується практичними цілями мовця. Комунікативна стратегія у мовленні є способом реалізації задуму, вона передбачає відбір фактів та їх подачу в певному спрямуванні з метою впливу на інтелектуальну, вольову та емоційну сферу адресата [2, с. 83].

Тож поняття «стратегія» полягає у плануванні мовленнєвої комунікації з урахуванням тих умов, в яких вона відбувається і за допомогою сукупності тих чи інших дій для досягнення необхідної мети комунікації. Реалізація мовленнєвих стратегій може втілюватись за допомогою тактик, які, у свою чергу, спрямовані на виконання будь-яких комунікативних намірів, що ведуть до досягнення головної мети комунікації. Тактики – це, свого роду, способи реалізації тієї чи іншої стратегії [1, с. 403].

З огляду на розмаїття лінгвістичних шкіл, існує чимало класифікацій комунікативних стратегій і тактик, але найчастіше вони реалізуються завдяки трьом групам стратегій. О. Н. Паршина описує аргументативну, агітаційну та інформаційно-інтерпретативну стратегії [4]. О. Л. Міхальова виокремлює стратегію на зниження, стратегію на підвищення та стратегію театральності [3]. Л. В. Тетова говорить про стратегію презентації, маніпуляції та конвенції [5].

Комунікативні стратегії і тактики – це взаємозалежні елементи; в залежності від стратегії автор промови обирає певну тактику, причому їх кількість необмежена. Так, для стратегії на зниження застосовують тактику аналіз – «мінус», тактику звинувачення, тактику викриття, образи, загрози. Стратегію на підвищення складають тактики: аналіз – «плюс», презентація, відведення критики. Стратегії театральності реалізують тактики спонукання, розмежування, обіцянки [1, с. 404].

Отже, комунікативні стратегії у політичному дискурсі – це засіб впливу на адресата, і в залежності від мети мовця втілюється набір відповідних інструментів (тактик) для її досягнення.

Список літератури

7. Акопова Д. Р. Стратегии и тактики политического дискурса. *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского*. 2013. №. 6-1. С. 403–409.
8. Борисова И. Н. Категория цели и аспекты текстового анализа. *Жанры речи*. Вып. 2. Саратов : Колледж, 1999. С. 81–96.
9. Михалева О. Л. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия. Москва : Либроком, 2009. 256 с.
10. Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России: монография. Астрахань : Изд-во Астрахан. гос. техн. ун-та, 2004. 180 с.
11. Тетова Л. В. Коммуникативные стратегии в политическом дискурсе. *Университетские чтения-2010 : материалы научно-методических чтений ПГЛУ*. Пятигорск : ПГЛУ. 2010. С. 100–104.
12. Черняева І. А., Пересада І. В. Риторичні засоби виразності політичного дискурсу. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2019. №. 14. С. 89–100.

Юлія Лукинюк
Науковий керівник – доц. Грижак Л.М.

Використання інтерактивних технологій на уроках англійської мови в НУШ

Постійний розвиток різних сфер людського життя, зокрема й освіти, зумовлює виникнення нових підходів до навчання. Учителі прагнуть зробити свої заняття цікавими та пізнавальними, тому в широке застосування ввійшли інтерактивні методи та технології навчання.

Інтерактивне навчання виступає призмою для налаштування взаємодії як всіх учнів між собою в класі, так і кожного учня з вчителем зокрема.

«Педагог виступає в ролі організатора процесу навчання, лідера групи. Організація інтерактивного навчання передбачає моделювання життєвих ситуацій, використання рольових ігор, спільне розв'язання проблем. Воно ефективно сприяє формуванню цінностей, навичок і вмінь, створенню атмосфери співпраці, взаємодії, дає змогу педагогу стати справжнім лідером дитячого колективу» [2].

Згідно закону України про освіту, повна середня освіта передбачає формування низки ключових компетентностей, спільним для яких є «критичне та системне мислення, <...> ініціативність, вміння конструктивно керувати емоціями, оцінювати ризики, приймати рішення, розв'язувати проблеми, здатність співпрацювати з іншими людьми» [1]. Розвитку всіх вищезгаданих вмінь і навичок сприяє використання інтерактивних технологій з раннього віку.

Завданням інтерактивних технологій у початковій школі є залучення всіх учнів до навчального процесу, налагодження стосунків у колективі, виокремлення життєвих цінностей, навчання грамотності висловлювання своєї думки.

Однією з основних умов інтерактивного навчання є видозмінена роль вчителя – «він припиняє бути центральною фігурою і лише регулює навчально-виховний процес, займається

його загальною організацією, визначає загальний напрям» [3]. У той час учень стає центральною частиною навчального процесу.

Технології інтерактивного навчання поділяються на різні групи, відповідно до організації виду роботи: кооперативне навчання, колективно-групове навчання, ситуативне модулювання, опрацювання дискусійних питань тощо. Оскільки застосування інтерактивних технологій можливе вже з першого року здобуття освіти, важливо використовувати такі види роботи, які б відповідали віковим особливостям молодшого школяра. Зокрема, технологія роботи в парах, ротаційних трійках, малих групах, два – чотири – всі разом, карусель, навчаючи – учусь та акваріум можуть з легкістю бути застосовані навіть у 1 класі.

На уроках іноземної мови застосування інтерактивних технологій не тільки сприяє розвитку вмінь говоріння, читання, письма й слухання та поглибленню знань культурних особливостей англійської мови, а й допомагає налагодити відносини у класі, вчить співпраці з іншими учасниками навчального процесу. Крім цього, використання нестандартних методів пробуджує інтерес в учнів до здобуття нових знань, підвищує їхню активність та розвиває низку ключових компетентностей 21 століття.

За вмілого та правильного застосування інтерактивних методів в умовах НУШ вчитель співпрацюючи з учнями з легкістю може досягти поставлених цілей та розвинути всі навички і компетентності людини сучасного суспільства.

Список літератури

1. Закон України «Про Освіту». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text> (дата звернення: 31.01.2021) .
2. Інтерактивні технології навчання: теорія, практика, досвід: метод. посіб. / авт. – уклад.: О. Пометун, Л. Пироженко. Київ : АПН, 2002. 135с.
3. Падалко О.В. Сучасний урок: інтерактивні технології навчання. Харків : Географія, 2015. Вип. № 11–12 (279–280) червень 2015 р. С. 4.

Олександра Лутанюк
Науковий керівник – проф. Кійко С.В.

Формування комунікативних стратегій іншомовного мовлення у старшокласників

Одним з пріоритетних наукових напрямів антропоцентричної лінгвістики є дослідження комунікативної поведінки. У процесі спілкування, вербального або письмового, кожна людина намагається досягти максимального результату та ефективності. Мовна репрезентація комунікації зумовлена комунікативною спрямованістю, соціально-рольовою належністю, психологічними чинниками. Лексичне наповнення, синтаксичні структури, послідовність фраз та ін. можуть обиратися неусвідомлено або ж детально продумуватися учасниками комунікації, залежно від того, які завдання і мета поставлені перед ними. Найчастіше головну роль у досягненні ефективності повідомлення відіграють його суб'єктивні компоненти, експліцитно або імпліцитно виражені у висловленні.

Під комунікативною стратегією розуміють сукупність запланованих мовцем дій і реалізованих у ході комунікативного акту теоретичних ходів, спрямованих на досягнення комунікативної мети [1, с. 64]. Комунікативна компетентність є ключовою частиною комунікативного підходу до викладання мови. Вона передбачає використання мови як інструменту для досягнення певної мети через вербальне застосування. Уявлення про спосіб об'єднання цих теоретичних ходів у єдине ціле (комунікативну стратегію) називається комунікативною інтенцією, що і є рушійною силою комунікативної стратегії [2, с. 5]. Мовні стратегії виявляються на основі аналізу ходу діалогової взаємодії протягом усієї розмови. До кооперативних стратегій відносимо різні типи інформативних і інтерпретативних діалогів, як-от: повідомлення інформації, з'ясування істинного стану речей тощо. До некооперативних стратегій відносимо діалоги, в основі яких лежить порушення правил мовного спілкування – доброзичливого співробітництва, щирості, як-от: конфлікти, сварки, погрози, прояв агресії тощо.

Об'єктом нашого дослідження є процес навчання іншомовних стратегічних компетенцій. **Предмет** дослідження становлять зміст, засоби, прийоми формування комунікативних стратегій слововживання у старшокласників. **Мета** роботи полягає у виявленні стратегій слововживання, відборі найприйнятніших з них для навчальних цілей, а також розробці способу організації навчання цим стратегіям у школі. Реалізація мети передбачає вирішення наступних завдань: 1) розглянути структуру комунікативної компетенції і визначити місце і роль стратегічної компетенції в її складі; 2) вивчити різні підходи до розгляду стратегічної компетенції; 3) проаналізувати особливості формування іншомовної стратегічної компетенції у старшокласників; 4) провести експериментальне навчання з метою визначення залежності кількості і якості комунікативних стратегій від організації навчання; 5) розробити методiku формування комунікативних стратегій слововживання і виявити її ефективність. **Матеріалом** дослідження слугують підручники для учнів старших класів загальноосвітніх шкіл.

У рамках дослідження послуговуємося такими методами: описово-аналітичний (вивчення теоретичних робіт вітчизняних і зарубіжних дослідників, аналіз висловлювань учнів з погляду кількості і якості вжитих ними стратегій); метод педагогічного спостереження (спостереження за навчальним процесом у школі); емпіричний (втілення розробленої методики навчання і аналіз її результатів).

Дослідження комунікативних стратегій іншомовного слововживання у старшокласників виконується з метою подальшого удосконалення процесу навчання іншомовного спілкування в школах за допомогою аналізу особливостей формування іншомовної стратегічної компетенції та експериментального навчання метою якого є визначення взаємозалежності кількості і якості комунікативних стратегій.

Список літератури

1. Анохина В.С. Стратегии и тактики коммуникативного поведения в малой социальной группе (семье). *Вестник Ставропольского государственного университета*. 2008. № 56. С. 64-71.
2. Ключев Е.В. Речевая коммуникация. М.: Рипол Классик, 2002. 320с.

Зоонімний та флоронімний символ як компонент фразеологічних одиниць французької мови

Останнім часом фразеологізми все частіше постають об'єктом вивчення наукових праць, виконаних у психолінгвістичному контексті. Таке зближення лінгвістики з психологією, як зауважував ще О. Потебня, сприяє “з'ясуванню питань про мову в психології, і, навпаки, виявленню через мову нових явищ в області психології” [3]. Дотримуйтесь такої думки, мовознавці переконані, що саме в психіці людини слід шукати засади сутності мовних явищ узагалі (Ф. де Соссюр, В. Гумбольдт, О. Потебня та ін.). Цей факт яскраво продемонстрований у дослідженнях фразеологічних одиниць (далі – ФО), які, власне, постають перед нами як уособлення навколишнього світу певної нації, народу, в мові якого він побутує. А їхньою основою є образи-символи, які представляють цей навколишній світ. Зацікавленість сучасних мовознавців у вивченні тісного зв'язку мовних одиниць із мисленням людини, а також вияв цього зв'язку в символах визначає **актуальність** нашого дослідження.

Метою запропонованої розвідки є визначення природи зоонімного та флоронімного символу як компонента ФО французької мови.

Насамперед зазначимо, що символи загалом вивчаються на лінгвістичному, побутовому, естетичному, філософському і психологічному рівнях (К. Юнг, Е. Кассігер, О. Лосєв, К. Свасьян та ін.). З лінгвістичної точки зору, зокрема, символи витлумачуються як кваліфікатори, тобто компоненти, що збільшують інтенсивність висловлення [2]. У фразеології розуміння символіки і символу має певну специфіку, адже саме в компонентах-символах, які слугують основою ФО, відбивається духовне і матеріальне життя французького народу: людська життєдіяльність, природне середовище, своєрідність його рослинного і тваринного світу.

Аналіз фактичного матеріалу показав, що, крім традиційного

погляду на їхню класифікацію за походженням і специфікою функціонування (національні, ідеологічні, наукові, міфологічні, філософські, універсальні, специфічні, архетипні, колективні, індивідуальні тощо символи [1]), їх можна поділити також за категоріями, що вони номінують.

Зосередимо свою увагу, насамперед, на ФО із зоонімним компонентом. Так, ФО *chien qui aboie ne mord pas* «собака, що гавкає, не кусає» символізує людину, яка часто вдається до погроз, але ніколи їх не здійснює, оскільки не готова до серйозних дій; у складі ФО *passer du coq à l'âne* «раптово перейти на іншу тему розмови» перехід від однієї свійської тварини на іншу означає непостійність, плинність характеру людини.

Значна роль у творенні ФО французької мови відведена також флоронімним символам. Як компоненти ФО, їх поділяють на: 1) *власне флоронімні символи*, що номінують дерева, квіти, ягідні, овочеві та інші культури, тобто позначають форму рослинності та їх складову частину, напр.: у ФО *on ne juge pas l'arbre à son écorce* «дерево не за корою судять» кора символізує тільки зовнішність, у порівнянні з людиною, яку мають прикрашати вчинки; 2) *фітонімні символи*, які номінують різні рослини та їхні плоди, напр.: у ФО *manger son blé en herbe* «їсти хліб, не пожнувши його» колосся пшениці символізують гроші людини, які вона не встигла отримати і вже витратила.

Отже, символ, як один із компонентів ФО, є незамінною категорією духовного розвитку нації. Флоронімні та зоонімні ФО відображають спостереження людини за світом фауни і флори та стають культурним надбанням французького соціуму. Відмінності вербалізації зоонімного та флоронімного символічних компонентів у ФО французької мови є **перспективою** дослідження.

Список літератури

1. Дмитренко М.К. Символи українського фольклору. Київ, 2011. 326 с.
2. Лосев А. Ф. Проблема символу та реалістичного мистецтва. Москва, 1976. 368 с.
3. Потебня О.О. Із лекцій по теорії словесності. Харків, 1930.

Орися Мазурак
Науковий керівник – асист. Сурніна О.В.

**Семантико-стилістичний аспект гри слів як засобу
вираження гумористичного та іронічного ефекту
в художніх творах О.Генрі**

Помітне місце в комплексі мовностилістичних засобів створення комічного ефекту належить семантико-стилістичному явищу - грі слів. Визначення самого терміна "гра слів" залишається спірним, тому що він і його більш рідковживані еквіваленти "гра словами", "словесна гра" функціонує в мовознавстві і літературознавчій стилістиці переважно як абсолютний синонім терміну "каламбур". У нашому дослідженні проаналізований матеріал дозволив доповнити, уточнити та модифікувати для різних конкретних випадків саме класифікацію гри слів:

1) гра слів, що базується на фонетичному співзвуччі. Засобом гумору та іронії є гра слів, що базується на тотожних або схожих за звучанням словах. Так, в короткій розповіді "Shearing the wolf" гра слів заснована на звуковий близькості: You have a kind nucleus at the interior of your exterior after all [2]. "Interior" - зі словниковим значенням "внутрішня частина, нутрощі" і "exterior" - багатозначно "зовнішня частина, зовнішність" є також антонімами. Даний приклад цікавий також тим, що якщо спиратися на положення В.З.Саннікова [1], то тут можна говорити про гру слів, засновану не тільки на звуковій, а й на семантичній близькості слів, що реалізується так званими "псевдо-антонімами".

2) гра слів, заснована на омонімічних, полісемантичних відносинах. В оповіданні "Pimienta pancakes" гумористичний ефект виникає внаслідок створення подвійного сенсу, коли багатозначне слово повторюється в контексті. В цьому випадку словесне оточення одночасно реалізує кілька значень полісемантичного слова, напр .: I sifted sand into my boots with

unthinking hands while I soliloquized a quantity about this bird with the Jackson plumage to his name [2].

3) гра слів, що базується на псевдо-синонімах, псевдо-антонімах. В оповіданні "Pimienta pancakes", на перший погляд, лексеми *sheep man* ("вівчар") і *lamb man* ("ягнятник") є контекстуальними антонімами і відносяться до однієї антонімічної пари, але, з огляду на той факт, що професії ягнятник не існує і спожита вона тільки з метою принизити і образити свого конкурента, ми можемо стверджувати, що гра слів в даному контексті заснована на псевдо-антонімах.

4) трансформація стійких словосполучень і фразеологічних зворотів. Засобом реалізації іронії в "Pimienta pancakes" є гра слів, в основі якої лежить поєднання однокореневих слів, одне з яких входить до складу стійкого словосполучення, а інше є вільним: "She was stopping at Pimienta Crossing for her health, which was very good, and for the climate, which was forty per cent hotter than Palestine" [2] - *for one`s health* - для збереження здоров'я; *for the climate* - через відповідний або хороший кліма.

5) гра слів, заснована на перестановці пропозицій і їх частин зі створенням протилежного значення. В оповіданні "The exact science of matrimony" комічний ефект виникає внаслідок того, що вдова, яка бажає повторно вийти заміж, абсолютно не відповідає зазначеним в оголошенні даними. *Mrs. Trotter fitted our ad first rate except, maybe, for beauty and age and property valuation* [2].

Гра слів є ефективним засобом створення комічного ефекту (117 прикладів). У її створенні беруть участь одиниці всіх мовних рівнів (фонетичного, морфологічного, словотвірного, лексичного, синтаксичного). Цей стилістичний прийом є дуже поширеним в художньому тексті О.Генрі і становить 47,86 % з його проаналізованих коротких оповідань.

Список літератури

1. Санников В.З. Каламбур как семантический феномен. *Вопросы языкознания*. 2005. № 3. С. 56-69.
2. O.Henry. Short stories. URL : <https://americanliterature.com/author/o-henry/bio-books-stories>.

Засоби експресивності в англомовних публіцистичних текстах

Наразі дослідження проблеми "мова та емоції" є одним із основних пріоритетних напрямків сучасного мовознавства. Яскраво відстежити забарвлення тексту ми можемо, розглянувши публіцистичний стиль, як напрям літературної творчості, який дієво досліджує важливі суспільно-політичні питання, з метою впливу на суспільну думку, використовуючи при цьому засоби емоційності та експресивності [1].

Розмежування категорій експресивності та емоційності має дуже велике значення для дослідження публіцистичного стилю. Емоційність покликана для ненавмисного вираження емоцій у мовленні тоді, як експресивність ставить на меті свідомо підсилити вплив мовлення на реципієнта (слухача/читача). Емоційність – це «прояв у мовленні почуттів та настроїв мовця відносно дійсності чи, іншими словами, суб'єктивне ставлення до дійсності» [2, с. 129].

Експресивність – це фонетичні, лексичні, морфологічні та синтаксичні одиниці мови; це авторські неологізми, введення просторічної чи жаргонної лексики, стилістичні фігури; паралельні конструкції, зевгма, наростання, всеможливі повторення, інверсія, алітерація і т.д. При всьому цьому експресивно забарвленій лексиці та її значенню приділяється особлива увага в семасіології – наука про значення слів, їхні модифікації та вираження. З точки зору цієї науки у справі вивчення експресивності важливо розмежовувати слова, які називають емоції, та слова, які викликають емоційну (чутливу) реакцію реципієнта (читача/слухача) [2, с. 179].

Відтворення асоціативно-образних ланцюгів із нанизуванням різноманітних стилістичних прийомів є одним із найскладніших викликів для перекладача. Важливо наголосити, що у процесі перекладацьких зіставлень дослідник "зважує" лексичне значення і смислові відтінки, що його оточують, визначаючи семанти-

чне навантаження слова, його експресивноемоційну силу і функціональну вагомість [3, с. 78].

До експресивних засобів лексичного рівня належать слова, які несуть в собі певне конотативне значення, а отже зсуви виникають у тих випадках, коли перекладач добирає для перекладу слова, конотативне значення яких відрізняється від конотативного значення слів оригіналу

Емфатизація та нейтралізація на лексичному рівні найчастіше пов'язані з такими трансформаціями, як додавання та опущення при яких додається або, відповідно, вилучається експресивний елемент.

Dudley and Uncle Vernon came in, both with wrinkled noses because of the smell from Harry's new uniform.

Увійшли Дадлі й дядько Вернон і аж скривилися на той жах-нющий сморід від нової форми для Гаррі.

Якщо емфатизація тісно пов'язана з додаванням лексичних одиниць, то нейтралізація, відповідно, характеризується опущенням експресивних елементів.

...and Harry was left to find the softest bit of floor.

...а Гаррі був змушений шукати собі місце на підлозі [4].

Отже, як експресивність, так і емоційність розуміються як категорії комунікативного плану. Одним з найважливіших завдань перекладача є відтворити не тільки зміст тексту, а й передати емоції, які автор вклав у нього, за допомогою відтворення експресивних засобів.

Список літератури:

1. Лінгвовісник. URL : <http://www.jurnal.org/articles/2008/fill16.html>
2. Нелюбин Л.Л. Лінгвостилістика сучасної англійської мови. МОП ім. Н. К. Крупської, 1990. 301 с.
3. Виноградов В.С. Введення в перекладознавство (загальні та лексичні питання). Вид-во інституту загальної середньої освіти РАО, 2001. 224 с.
4. О.Ю. Зайченко. Експресивні зсуви при перекладі творів жанру фентезі на різних мовних рівнях. Київський політехнічний інститут, 2014. 30 с.

Інна Малишевська
Науковий керівник – проф. Бялик В.Д.

Абревіатури та скорочення у текстах електронної комунікації

Розвиток всесвітньої мережі Інтернет спричинив тенденцію до появи та частого використання абревіатур і скорочень у сучасному суспільстві. Те, що кількість абревіатур зростає можна пояснити тим, що виникає потреба у швидкому, короткому та лаконічному висловленні власних думок співрозмовнику, що і спричиняє передачу складних слів і словосполучень в скороченому вигляді.

Доцільно зазначити, що в даний час як визначення скорочень, так і принципи класифікації останніх є численними і неоднорідними, через що з-поміж скорочених лексичних одиниць виділяються різні типи на основі різних ознак.

О. О. Гаврилук пропонує визначати абревіатури як «скорочені лексичні одиниці – іменники, що складаються з усічених слів, що входять у вихідне словосполучення, або з усічених компонентів вихідного складного слова, де останній компонент абревіатури може бути також цілим (неусіченим) словом» [1, с. 49].

За тлумаченням О. В. Алексєєва: «абревіатура – лексична одиниця, отримана в результаті скорочення, що включає в себе акроніми, складні слова, контаміновані лексеми, асимільовані одиниці і виражена графічно і фонетично» [3, с. 26].

Скорочення за звуковим та графічним оформленням в англійській мові прийнято поділяти на абревіатури й акроніми. Абревіатури формуються з початкових букв повнозначних слів словосполучення: AA – antenna array, ASAP – as soon as possible. У той же час під акронімами розуміються скорочення, що відмінно від абревіатур (читаються, вимовляються і сприймаються за назвами букв), читаються і сприймаються як звичайні лексичні одиниці [4, с. 55]. До акронімів відносять утворення слів методом стягнення або усічення слів та об'єднання декількох слів в одне: syst – system, gov – government, bro – brother, hi-fi – high

fidelity.

До складу абревіатур можуть входити небуквені символи, для прикладу цифрові, що можуть замінювати в абревіатурі повне слово: 1LT – first lieutenant, F2F – Frequency – Double Frequency.

Найбільш вживані скорочення в процесі інтернет-комунікації можна згрупувати наступним чином (у міру частотності): 1. Скорочення за першими літерами: BFN – bye for now, BTW – by the way, CMIW – correct me if I'm wrong, FITB – fill in the blank; 2. Комбіновані скорочення (з використанням цифр, на основі фонетичної схожості, опущення голосних букв і ін.): 2day – today, CUL8R – see you later, Thx – thanks. 3. Скорочення з використанням знаків: B/C – because, @ – at, GD&R – grinning, ducking and running, ?4U – question for you, ? – Huh? M/F? – male or female? 4. Акроніми: POV – point of view, GIF – graphics interchange format, HAND – have a nice day.

Відмітна особливість абревіації в текстах електронної комунікації – це скорочення не лише термінів і часто вживаних в розмовній мові словосполучень, але й також цілих речень. Наприклад, rotfl – rolling on the floor laughing; tttt – to tell the truth тощо.

Основною причиною збільшення кількості скорочень в текстах електронної комунікації є швидкий темп життя, зростання масштабів міжкультурної інтернет-комунікації, потреба у передачі великих обсягів інформації, розвиток інтернет-комунікації.

Список літератури

1. Гаврилюк О.О. Абревіатури у сфері віртуальної комунікації: прагматичний аспект (на матеріалі англійської мови). *INTERNATIONAL ACADEMY JOURNAL Web of Scholar*. Warsaw, 2018. №5(23), Vol.4. P. 44-50.
2. Алексеев А. В. Абревиация в современной виртуальной коммуникации: прагматический аспект (на материале английского и немецкого языков): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Ростов-на-Дону, 2017. 191 с.
3. Медвідь О. М. Комп'ютерний сленг. *Вісник СумДУ*. 2005. №6 (78). С. 50–56.

Типи наочності ігрового характеру для контролю лексичних знань на уроках англійської мови в середній школі

Контроль є не лише засобом перевірки результату роботи вчителя, а й самоперевірки учнів самовдосконалення. Щоб процес контролю був ефективним і не викликав негативної реакції у учнів потрібно заздалегідь передбачити форми контролю, де можливо поєднати цікаві завдання із перевіркою засвоєних знань та вмій.

Прикладами завдань для перевірки наявності лексичних знань в учнів можуть бути такі:

1.Перевірка розуміння лексичної одиниці на слух. Учитель називає учням слова англійською мовою: якщо вони позначають предмети, якими ви користуєтесь на уроках (або назви тварин, кольорів тощо, залежно від теми), ви показуєте вчителю зелену картку, тобто дозволяєте продовжувати. Якщо слово має інше значення, показуєте червону картку, тобто зупиняєте вчителя, який зробив помилку.

2.Перевірка розуміння лексичної одиниці при прочитанні. Вчитель, звертаючись до школярів, знову пропонує їм: виграє команда, яка швидше розташує картки зі словами англійською мовою під відповідними малюнками. Члени команд по черзі підходять до дошки і прикріплюють по одній картці під малюнками, швидко змінюючи один одного. Виграє команда, яка виконала завдання швидше і без помилок [1, с. 49]. Правильність і швидкість виконання завдання оцінюється вчителем (зовнішній контроль) і членами команди-супротивника (взаємоконтроль).

3.Перевірка здатності учня правильно вимовити нові лексичні одиниці англійською мовою. Для цієї гри-естафети необхідно підготувати 2 комплекти малюнків із зображеннями предметів, назви яких учні щойно вивчили. Вчитель звертається до школярів і каже розділитись на дві команди і вишикуватись у проходах між партами. Перші члени кожної команди по команді

вчителя швидко йдуть до його столу, беруть один з малюнків, вимовляють англійською слово, яке позначає зображений на ньому предмет, і відкладають картку.

4.Перевірка здатності учнів правильно писати нові лексичні одиниці. Для цієї гри необхідно підготувати картки з малюнками, як для гри-лото, залишивши під ними місце для підпису. Вчитель каже учням, що художник мав намір підписати малюнки, але йому щось завадило. Наприклад, якщо учні вивчають способи написання часу англійською мовою, на малюнках можуть бути зображені годинники, які вказують різний час. Виграє той школяр, який скоріше за інших і без помилок підпише малюнки. Перевірку правильності виконання завдання може здійснювати як учитель, так і учні, вдаючись до взаємоконтролю [2, с. 4].

Виконання контрольних завдань-ігор супроводжується доброзичливими репліками вчителя: *Nice! Well done!* тощо.

Кожен з школярів хоче стати переможцем, емоційна напруга дуже висока, тобто мотивація виконання контрольного завдання-гри висока. Але якщо перемогти не вдалося - не слід засмучуватися, є можливість одержати перемогу наступного разу. Про це свідчить доброзичливе, підбадьорливе ставлення вчителя та однокласників у ході уроку-діалогу, де кожний відчуває себе рівним учасником процесу навчання і контролю.

Таким чином, контроль лексичних знань в учнів середніх класів може і має стати вмотивованим і сприяти зацікавленості учнів у вивченні англійської мови, що є найважливішим завданням будь-якого педагога – правильна мотивація учня.

Список літератури

1. Коломінова О. О. Формування англомовної лексичної компетенції. *Іноземні мови*, 2012. № 2. С.48-51.
2. Складенко О. В. Сучасні вимоги до вправ для формування лексичної компетенції. *Іноземні мови*, 2019. № 3. С.3-7

Євгенія Марушак

Науковий керівник – доц. А.В. Косенко

Використання та переклад інверсії з англійської мови (на матеріалі творів Сомерсета Моєма)

Феномен інверсії користується зростанням інтересу до його вивчення, а саме: вивчення його видів, функцій та характеристик в англійському художньому дискурсі. Використовується інверсія завжди з конкретною комунікативною метою, тобто встановлення наявності когось або чогось, виділення певних характеристик персонажів, підкреслення відношення автора до героїв твору, а також підсилення експресії виразу. Характерною рисою англійського художнього твору є наявність як нейтральних, так і експресивних висловлювань [1].

Актуальність дослідження граматичного і стилістичного аспектів порядку слів в англійській мові дуже велика, тому що розуміння побудови англійського речення - це один з найважливіших аспектів при вивченні мови. Так як всі мови різні по своїй синтаксичній будові, на практиці може виникнути складність у передачі і розумінні змісту висловлення.

Аналіз інвертованих речень показує, що інверсія виражає експресивний емоційний компонент спілкування. Більш виразний та емоційно значущий тісний зв'язок між типом суб'єктивної актуалізації та емоційно-експресивним компонентом спілкування ніколи не ставився під сумнів лінгвістами, однак це питання залишається практично не дослідженим. Такий тип речень у художньому тексті покликаний привертати увагу читача до певних подій та викликати певні емоції [2].

Дане дослідження присвячене інверсії, як стилістичному прийому, що виявляється в навмисній зміні звичайного порядку слів з метою емоційного, смислового, виділення якої-небудь частини висловлювання. Питання інверсії є одним з найбільш

суперечливих у лінгвістиці, оскільки поняття речення, його типи та особливо характер взаємозв'язків між окремими частинами речення історично з'явилися в галузі риторики і лише пізніше стали предметом граматики.

Основна мета даного дослідження полягає у вивченні особливостей функціонування та перекладу інверсії в англійському художньому тексті.

Для досягнення даної мети, у роботі досліджено теоретичне узагальнення основних наукових здобутків науки, що вивчає інверсію та проаналізовано англійськомовні твори Сомерсета Моєма, а також синтаксис української та англійської мов, заглиблюючись в інверсійний підхід вираження думки, для виявлення стилістичних особливостей непрямого порядку слів, і способів її передачі на українську мову, як одиницю комунікації. Аналіз наукової літератури на цю тему показує, що інверсія відноситься до стилістичних синтаксичних засобів, що відображається у незвичному розташуванні мовних елементів у реченні.

Список літератури

1. Войланович Л. П. Особливості функціонування інверсії в англійському художньому тексті. : дис. канд. філ. наук. Острог, 2015. 8 с.
2. Відтворення явища інверсії у англійськомовному та українськомовному публіцистичному тексті. URL : <http://knowledge.allbest.ru/languages>.

Вікторія Марчук

Науковий керівник – доц. Суродейкіна Т.В.

Структура семантичного поля «ГОТЕЛЬНА СПРАВА» у романі А. Гейлі «Готель»

Мета роботи – характеристика семантичного поля «ГОТЕЛЬНА СПРАВА» в англійській мові на основі роману А. Гейлі «Готель».

За Й. Тріром структура семантичного поля така: центр, ядро, ближня і дальня периферія [1].

До ядра семантичного поля відносять одиниці, що володіють найбільш очевидним загальним значенням.

Центр поля складається зі слів, що мають більш складні значення.

Периферія семантичного поля має ближню і дальню зони [2, с. 77].

Ядром поля, ключовим словом, в романі є лексема *hotel*, вона зустрічається в тексті 904 раз.

У структурі семантичного поля «ГОТЕЛЬНА СПРАВА» ми виділили наступні мікрополя: *hotel staff*, *hotel rooms*, *hotel places*, *hotel guests*, *hotel finance*, *hotel problems*, *hotel interior*, *hotel work*.

Найбільш численним в романі виявилось мікрополе *hotel staff*. Воно представлено 32 лексемами з центром *staff*: *assistant*, *bartender*, *bellboy*, *bell captain*, *busboy*, *cashier*, *checker*, *chef*, *clerk*, *comptroller*, *credit manager*, *doctor*, *doorman*, *engineer*, *executive vice – president*, *hotel florist*, *hotel proprietor*, *house detective*, *maid*, *management expert*, *manager*, *operator*, *receptionist*, *secretary*, *servant*, *stationary engineer*, *sous – chef*, *storekeeper*, *switchboard operator*, *valet*, *waiter*. Лексеми даного мікрополя складають ближню периферію поля і пов'язані з ядром *hotel*.

Мікрополе *hotel places* представлено 24 лексемами з центром *place*: *baggage room*, *bakery*, *barber parlor*, *bar*, *carpenters shop*, *corridor*, *design department*, *elevator*, *executive suite*, *floor*, *garage*, *hall*, *incinerator*, *laundry*, *lobby*, *mezzanine floor*, *public room*, *purchasing department*, *reception*, *service department*, *stairways*, *steam*

cabinet, storeroom, suite. Перераховані лексеми відносяться як до ближньої, так і до дальньої периферії.

Мікрополе *hotel guests* з центром *guests* становить ближню периферію поля. Воно представлено в романі 7 лексемами: *conventioneer, newcomer, tenant, tourist, traveler, sightseer, visitor*.

До складу нечисленного мікрополя *hotel rooms* з центральною лексемою *room* були віднесені 5 лексем, які утворюють дальню периферію: *bathroom, bedroom, dining room, guest room living room, study*.

Дальню периферію складало також мікрополе, що складається з 13 лексем з семантичним центром *problem: complaint, corruption, crime, damage, disturbance, incident, murder, report*.

Дальню периферію складало і мікрополе *hotel interior*, центральна лексема якого *interior*. У мікрополе увійшли 28 лексем: *air conditioner, armchair, bathtub, bed, bin, cabinet, chair, chandelier, clock, column, counter, carpet, cupboard, desk, door, drawer, hand-basin, hanger, lamp, ledge, mirror, shower, sofa, stool, table, telephone set, television, window*.

9 лексем увійшли в мікрополе *hotel work* з центром *work*, що відноситься до дальньої периферії поля: *to fire, to earn, to hire, to house, to invest, to promote, to reorganize, to run, to serve*. Серед окремих елементів даного мікрополя існують антонімічні відношення: *to hire—to fire*.

До мікрополя *hotel finance* входять 7 лексем: *balance sheet, bill, charge, mortgage, profit, revenue, salary*. Мікрополе становить дальню периферію.

Отже, семантичне поле «ГОТЕЛЬНА СПРАВА» – це комплексне поле, що складається з ядра, центра поля, периферії.

Список літератури

1. Lipka L. Niemeyer M. An Outline of English Lexicology [Lexical Structure, Word Semantics, and Word Formation]. Tübingen : 1992, 210 p.
2. Mansouri A. H. Semantic field theory and the teaching of English vocabulary. University of Sheffield, 1985. 215 p.

**Лексичні та синтаксичні особливості перекладу
новели Т. Манна «Тоніо Крегер»**

Метою даного дослідження є виявлення основних лексичних та стилістичних особливостей перекладу новели Томаса Манна «Тоніо Крегер».

В процесі дослідження було сформульовано наступні завдання: дослідити особливості перекладу літератури другої половини XIX століття, описати типові труднощі, що виникають під час перекладу художніх творів, дослідити особистий стиль автора та перекладача, проаналізувати особливості перекладу на лексичному та стилістичному рівнях.

Актуальність дослідження зумовлена недостатнім вивченням особливостей перекладу німецької художньої літератури українською мовою, а також сучасними підходом до перекладу, який полягає не лише у передачі змісту оригіналу, але й оптимальним відтворенням лексичних та стилістичних характеристик тексту.

Для вирішення поставлених завдань було застосовано комплексну методикау дослідження. Основними методами аналізу в стали зіставний (порівняння тексту-оригіналу з текстом-перекладом), дедуктивний (окреслення особливостей перекладу лексичних та семантичних елементів твору) та описовий (висвітлення відомостей про особистий стиль автора, відомості про твір та його переклади) методи.

Новизна дослідження полягає в тому, що було вперше здійснено спробу охарактеризувати лексичні та стилістичні особливості перекладу новели Т. Манна «Тоніо Крегер» з німецької на українську мову.

Матеріалом для аналізу став переклад новели «Тоніо Крегер», здійснений Євгеном Поповичем. Його переклади характеризуються художнім смаком, вдалим підбором лексичних відповідників, вмінням передати специфічні одиниці, що характерні німецькій мові, українськими відповідниками.

Зокрема перекладач активно використав стратегію одомашнення, для того, щоб адаптувати твір під українського читача. Йому вдалося передати розмовний стиль за допомогою вдалого використання просторіч («причандаля», «вибалакатись», «реготати», «торохтіти») [1]. Під час дослідження, було простежено особливість Євгена Поповича у наданні образам додаткової конотаційної забарвленості, наприклад додавання порівняння, властивого виключно українській мові: «*Das sehe ich genau, daß Sie heute geladen sind*» [2, с. 27] – «Я ж добре бачу, що ви сьогодні - як бочка з порохом» [1, с. 57]. Окрім цього було підмічено вміння перекладача знаходити нестандартні рішення і відступати від шаблонності: «*Er empfand Schmerz*» [2, с. 4] – «У нього було тяжко на серці» [1, с. 5]. Євген Попович вдається до перефразування або доповнення змісту оригіналу, часто тяжіючи до поетичності: «*...in seiner durcharbeiteten Stirn*» [2, с. 26] – «Його пооране зморшками чоло» [1, с. 54]. На синтаксичному рівні автор перекладу також використовує різноманітні трансформації, як от членування чи об'єднання речень.

Отже, переклад художніх творів вимагає дотримання багатьох особливостей. Окрім передачі змісту тексту оригіналу важливо зберегти ідіостиль автора. Тому перед перекладачем постає завдання підібрати найбільш влучні відповідники в мові перекладу, аби компенсувати брак розуміння мови оригіналу читачем, але при цьому не внести суттєвих змін у текст оригіналу задля того, щоб зробити його зрозумілим для читачів мови перекладу.

Список літератури

1. Манн Т. Тоніо Крегер. *Зарубіжна проза першої половини ХХ сторіччя*: новели, повісті, притчі (укл. Б. Я. Бігун) : посіб. для 11 кл. / Пер. з нім. Євгена Поповича. Київ : Навчальна книга, 2002. 145 с.
2. Mann T. Tonio Kröger / Texte moderner Autoren / Hrsg. von S. Fischer Verlag AG. Berlin, 1992. 71 S.

Вікторія Мацалковська

Науковий керівник - асист. Федич Г.Д.

Особливості використання автентичної літератури на уроках з іноземної мови у старшій школі

Метою дослідження є виявлення особливостей використання автентичних матеріалів на уроках іноземної мови у старшій школі та їхня роль у навчально виховному процесі учнів.

Автентичні матеріали – це матеріали, взяті з оригінальних джерел, які характеризуються природністю лексичного наповнення та граматичних форм, ситуативної адекватністю використовуваних мовних засобів, що ілюструють випадки автентичного слововживання, і які, хоча і не призначені спеціально для навчальних цілей, але можуть бути використані при навчанні іноземної мови [1].

Автентичні матеріали можуть бути поділені на наступні категорії [2]:

- Реалії (предмети дійсності)
- Друковані матеріали (книги, газети тощо)
- Зображення (фотографії, плакати, афіші тощо)
- Мультимедіа (CD, DVD, комп'ютерні ігри тощо)

Обираючи автентичні матеріали для уроку, важливо підібрати матеріали відповідно до віку та рівня знань учнів. Зважаючи на це, можна віднести вище зазначені категорії автентичних матеріалів до наступних рівнів знань іноземної мови [3]:

- Початковий рівень: листівки, розклад транспорту, меню, короткі заголовки, аудіо- та відео реклама;
- Середній рівень: довші статті, чотири- або п'ятихвилинні телевізійні або радіо новини, більша кількість коротких записів або навіть цілі телевізійні програми, якщо авторські угоди це дозволяють;
- Високий рівень: всі доступні матеріали.

В процесі дослідження було виявлено, що понад 60% учасників експерименту вважають автентичні матеріали занадто складними та не продуктивними для вивчення англійської мови, навіть у старшій школі. Таким чином, завданням дослідження було ознайомити учнів з чималою варіативністю автентичних

матеріалів та проаналізувати результати впливу автентичних матеріалів на розвиток навичок слухання і читання в учнів;

Вже після першого уроку, що був спрямований на розвиток навичок слухання, понад 80% учасників змінили свою думку про автентичні матеріали, оскільки вони допомагають збагатити словниковий запас, а також дають змогу практикувати мову ситуативно і розвивати правильну вимову.

Однак, вже на уроці читання були виявлені проблеми роботи з автентичними матеріалами. Запропонована стаття містила зразки наукової термінології, що ускладнило сприйняття учнями змісту статті (40% інформації з тексту залишилося незрозумілою і потребувала додаткового пояснення), в порівнянні з спеціально розробленими матеріалами, де лексичне наповнення та граматики адаптовані до рівня знань мови учнями.

Отже, беручи до уваги вище зазначені дані, можна зробити висновок, що автентичні матеріали не можуть бути основним джерелом інформації для вивчення англійської мови учнями старшої школи. Оскільки вони містять значну частку лексики та граматики, що не відповідає рівню знань учнів загальної освітньої школи. Проте, разом з цим, піддавшись адаптації, вони можуть розглядатися як додаткове джерело матеріалів, що дають змогу спостерігати практичне використання мови самими носіями, практикувати її разом з ними, підвищують мотивацію учнів, збагачуючи їхні знання.

Список літератури:

1. Жогліна Г.Г. Розвиток умінь комунікативної компетенції на основі використання автентичних відео документів : підручник. Пятигорськ, 1998. 20 с. URL : <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/AF.pdf> (дата звернення 09.02.2021).

2. Коротка Н. В. Роль автентичних матеріалів в вивченні ділової англійської мови. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*.2018. № 10. URL : <https://eprints.oa.edu.ua/7781/1/32.pdf> (дата звернення: 09.02.2021)

3. Shepherd S. Using authentic materials. *British Council*.: веб-сайт. URL : <https://www.teachingenglish.org.uk/article/using-authentic-materials> (Last accessed: 09.02.2021)

Олена Медіна

Науковий керівник – асист. Москаль Т. Д.

Змішане навчання: переваги та недоліки

Вплив пандемії COVID-19 на освіту найближчими роками буде вивчатися представниками багатьох наукових галузей. Терміновий перехід на онлайн-навчання викликав неоднозначну реакцію навіть серед тих, хто не є учасником освітнього процесу.

Термін “змішане навчання” (в англійській літературі — blended або hybrid learning) має різні тлумачення в літературі. Загалом це — поєднання офлайн- (або особисто, “на місці”) та онлайн-навчання у різних пропорціях. Змішане навчання передбачає можливість працювати з викладачами аудиторно, а також використовувати різні види діяльності за допомогою різних веб-ресурсів для дистанційного навчання. Змішане навчання можна оптимально використовувати в університетах завдяки перегляду основних навчальних активностей, ознайомленню з новим матеріалом в дистанційному режимі з наступним його обговоренням в аудиторії. Коли студенти отримують лекцію поза аудиторією, вони можуть використати аудиторний час більш ефективно. Наприклад, за рахунок обговорення отриманого матеріалу в групах студентів.

На думку деяких науковців, «навчальні матеріали, доступні в різних форматах, можуть допомогти максимізувати залученість студентів до навчального процесу» [1]. Науковці звертають уваги на такі переваги змішаного навчання, як можливість глибшого занурення в предмет, а також збільшення можливостей для творчості. Експерти Всесвітнього економічного форуму зробили наступний висновок: «Інтернет-навчання допомагає отримувати більше інформації, робити все швидше. А це означає, що, ймовірно, зміни в галузі, запроваджені через COVID-19, залишаться, коли пандемія закінчиться» [2].

Впродовж останнього року відбувається найбільший online-рух в історії освіти. Маючи певний досвід такого навчання, проаналізуємо його переваги і недоліки. Безумовною перевагою змішаного навчання є зменшення дистанції між викладачами і

студентами. Також навчання перетворюється на студентоцентроване (на протигагу попередньому типу – орієнтованому на викладача). Модель змішаного навчання підтримує диференційоване навчання, оскільки студенти можуть вивчати лекційний матеріал у власному темпі. Можливість ознайомлення з новим матеріалом в дистанційному режимі з наступним обговоренням в аудиторії сприяє формуванню навичок співробітництва, критичного мислення, комунікації; викладачі можуть створити відеозаписи лекцій і надавати до них доступ студентам. Найважливішою перевагою змішаного навчання є можливість індивідуальні завдання кожному студенту, що відповідає його потребам.

Недоліком є зменшення можливостей спілкування, яке відбувається в стінах університетів і відіграє важливу роль у житті студентів. Ті соціальні навички, яких набувають студенти під час аудиторного навчання, допомагають їм розвинути в соціальному плані, формують впевненість, незалежність. На жаль, не всі студенти мають власний комп'ютер, і це позбавляє їх доступу до якісної освіти. Проблемою є також недостатній рівень технологічної грамотності викладачів, особливо старших вікових груп. Недоліком є перевагою як викладачів, так і студентів, оскільки змішане навчання вимагає застосування більшої кількості часу та зусиль.

Отже, як і будь-який інший метод, змішане навчання має свої переваги та недоліки. Поєднання самостійної роботи та аудиторного навчання може бути корисним, але лише при збалансованому застосуванні. Так чи інакше, змішане навчання – це реальність, яка прийшла до нашого життя і навряд чи зникне.

Список літератури

1. Lloyd-Smith L. Exploring the Advantages of Blended Instruction at Community Colleges and Technical Schools. *MERLOT Journal of Online Learning and Teaching*. Vol. 6, No. 2, June 2010. P. 508-514. URL : https://jolt.merlot.org/vol6no2/lloyd-smith_0610.pdf (дата перегляду 13.02.2021)
2. The COVID-19 pandemic has changed education forever. This is how. URL : <https://www.weforum.org/agenda/2020/04/coronavirus-education-global-covid19-online-digital-learning/> (дата перегляду 13.02.2021).

Ірина Мельник

Науковий керівник – доц. Шумейко О.В.

Особливості перекладу кінотекстів

(на матеріалі міні-серіалу «Добрі Передвісники»)

Переклад фільмів – це особливий вид художнього перекладу, метою якого є «здійснення повноцінної міжмовної естетичної комунікації шляхом інтерпретації вихідного тексту, реалізованої в новому тексті іншою мовою» [5, с.117]. Важливу роль у перекладі кінематографічного тексту відіграє врахування специфіки мови кіно. Винятковість кінематографічного мовлення полягає у використанні елементів всіх стилів, тому окрім емотивних, образних, стилістично маркованих мовних засобів експресивною може виявитися будь-яка нейтральна мовна одиниця. Зазначене залежить від мети автора та контекстуальної ситуації.

Мета дослідження – виявити та описати особливості перекладу кінотекстів при здійсненні англійсько-українського перекладу міні-серіалу «Добрі Передвісники».

Для створення більш виразного та образного тексту, в кіно нерідко використовують гру прямого та переносного значення. Наприклад, в міні-серіалі «Добрі Передвісники» звертання «ангел» використовується в прямому значенні цього слова, адже один з головних героїв – Азірафаель – і справді ангел. Однак, при перекладі таких реплік, як «Get in the car, angel» та «Angel, I'm sorry. I apologize. Whatever I said I didn't mean it» [4], де використовується слово «angel», на перший погляд може скластися враження, що спілкується пара закоханих, а це не є дійсністю. Тому, перекладач повинен вміти передавати зміст мовних одиниць, вжитих в оригіналі, за допомогою відповідних засобів мови перекладу для створення аналогічного емоційного ефекту. Як справедливо зазначає Е. Журбіна «прекрасне рідко переходить з однієї мови в іншу, зовсім не втрачаючи своєї довершеності: що ж має робити перекладач? Знаходити у себе в уяві такі красоти, які могли б служити заміною, отже виробляти власне, як і краще» [1, с. 34-61].

Для багатьох контекстів існує достатня кількість нейтральних та емоційних слів, що дає можливість автору точно відобразити всі відтінки значення мовних одиниць та роз-

ставити акценти. Наприклад, одна і та ж людина може бути описана як «друг» (friend), або як «товариш» (comrade), або як «колега» (colleague) [2]. Вживання подібних аналогів слів при перекладі, формує відповідні враження глядача/читача про персонажа фільму/твору та впливає на розуміння змісту висловлювання.

У міні-серіалі «Добрі Передвісники» демон Кроулі каже: «I lost my best friend» [4], що при перекладі звучить як «Я втратив найкращого друга». У цьому випадку, вжито евфемізм в англійській та українській мовах для пом'якшення змісту висловлювання. Тобто, замість того, щоб сказати «My best friend died» – «Мій найкращий друг помер» було б доцільнішим автору вжити слово «lose» – втрачати [2]. Цей приклад підтверджує те, що головна мета використання автором емоційних слів при перекладі полягає в тому, щоб інтерпретувати виловлювання та застосувати принцип стилістичної компенсації. Як зазначає Г. Мірам, не метафору треба передавати метафорою, порівняння порівнянням, а усмішку – усмішкою, сльозу – сльозою і т. ін. [3, с.5-6].

З вищесказаного можна зробити висновок, що при перекладі кінематографічного тексту перекладач повинен застосовувати в мові перекладу або ті ж стилістичні прийоми, що й в оригіналі, або використовувати принцип стилістичної інтерпретації.

Список літератури

1. Журбина Е. И. Теория и практика художественно-публицистических жанров. Москва : Мысль, 1990. 399 с.
2. Кембриджський електронний ідіоматичний словник URL : <http://dictionary.cambridge.org/> (дата звернення: 8.02.2021)
3. Мірам Г. Э. Профессия: переводчик. Киев : Ника - Центр, 2004.160 с.
4. Full transcript of "Good Omens": episode 5, season 1 URL : https://sublikescript.com/series/Good_Omens-1869454/season-1/episode-5-The_Doomsday_Option (дата звернення: 8.02.2021)
5. O'Sullivan C. Translating popular film. Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2011. 243 p.

Олена Мельник
Науковий керівник – проф. Бялик В.Д.

Особливості вживання ідіом в англомовних медійних текстах

Фразеологізми вважаються однією з найцікавіших частин лінгвістики, оскільки вони яскраво виражають лексичні системи певної мовної спільноти. Їх використовуються для збагачення мови, за допомогою них можна висловити бажані емоції або точніше описати певну ситуацію.

Ужченко пропонує наступне тлумачення терміна «фразеологія»: 1) розділ мовознавства, що вивчає фразеологічну систему мови; 2) сукупність фразеологізмів у мові; 3) своєрідні засоби вираження думки, притаманні певній соціальній групі, якомусь авторові, діалекту тощо; 4) сукупність неширих пишномовних висловів, позбавлених внутрішнього змісту». Фразеологічна одиниця або ідіома – предмет вивчення фразеології.

З появою Інтернету засоби масової інформації стали найважливішою темою сучасного життя. Медіатекст спрямований не лише на формування аудиторії щодо подій у політичному, соціальному та економічному житті, а й на формування певної громадської думки та її норм через засоби масової інформації. Цього можна досягти за допомогою ідіоматичних одиниць, які зараз є предметом наукових досліджень. Вчені допомогли нам зрозуміти особливий статус ідіом у мовленні.

Ідіоматичні одиниці мають не лише експресивне забарвлення мови, але й збагачують наше розуміння навколишньої дійсності та значно доповнюють наш словниковий запас. За допомогою них, автор змушує читача співпереживати, схилитись до тієї чи іншої думки. Журналісти часто використовують фразеологічні одиниці, щоб краще виразити емоційний стан людини. Для прикладу: *have butterflies in one's stomach* – хвилюватись, нервувати; *have one's head in the clouds* – бути розсіяним; *have a strong stomach* – мати сталеві нерви; *have a heart of gold* – бути щирим; *be at the end of one's rope* – бути в безпорадному стані.

вищі; *lose one's heart* – занепадати духом; *be full of beans* – бути у піднесеному настрої; *have a nose for something* – мати добре розвинену інтуїцію.

Актуальність роботи зумовлена необхідністю адекватного перекладу ідіом в англомовних медійних текстах. Крім того, актуальність дослідження визначається такими додатковими факторами у сфері перекладу ідіоматичних виразів, як:

1) потрібність всебічних та глибоких теоретичних досліджень щодо перекладу ідіом в англомовних медійних текстах;

2) необхідність визначити позицію та роль вираження ідіоми у сучасних дослідженнях перекладу.

Отже, виходячи з вищезазначеного, можна зробити наступні висновки:

1. ідіоми не можуть бути просто допоміжними засобами, вони успішно використовуються в засобах масової інформації для кращого впливу інформації на аудиторію;
2. використання ідіоматичних одиниць може підвищити конкурентоспроможність ЗМІ;
3. ідіоми широко використовуються у загальному дискурсі та особливо в засобах масової інформації.

Список літератури

1. Карабан В. І., В'ячеслав Карабан, Джеймс Мейс. Теорія і практика перекладу з української мови на англійську мову / *Theory and practice of translation from Ukrainian into English*: посіб.-довід. Вінниця : Нова книга, 2003. 606 с.
2. Коломієць Л. В. Українська словесність в англомовних джерелах: перші літературно-критичні публікації та переклади. *Ду-вослово*. 2000. С.7–10
3. Ужченко, В. Д. Фразеологія сучасної української мови: навчальний посібник. Київ : Знання, 2005.

**Цитування у заголовках сучасної англомовної преси
та особливості його перекладу українською мовою**

Дослідження стилістичного прийому цитації відноситься до актуальних проблем функціональної текстології. Стилiстичний прийом цитації досить популярний в сучасній газетній публіцистиці, про що свідчить високий рівень частоти цитування з різних джерел. Найбільш яскраво даний прийом проявляється у газетних заголовках.

Цитування у ГЗ є актуальною темою сьогодення, адже у газетно-публіцистичному стилі все частіше зустрічаються латентні цитати, для розуміння яких потрібна теоретична обізнаність у даному питанні.

Дане дослідження присвячене цитуванню у заголовках сучасної англомовної преси. Адже саме заголовок відіграє важливу роль, тому що основною темою є встановити контакт з читачем, привернути його увагу, викликати зацікавленість до теми матеріалу, що публікується. Газетний заголовок – цілісна одиниця мови, що стоїть перед текстом, що є назвою тексту, яка вказує на вміст цього тексту і відокремлює даний відрізок мовлення від інших. [2]

Метою даного дослідження є теоретичне обґрунтування та практичний аналіз використання різних видів цитат у ГЗ та детальний аналіз перекладацьких трансформацій при перекладі цитат у ГЗ, використовуючи цитати у BBC”, “The Guardian”, “Los Angeles Times”, “The New Yorker”, “The Telegraph”, “The New York Times” та ін. (2015- 2020 pp.).

Газетно-публіцистичному стилю притаманне широке використання суспільно-політичної лексики, чітко сформу-

льованих політичних гасел та закликів, риторичних питань, урочистих висловлювань, засобів гумору, сатири.

Основні риси газетно-публіцистичного стилю:

- логічна чіткість синтаксичних конструкцій;
- ретельно продумане вживання слів;
- використання різних виразних та зображальних засобів [1]

При дослідженні виявлено, що газетні заголовки класифікують відповідно до їх повно- чи неповноінформативності. Виокремлено наступні функції газетного заголовка: прагматичну, комунікативну, номінативноінформативну, емотивну. Цитатою в широкому значенні є будь-який елемент чужого тексту, включеного до авторського тексту. Цитація виконує інтертекстуальну функцію, тобто функцію об'єднання «старого» і «нового» тексту, підключає авторський текст до чужого.

Отже, проаналізувавши особливості перекладу цитат у ГЗ, з'ясовано, що найбільш поширеними перекладацькими трансформаціями є лексичні, граматичні, і найменш поширеними трансформаціями є стилістичні. Перспективним вважаємо особливості цитат в інших дискурсах.

Список літератури

1. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – Москва : Искусство, 1979. 423 с.
2. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. Москва : Русский язык, 2000. С. 504.

Діана Мицкан
Науковий керівник – проф. Бялик. В. Д.

Терміносистема vs. термінологія

Незважаючи на те, що питання розмежування понять «*термінологія*» та «*терміносистема*» точиться ще з часів появи термінознавства (30-ті роки ХХ століття), науковці не дійшли одностайної думки з його приводу і донині. Саме цей фактор і визначає *мету* розвідки, що полягає у

У науковій літературі існують різні підходи до розуміння понять «терміносистема» та «термінологія». Ці поняття диференціюються та розрізняються за критеріями: *свідомості – стихійності, впорядкованості – невпорядкованості, системності – асистемності* [1, с. 32-35; 3, с. 32-34]. В. М. Лейчик визначає, що при формуванні терміносистем важливим є фактор усвідомленості цього процесу, в той час як термінології формуються стихійно [2, с. 32]. Відзначаючи принципів розбіжності між вказаними поняттями, В. М. Лейчик також відзначає, що «термінологія формується поступово, разом із відповідною галуззю знань і системою її понять, і не виступає закінченою системою; про терміносистему ж говорять лише тоді, коли система понять відповідної галузі вже склалася, а її термінологія пройшла етапи впорядкування, внормування, лексикографічної обробки» [1, с. 33]. Таким чином, терміносистема є, на думку науковця, результатом свідомого втручання науковців у корпус термінів, які склалися стихійно в певній сфері знань чи професійної діяльності [1, с. 34].

Внаслідок процесів впорядкування, стандартизації та систематизації термінології усуваються її недоліки та з'являється терміносистема – впорядкована множинність термінів із зафіксованими зв'язками між ними, що відображають зв'язки між термінованими поняттями. Отже, терміносистема репрезентує фрагмент «наукової картини світу», характеризується такими рисами як впорядкованість, відносна повнота та точність в позначенні наукових, технічних, професійних понять певної сфери.

Оскільки терміносистема *свідомо* конструюється з мовних одиниць у процесі формування положень спеціальної теорії чи галузі знань або професійної діяльності, змістова структура терміносистеми залежить від структури цієї галузі знань чи діяльності та від тієї теорії, що описує її. А. В. Суперанська розуміє *терміносистему* як впорядковану сукупність термінів, що адекватно виражає систему понять спеціальної сфери людської діяльності, між якими існує обов'язковий і невід'ємний зв'язок 4, с. 33]. Отже, терміносистема, на відміну від термінології, виступає складною усталеною *системою*, елементами якої є лексичні одиниці (слова та словосполучення) певної мови для спеціальних цілей, структура якої адекватна структурі системи понять спеціальної галузі знань чи діяльності, а функція полягає в тому, щоб слугувати її знаковою (мовною) моделлю.

Відзначаємо, що вперше питання про системність термінології було порушено Д. С. Лотте [3]. Науковець вважав, що про терміносистему як сформовану систему термінологічних одиниць можна говорити лише за умов дотримання наступних трьох вимог: терміносистема повинна базуватися на системі наукових (технічних) понять тієї галузі чи сфери, яку обслуговують її одиниці; ознаки чи поняття, що термінуються, необхідно виокремлювати, базуючись на класифікаційних схемах; терміни, що належать до однієї терміносистеми, повинні відображати спільність термінованих понять та їх специфічність [3, с. 32].

Список літератури

1. Лейчик В. М. Терминоведение: предмет, методы, структура : [3-е изд.]. Москва : Издательство ЛКИ, 2007. 256 с.
2. Лотте Д. С. Основы построения научно-технической терминологии : вопросы теории и методики. Москва : Просвещение, 1961. 158 с.
3. Суперанская А. В. Общая терминология : вопросы теории. Москва : Наука, 1999. 243 с.

**Лексичні трансформації при перекладі творів К. С. Льюїса
«Хроніки Нарнії»**

Хроніки Нарнії, безсумнівно, одне з найзнаменитіших творів Клайва Льюїса. Не зважаючи на те, що вони відносяться до жанру дитячих романів в манері фентезі, також користуються популярністю у людей різного віку. Однак мало хто замислювався над тим, що відомими книги стають не лише завдяки автору, але й людині, що її переклала. Для перекладу художніх творів, необхідно використовувати різні перекладацькі трансформації.

Суть лексичних трансформацій полягає в заміні окремих лексичних одиниць такими лексичними одиницями, які не є їх словниковими еквівалентами. [1]

Антонімічний переклад:

- “...it took Edmund and Lucy some time to find the others.” [2] → “...Едмунд та Люсі відшукали інших не одразу.” [3]
- “It was not surprising that when they found Lucy...” [2] → “Воно і зрозуміло, що коли Люсі нарешті було знайдено.”

Описовий переклад:

- “We met one another in there, in the wood.” [2] → “Саме там ми з Едмундом випадково натрапили одне на одного у самісіньких хащах тамтешнього лісу.” [3]

Декомпресія:

- “Tell us, Ed.” [2] → “– Справді, розкажи нам, Ед.” [3]
- “You didn’t think anything at all.” Said Peter.” [2] → “Та нічого ти не думаєш, – тільки й махнув рукою Пітер.” [3]

Компресія:

“The battle was all over a few minutes after their arrival.” [2] →
“За кілька хвилин бій скінчився.” [3]

Модуляція:

- *“Lucy remembered the precious cordial that had been given her for a Christmas present”* [2] → *“Її отоді Люсі чи не вперше за увесь час згадала про той цілющий бальзам, який отримала у подарунок від святого Миколая.”* [3]

Диференціація:

- *“. Once her wand was broken we began to have some chance”* [2] → *“Коли паличка розлетілася на тріски, у нас з’явилася надія.”* [3]

Отже, при перекладі творів, найчастіше використовувались такі трансформації: антонімічний та описовий переклад, модуляція та диференціація.

Художній переклад – це одночасно складний та багатогранний вид перекладу. Лексичні трансформації - невід’ємна частина і головний інструмент досягнення адекватного та еквівалентного перекладу художнього тексту.

Список літератури

1. Бархударов, Л. С. Контекстуальное значение слова и перевод. Выпуск 238/ Сб. науч. тр. Л. С. Бархударов; Моск. пед. ин-т иностр. языков. Москва, 2004. 240 с.
2. Льюїс, К. С. Хроніки Нарнії. Книга 2. Лев, Біла Відьма і шафа. Київ : “КМ-БУКС”, 2017. 176 с.
3. Lewis, C.S. The Chronicles of Narnia /The Lion the Witch and the Wardrobe. Harper Trophy published, 2002. 175 p.

Лаура Мікайлу

Науковий керівник – асист. Стерлікова М.С.

Лексико-семантичне поле COSMETOLOGY

на матеріалі постів з інстаграму

Метою роботи є дослідження лексико-семантичного поля концепту COSMETOLOGY у дискурсі соціальної мережі Instagram. Об'єктом лінгвістичних студій виступає теорія лексико-семантичного поля, висунутою Йостом Тріром у 1930 р [1].

Загальне визначення лексичної семантики було запропоновано Дж. Лайонсом: “Я пропоную визначити поняття *семантичної структури* з точки зору певних відносин, які існують між елементами в конкретній лексичній парадигмі. Серед них значаться відносини синонімії та гіперонімії, які, як прийнято вважати, підпадають під сферу дії теорії значень” [2]. Що стосується методів дослідження, сучасні вчені-мовознавці виділяють три основні підходи до визначення сутності та структури лексико-семантичного поля: ономасіологічний підхід, семасіологічний підхід та синтаксичний підхід.

У першому розділі нашого дослідження було розглянуто теоретичну основу лексичної семантики, а також внутрішню роботу алгоритмів соціальної мережі Instagram. Індустрія краси, по суті, досить обширна: вона включає в себе як косметичні послуги, так і продукцію. Виходячи з цього, ми дійшли висновку, що семантичне поле COSMETOLOGY об'єднує окремі лексеми (та їхні похідні) з фразами, які номінують це поняття. З метою спрощення розуміння взаємопов'язаних лексем, ми хотіли б розділити їх на кілька категорій:

- 1) *Продукт*: догляд за волоссям, догляд за нігтями, макіяж;
- 2) *Фахівці*: косметолог, естетолог, перукар, майстер нігтьового сервісу;
- 3) *Заклад*: школа манікюру, школа перукарського мистецтва, академія професійного навчання косметологів.

Для складання цього списку ми використали Google Ads SEO Keyword Tool, який особливо популярний у сфері дискурсу в соціальних мережах. Як відомо, цифровий маркетинг є ключо-

вим інструментом економічного майбутнього косметичних компаній.

Отже, *об'єктом нашого дослідження* є дискурс соціальної мережі (Instagram) та її зв'язок з лінгвістичними дисциплінами. *Предметом нашого дослідження* є лексико-семантичне поле концепту COSMETOLOGY та його репрезентація в Instagram. *Теоретична та практична важливість* дослідження зумовлена ретельним вивченням найближчих та найвіддаленіших периферичних лексичних елементів, які складають концепт COSMETOLOGY. *Матеріалом нашого дослідження* стали безліч постів на Instagram, в яких представлені косметологічні продукти і процедури.

Підбиваючи підсумки, слід пам'ятати, що дискурс соціальних мереж – динамічна і гнучка соціолінгвістична структура, яку можна інтерпретувати з точки зору різних дисциплін. Instagram є одним з соціальних медіа-додатків з найбільшим охопленням користувачів у світі. Завдяки особливому мовному стилю, який використовується в записах Instagram, можна провести всебічний лінгвістичний аналіз, присвячений лексико-семантичною елементу вищезазначених текстів.

Список літератури

1. Nerlich, B., Clarke, D.D. Semantic fields and frames: Historical explorations of the interface between language, action, and cognition. *Journal of Pragmatics*, 2000. 32(2), p.125-150.
2. Lyons J., 1970. New horizons in linguistics (No. 410 N4).

Ірина Мосяк
Науковий керівник – доц. Шиба А. В.

**Вербалізація концепту «Crime»
у художньому дискурсі**

Саме в останні десятиліття науковці демонструють інтерес до репрезентації концепту у художньому дискурсі.

Термін «концепт» є центральним в різних сферах лінгвістичної науки. Створення цього поняття пов'язане з виникненням розбіжностей у точному визначенні його вживання, змішуванням з іншими термінами.

«Концепт – оперативна змістовна одиниця пам'яті, ментального лексикону, концептуальної системи і мови, всієї картини світу, відображеної в людській психіці» [1, с. 30].

Якщо базуватись на семантиці латинського *conceptus*, що означає *збирати, представляти, формулювати, виникати*, можна звести ці значення до узагальненого – мислимий, який збирає в себе і позначає початок [1, с. 30].

З. Д. Попова зазначала, що важливо розуміти концепт не тільки як елемент пам'яті, але й мислення, оскільки основною функцією концепту є забезпечення процесу мислення. Концепт також виконує функцію зберігання інформації [2, с. 24].

Питання щодо художнього дискурсу завжди було дискусійним, наголошувалось на тому, що художньому тексту не притаманний дискурс, адже неможливо уявити створення художнього тексту як складову одного комунікативного акту. Особливість художнього дискурсу полягає в тому, що на відміну від інших видів цей дискурс володіє креативною дійсністю. Процес створення відбувається під дією творчої уяви і енергії автора, що свідчить про його вигаданий характер [3, с. 485].

Варто зазначити, що художньому дискурсу притаманне відтворення конкретної культури на певному етапі розвитку. Також це яскраво відображено в мові художнього дискурсу. Таким чином, читач ніби поринає в атмосферу тієї дійсності, яку вимальовує автор. Ми можемо простежити стиль автора у виборі теми, проблеми, сюжету, образу [4, с. 250].

Концепт може виражати своє значення через слово, а може й зовсім не мати словесного вираження. Таким чином постає

питання вербалізації, або ж мовної об'єктивації чи мовної репрезентації концепту [5, с. 36].

Концепт може бути виражений у мові:

1) *лексемами та фразеологізмами, які входять до складу лексико-фразеологічної системи мови;*

2) *словосполученнями;*

3) *структурними схемами речень;*

4) *текстом або сукупністю текстів* [5, с. 37].

Лексема «злочин» відіграє ключову роль в детективних оповіданнях і є елементом, що утворює ядро концепту. Також цей концепт поділяється на велику кількість субконцептів. Понятійним складником назви концепту є, відповідно, лексема *сгіме*, яка має ряд значень та бере участь в утворенні словосполучень. Слово *сгіме* має такі значення як *обвинувачення, провина*, проте основним є *«правопорушення»*. Підсумовуючи, можна зазначити, що структура концепту «злочин» вражає своєю багатогранністю та багатокомпонентністю.

Отже, саме дослідження мовної репрезентації концепту допомагає простежити співвідношення мови і мислення, сприйнятті людиною мовних елементів.

Список літератури

1. Маслова В.А. Введение в когнитивную лингвистику : учебное пособие. Москва : Флинта: Наука, 2004. 296 с.
2. Попова З.Д. Когнитивная лингвистика. Москва, 2007. 314 с.
3. Гуо Х. Особенности дискурса художественного произведения. *Молодой ученый*. 2017. № 20(154). С. 483–486.
4. Дымарский М. Проблемы текстообразования и художественный текст (на материале русской прозы XIX – XX вв.). Санкт – Петербург : Издательство Санкт – Петербургского университета. 1999. С. 284.
5. Попова З. Д., Стернин И. А. Очерки по когнитивной лингвистике. Воронеж : Истоки, 2001. 191 с.

Застосування перекладацьких антонімічних трансформацій при перекладі художнього твору з англійської мови на українську

У процесі перекладу з однієї мови на іншу часто виявляється неможливим застосування іншомовних слів та виразів, представлених у словниках, для передачі відповідних контекстуальних значень лексичних одиниць. У таких випадках застосовується трансформаційний вид перекладу, який полягає в перетворенні внутрішньої форми слова або словосполучення, або ж її повній заміні для адекватності передачі змісту висловлення.

Мета дослідження – проаналізувати перекладацькі антонімічні трансформації, які використовуються при перекладі роману Джорджа Мартіна «Гра престолів» з англійської мови на українську.

Переклад є відтворенням оригіналу засобами іншої мови із збереженням єдності змісту і форми, яку можна досягти цілісним відтворенням ідейного змісту оригіналу та характерною для нього стилістичною своєрідністю. Зіставлення засобів різних мов, навіть найбільш віддалених, можливе лише шляхом зіставлення функцій, які вони виконують. Відповідно до цього, точність перекладу полягає у функціональній, а не формальній відповідності оригіналу.

Антонімічний переклад – це прийом перекладу, який полягає у заміні поняття, вираженого в тексті оригіналу, протилежним [3, с. 188]. За твердженням В. Комісарова, сутність прийому антонімічного перекладу полягає у використанні у тексті перекладу слова або словосполучення, яке має значення, протилежне значенню відповідного англійського слова або словосполучення, вжитого в оригіналі [1, с. 357]. Наприклад, українські слова *любити*, *подобатись* є прямими відповідниками англійських дієслів *to love*, *to like* та антонічними відповідниками дієслів *to hate*, *to dislike*.

Необхідність застосування антонімічного перекладу пов'язана ще й з тим, що в сучасній англійській мові для утворення антонімів широко використовуються заперечні префікси. Зважаючи на те, що в англійській мові заперечні префікси не збігаються за формою із заперечною часткою *not*, слова з такими префіксами поєднуються із іншими заперечними частками відповідно. Часто саме це й робить неможливим безпосередній переклад слова за допомогою заперечного префіксу в українській мові. Оскільки найпоширеніший в українській мові префікс «не» збігається за формою із відповідною заперечною часткою [3, с. 200].

Антонімічний переклад часто буває найбільш зручним прийомом передачі смислового та стилістичного значення багатьох виразів. Про це свідчать такі приклади з матеріалу нашого дослідження: “Take your time” [4, с. 142] – “Не поспішайте” [2, с. 221]; “Take it easy” [4, с. 334] – “Не хвилюйтеся” [2, с. 408]; “Mind your own business” [4, с. 511] – “Не твоя справа!” [2, с. 598].

Антонімічний переклад у більшості випадків є одним із можливих варіантів перекладу, але у наведених прикладах вважаємо його найдоречнішим.

Отже, антонімічний переклад є контекстуальним та одним із найгнучкіших способів передачі відтінків значень лексичних одиниць з однієї мови на іншу. Зважаючи на це, для перекладача важливим є вміння застосовувати антонімічний переклад, особливо у тих випадках, коли в українській мові немає точного словникового відповідника англійській лексичній одиниці.

Список літератури

1. Комиссаров В. Н. Слово о переводе. Москва : Наука, 1973. 427 с.
2. Мартін Дж. Р. Р. Гра престолів / пер.: Н. І. Тисовська. Київ : Країна Мрій, 2013. 800 с.
3. Миньяр-Белоручев Р. К. Теория и методы перевода. Москва : Московский лицей, 1996. 188 с.
4. Martin G. R. R. A Game of Thrones. New York City : Bantam Spectra, 1996. 694 p.

Функціональні властивості прислів'їв та приказок

Прислів'я і приказки належать до малих жанрів усної народної творчості. Хоч ці твори короткі, на один-два рядки, але вони мають усі ознаки і особливості справжнього мистецтва. В них відображена багатовікова мудрість народу, практичний досвід трудящих мас у різних сферах людської діяльності, розкрито різноманітні явища суспільного життя і природи, передано горе і радість людини, її мрії і прагнення.

Прислів'я, короткий народний вислів з повчальним змістом, наприклад: *Краще страждати за правду, ніж гарздувати брехнею.*

Приказка-влучний (часто римований) вислів, близький до прислів'я, але без притаманного прислів'ю повчального змісту, наприклад: *Без вірного друга — велика туга.* Прислів'я і приказки — це стійкі афористичні вислови, що у стислій, точній формі висловлюють думку про певні життєві явища, реалії дійсності.

Якщо зміст поняття «прислів'я» вважають більш-менш окресленим, то термін «приказка» і до сьогодні тлумачиться по-різному. Більшість лінгвістів сходиться на тому, що приказка висловлює незавершену думку, є частиною судження, яке має форму незамкненого кліше. Іноді актуалізуються твердження про те, що за змістом така паремія завжди однопланова, а класично правильна приказка передає тільки прямий зміст висловлення і що приказкові паремії можуть бути реалізовані в мовленні тільки в контексті.

Прислів'я та приказки в переважній більшості створюються самим народом. Їхніми джерелами були відомі народні пісні, казки, байки, анекдоти. В англійській мові багато прислів'їв і приказок було популяризовано або створено відомими письменниками та поетами. Іншим важливим джерелом англійських прислів'їв є запозичення з інших мов. Безумовно, існує багато запозичень прислів'їв з Біблії.

У сучасній науці паралельно із термінами «прислів'я» і «приказка» на означення жанру вживається термін «паремія» (від гр. paroimia – притча). Від цієї лексеми утворилися поняття «пареміографія» –

записування, збирання прислів'їв та «пареміологія» – наука про прислів'я, їх дослідження, пояснення [2, с. 32]. Проте обидва терміни часто вживаються паралельно.

Усі прислів'я можна поділити за значеннями на такі категорії: прислів'я з прямим значенням; прислів'я з прямим і переносним значенням; інакомовлення або прислів'я з переносним значенням [1, с. 32].

Прислів'я з прямим значенням : «Любиш їздити — люби і саночки возити». Він є цілком зрозумілий і не потребує роз'яснень.

Прислів'я з переносним значенням : «Не той друг, хто медом маже, а той, хто правду каже». В цьому прислів'ї ми не маємо на увазі ні мед, ні будь-які солодощі, а розуміємо, що «солодкі»—це приємні, але неправдиві слова, яким не слід вірити.

Відтворення прислів'їв і приказок складає особливу перекладацьку проблему. На відміну від фразеологізмів, еквівалентних слову, у прислів'їв і приказок образний зміст, тобто їхня внутрішня форма зазвичай зберігає свою значущість. Вони функціонально дієві. Носії мови не тільки знають сенс прислів'я і ситуації, в яких їх слід вживати, але й сприймають образ, метафору, порівняння, що формує прислів'я.

Список літератури

1. Верещагин Е. М., В. Г. Костомаров Лингвокраеведческая теория слова. Москва : Русский язык, 1980. 435 с.
2. Молотков А. И. Основы фразеологии русского языка. Ленинград : Госкнига, 1977. 109 с.

Мовна гра як засіб інтенсифікації навчального процесу

В епоху бурхливого розвитку технологій, збільшення обсягу інформації, що надходить із зовнішніх джерел, проблема активізації пізнавальної діяльності учнів у шкільному навчанні стає однією з найпіоритетніших. Максимальний розвиток творчого підходу до будь-якої діяльності, розвиток ініціативи, активності і самостійності є вимогою сьогодення. Початок формування зазначених якостей має закладатися в школі. Сучасне покоління школярів вимагає особливого підходу та інновацій в організації навчального процесу. Тому учителю вкрай важливо постійно перебувати у пошуку нових ігрових методів.

Низка вітчизняних та іноземних дослідників вважають, що ігри є ідеальним інструментом для формування і покращення творчих та пізнавальних здібностей учнів, служать ефективним інструментом для розвитку комунікативної навички [2; 3; 4].

На разі існує багато визначень у галузі методики і більшість з них включає однакові елементи. Для порівняння та зіставлення наведемо декілька. Гра – це діяльність, в якій учні, співпрацюють або змагаються, аби досягти цілей, дотримуючись визначених правил [5].

Проаналізувавши різні джерела інформації, ми виокремили п'ять основних аргументів, що підсилюють цінність ігор у навчальному процесі:

- вивчення мови у контексті;
- елемент розваги підсилює мотивацію та участь учнів;
- варіація – широкий вибір ігор різного змістовного наповнення та цільового спрямування
 - універсальність – більшість ігор можуть бути адаптованими відповідно до віку, потреб учнів та тематики;
 - забезпечують ефективне повторення і закріплення мовного матеріалу.

Видатні педагоги справедливо звертали увагу на ефективність використання ігор у процесі навчання. Зокрема, відомо

мий педагог-новатор А.С. Макаренко вважав, що гра забезпечує високу ефективність будь-якої діяльності і разом з тим сприяє гармонійному розвитку особистості, адже ‘хороша гра’ обов’язково передбачає докладання зусиль (фізичних, емоційних, інтелектуальних або духовних), додає радості (радість творчості, радість перемоги, естетична радість) і, крім того, накладає відповідальність на її учасників [2, с.53].

Л.С. Виготський, розглядаючи роль гри в психічному розвитку школярів, зазначав, що в зв’язку з переходом до школи гра не зникає, а навпаки, просочує всю діяльність учня. “У шкільному віці, гра не вмирає, а проникає в дійсність. Вона має своє внутрішнє продовження в шкільному навчанні і праці ...” [1, с. 48].

Саме тому мовні ігри на уроках вважаються потужним інструментом для покращення соціальних навичок учнів, надаючи практично необмежену можливість для створення вигаданих ситуацій – все, що вимагає вербальної і невербальної активності. Коли учні грають в ігри в парах або групах, вони мають можливість визнати та оцінити внесок інших та використовувати навички роботи у команді.

Отже, організація і проведення ігор сприяють швидшому і якіснішому запам’ятовуванню слів і синтаксичних конструкцій, що є необхідною передумовою формування мовленнєвої компетентності учнів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Виготский Л.С. Психология развития человека. Москва : Смысл, 2004. 1134 с.
2. Макаренко А. С. Гра. *Твори* : в 7 т. Київ, 1954. Т. 4. 525 с.
3. Сорока Т.В. Використання ігрових прийомів – шлях до підвищення ефективності вивчення англійської мови. *Англійська мова та література*. 2015. № 25 (26). С. 8–12.
4. Derakhshan, Ali “The Effects of Using Games on English Vocabulary Learning”. URL : <https://pdfs.semanticscholar.org/774c/2cae6b8aefbe2fdcf88c151d044.pdf>
5. Hadfield J. ‘Intermediate Vocabulary Games’. Pearson Education

Анастасія Осипчук
Науковий керівник – доц. Король А.А.

Особливості перекладу роману Сюзанни Шолль «Емма мовчить» у виконанні Нелі Ваховської

Переклад художнього твору – це завжди виклик для перекладача. Адже важливо не лише адекватно та доцільно передати зміст написаного, але й допомогти читачеві познайомитися з новою культурою та світом автора. Саме тому переклад вважається не лише явищем міжмовного, але й міжкультурного спілкування, в якому перекладач виступає в ролі провідника.

Роман «Емма мовчить» австрійської письменниці Сюзанни Шолль насичений великою кількістю реалій. Терміном реалія позначаю національно-специфічні одиниці суспільного життя [1, с. 47]. Така лексика вважається безеквівалентною, оскільки вона не відома мовній традиції будь-якої іншої культури. Події роману відбуваються у Відні, що впливає на вживання відповідної стилістично забарвленої лексики, для перекладу якої використовуються різні перекладацькі стратегії. До прикладу для перекладу побутової реалії *Punschkrapferln* використовується транскрипція з поясненням *кекс-пушикрапфен* [2, с. 58]. Для перекладу реалії на позначення популярної гри *Skip-Bo* перекладачка використовує функціональний аналог *кішки-мишки* [2, с. 109], який буде зрозумілим реципієнтові. Спостерігаємо разом з тим стратегію одомашнення, якою послуговувалась Н. Ваховська, з метою "пристосування" вихідного тексту до семіотичного універсуму культури-реципієнта.

З огляду на те, що у романі є велика кількість австрійських топонімів, важливо перекласти їх так, щоб у читача не виникало труднощів у розумінні. Саме тому Н. Ваховська використовує для перекладу переважно транскрипцію із пояснюючим коментарем (*nach Lignano – на Адріатику, в Ліньяно* [2, с. 108]; *in Reichenau – на острові Райхенау на Боденському озері*) [2, с. 137].

У романі наявна велика кількість евфемізмів, для перекладу яких перекладачка вжила еквівалентний евфемізм із культури реципієнта (*ums Leben kommen – ніти з життя*) [2, с. 65].

Н. Ваховська застосовувала зворотну стратегію, перекладаючи евфемізмом стилістично незабарвлену одиницю. Для перекладу лексеми *töten* – *вбивати* було використано евфемізм *обривати життя* [2, с. 37].

Фразеологізми у творах художньої літератури слугують створенню особливої атмосфери та настрою, для підсилення експресивності сказаного, крім того фразеологізми відображають історію народу, його неповторний розвиток. Саме тому передумовою вдалого перекладу фразеологічних одиниць є обізнаність перекладача про умови розвитку нації з усіма її особливостями. Найкращим шляхом для перекладу є збереження образу фразеологічної одиниці та пошук цілковитого еквіваленту (*dass sie da nur vom Regen in die Traufe gekommen wäre. – що вона би втрапила з дощу та під риневу*) [2, с. 100]. У випадках, коли еквівалент відсутній, Н. Ваховська послуговувалась стратегією пошуку фразеологічного відповідника, як наслідок змінювався образ фразеологічної одиниці, але дотримувалась функціональна відповідність (*wie heißt es immer – andere Länder, andere Sitten. – Як там кажуть, у чужій монастир...*) [2, с. 154]. Для перекладу фразеологізмів, які не мають ані відповідника, ані еквівалента у цільовій мові Н. Ваховська здійснювала переклад фразеологізму стилістично забарвленою нефразеологічною одиницею (*hat in seinem Kauderwelsch gesagt – проварнякав*) [2, с. 43].

Отже, під час перекладу творів художньої літератури перекладач стикається із численними проблемами та труднощами, які слід подолати шляхом використання тих чи інших перекладацьких стратегій. При цьому важливо зберегти функціональну відповідність, щоб твір викликав у читача такі ж емоції та думки, як і під час читання оригіналу.

Список літератури

1. Зорівчак Р. П. Реалія і переклад (на матеріалі англomовних перекладів української прози). Львів : Вид-во при Львів. ун-ті, 1989. 216 с.
2. Шолль С. Емма мовчить: роман / Сюзанна Шолль; переклад з німецької Нелі Ваховської. Чернівці : Книги – XXI; 2016. 176 с.

Особливості перекладу засобів комічного (на прикладі роману Георга Дроздовського „Тоді в Чернівцях і довкола. Спогади старого австрійця“ у перекладі Петра Рихла)

Серед перекладознавців до сих пір точаться дискусії щодо перекладності певних засобів комічного, зокрема каламбурів та промовистих імен. Тому необхідно досліджувати підхід різних перекладачів до перекладу цих засобів і виокремлювати способи перекладу, оптимальні за тих чи інших обставин. До того ж німецькомовна література Буковини, а особливо твори, які, як роман „Тоді в Чернівцях і довкола“, розповідають про життя за часів Австро-Угорщини, ще в минулому столітті розглядалася румунською та радянською владою як колоніальна, тому довгий час її замовчували. Через поєднання інформативності з цікавим комічним стилем оповіді роман Г. Дроздовського неодмінно повинен був стати доступним для українського читача. Тому, коли його український переклад вже існує, необхідно з'ясувати рівень його адекватності.

Матеріалом дослідження став роман Г. Дроздовського „*Damals in Czernowitz und rundum. Erinnerungen eines Altösterreichers*“ та його переклад українською мовою „Тоді в Чернівцях і довкола. Спогади старого австрійця“, виконаний П. Рихлом.

Мета дослідження полягає у визначенні особливостей та закономірностей перекладу засобів комічного в романі Г. Дроздовського „*Damals in Czernowitz und rundum. Erinnerungen eines Altösterreichers*“ залежно від впливу тих чи інших факторів, а також – у визначенні рівня адекватності тих чи інших перекладацьких рішень для реципієнта.

Найбільш вираженою особливістю роману „Тоді в Чернівцях і довкола“, як і багатьох інших творів Г. Дроздовського, є використання автором найрізноманітніших засобів комічного. Каламбури, неологізми, метафори, порівняння, перифраз або ж промовисті імена наявні чи не в кожному з 29 розділів роману,

що надає йому гумористичного або ж легкого іронічного забарвлення. Водночас такий стиль оповіді жодним чином не є проявом зверхності чи висміювання тих чи інших верств населення. Навпаки, таким чином автору вдалося створити легку й невимушену атмосферу в романі. В українському варіанті книги трапляється як вірний переклад, так і переклад з певними втратами. Зокрема, в перекладі каламбурів трапляються випадки як їх відтворення, так і опущення. Так, каламбур, заснований на римі, перекладач передає відповідно до задуму автора: „*Liebe und Hiebe*“ – „кохання і лупцювання“. Проте омоніми перекладач опускає: „*Väter und Vetter*“ [1, S. 29] – „батьки й кузени“ [2, с. 14]. Подекуди до причин таких опущень належить необхідність зберегти інформативність оригіналу. Крім того, для досягнення комічного, а зазвичай – саме іронічного ефекту, автор вдається до змішання мовних реєстрів, поєднуючи розмовний та високий стилі, або ж застосовує відтінки значень слів, невідповідні описуваній ситуації. Наприклад, роботу сміттяря в романі описано так: „...*eilen Frauen und Mädchen herbei, ihm ihre Gaben darzubringen...*“ [1, S. 91]. Перекладач переважно дотримується такого стилю оповіді: „...*вибігають жінки й дівчата, віддати йому дари свої...*“ [2, с. 99].

Отже, при перекладі засобів комічного необхідно забезпечити читачу той ефект, який наявний в тексті оригіналу. Зокрема при перекладі каламбурів, перекладач майже завжди повинен робити вибір між змістом та формою, тому відтворення цього засобу комічного часто є неможливим без певних втрат.

Список літератури

1. Дроздовський Г. Тоді в Чернівцях і довкола. Спогади старого австрійця/переклад з нім., післям. та глосарій П. Рихла. Чернівці : Книги – XXI, 2019. 288 с.
2. Drozdowski G. Damals in Czernowitz und rundum. Erinnerungen eines Altösterreichers/Vorwort von Helga Abret. Hrsg. Von Bernhard Albers. Rimbaud, 2013. 206 S.

Формування англомовної компетентності в діалогічному мовленні в учнів початкової школи

Зміни, які характеризують розвиток суспільства на сучасному етапі, вимагають пришвидшеного вдосконалення освітнього процесу. Важливого значення набувають питання й завдання комунікативного навчання іноземної мови, адже комунікативна компетентність виступає інтеграційною, направленою на досягнення практичного результату в оволодінні іноземною мовою, в пріоритеті – англійською.

Доцільно зазначити, що мова, будучи знаковою системою, реалізується через 2 основні форми, а саме: монологічну та діалогічну [5, с.40]. Варто зауважити, що діалогічне мовлення визнане складнішим за монологічне з ряду причин, проте, з точки зору послідовності в навчанні усному мовленню, перевагу слід надати саме діалогічному.

Вважаємо, що формування англомовної компетентності в діалогічному мовленні в учнів початкової школи є неможливим без чіткого розуміння сутності поняття «діалогічне мовлення». Так, на думку Вишневського О. І., «Процес навчання говоріння варто будувати в напрямі до монологу, а не навпаки. Діалогічне мовлення для того, хто навчається, є складнішим, ніж монологічне» [1, с.104]. При цьому, Галаєвська Л. та Черниш В.В. зазначають, що «Діалогічне мовлення – це процес мовленнєвої взаємодії двох або більше учасників спілкування»[2, с.11].

Карпенко Є.М. та Кльоц К.І. під англомовною компетентністю в діалогічному мовленні розуміють «здатність розуміння зв'язного тексту, підтримувати та розпочинати розмову, вести діалог, реалізовувати усно мовленнєву комунікацію у діалогічній формі в життєво важливих для певного віку сферах і ситуаціях спілкування відповідно до комунікативного завдання» [3].

Навчання учнів будувати різні види діалогів вимагає від них вміння орієнтуватись у мовленнєвій ситуації та на основі цього визначати тему, зміст та вид діалогу, підбирати засоби для

висловлювань. Діалогічне мовлення допомагає розвитку фантазії, творчості та уяви в учнів [4]. Завданням вчителя є створення навчальних ситуацій, підбір рольових ігор для ефективного навчання учнів англійської мови [6].

В умовах сьогодення, важлива організація раціонального навчального процесу формування англійської компетентності в діалогічному мовленні в молодших школярів, а процес навчання стає цікавим і захоплюючим для учнів, адже основною метою такого процесу виступає формування компетентної особистості, яка була б готова до розв'язання конкретних мовленнєвих, у тому числі діалогічних ситуацій як навчальних, так і життєвих.

Список літератури

1. Вишневецький О. І. Методика навчання іноземних мов : навчальний посібник. Київ : Знання, 2011. 206 с.
2. Галаєвська Л. Діалогічна компетентність: проблеми та перспективи. *Українська мова і література в школі*. 2016. № 1. С. 18-22.
3. Карпенко, Є. М., Кльоц, К. І. Використання подкастів у процесі формування діалогічної мовленнєвої компетентності учнів початкової школи на занятті англійської мови. *Напрями розвитку мовної освіти у XXI столітті*, 2018. URL : http://eprints.zu.edu.ua/26921/1/Карпенко_Кльоц_правка.pdf (дата звернення: 01.02.21)
4. Кузнецова Н. В. Методика навчання англійського діалогічного мовлення обдарованих старшокласників профільної школи : дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02. ДЗ "Південноукр. нац. пед. ун-т ім. К. Д. Ушинського". Одеса, 2014. 247 с.
5. Сарнацька Н. В. Досвід роботи з теми «Розвиток діалогічного мовлення на уроках англійської мови у початковій школі», 2020. URL : <http://school19.zp.ua/wp-content/uploads/2020/02/dosvid-roboty-uchytelya-Sarnatskoyi-N.V.-konvertirovan.pdf> (дата звернення: 02.02.21)
6. Черниш В. В. Навчання іншомовного діалогічного мовлення в аспекті компетентнісного підходу. *Іноземні мови*. 2012. № 4. С. 11-27

Дослідження способів перекладу французьких фільмонімів українською мовою

Кінематограф, як одна з найбільш визначних сфер нашого життя, з самого початку був оточений ореолом цікавості, навіть в гострі історичні моменти. Знаменитий французький режисер Рене Клер якось сказав: «Кіно було створено для натовпу, для людей, воно не може існувати без них» [18, С.151–152].

Популярність фільму часто починається з його назви, оскільки ефектним заголовком набагато легше зацікавити глядача, ніж повним описом змісту. «Заголовок – це художній образ твору, його візитна картка». [32, С.157].

Найголовнішими особливостями фільмонімів є їх лаконічна форма і знакова природа, а за своєю структурою вони часто виступають у словоформах, представлених іменниками у називному відмінку («Coursier» – «Кур'єр»), або у вигляді різноманітних словосполучень. Також можна зустріти ті, які за структурою складають просте односкладне речення («Jeune femme» – «Молода жінка»), чи просте двоскладне речення («L'amour dure trois ans» – «Кохання живе три роки»).

Номінативні речення можуть бути поширені і являти собою: означення («Belles familles» – «Зразкові сім'ї»); обставину («Ce qui nous lie» – «Повернення до Бургундії»); додаток («Les dents de la nuit» – «Вечірка вампірів»); іменники («L'agnacoeur» – «Серцеїд»); числівники + іменники («8 femmes» – «8 жінок»); конструкції, що складаються з двох номінативів, пов'язаних сурядним зв'язком («M. & Mme Adelman» – «Він і вона»); фільмоніми, які є односкладними реченнями, в яких головним членом виступає дієслово («Tu veux... ou tu veux pas?» – «Хочеш чи ні?»); фільмоніми, структура яких відповідає двоскладному реченню («Paris, je t'aime» – «Париж, я люблю тебе»).

Було виділено п'ять основних функцій фільмонімів (номінативну, рекламну, інформативну, прагматичну і прогностичну). Також існує класифікація, створена за когнітивно-

тематичним принципом [4, С.159–182], за якою заголовки поділяються на типи: людина («La doublure» – «Дублер»), час («9 mois ferme» – «9 місяців суворого режиму»), простір («Budapest» – «Шалений Будапешт»), подія («Mes tresors» – «Сімейне пограбування»), предмети («Les Tuche» – «100 мільйонів євро»).

У процесі перекладу необхідно приділяти значну увагу способам передачі змісту оригінальної назви або заміни її на більш прийнятну для країни, на мову якої робиться переклад, з огляду на культурологічні обставини та національні особливості, залишаючись якомога ближче до оригінальної ідеї. Основні вимоги до перекладу (**адекватність, варіативність та еквівалентність**) обумовлюють вибір відповідних засобів, таких як: транскрипція («Marguerite» – «Маргарита»), калькування («Fanfan la tulipe» – «Фанфан-тюльпан»), додавання («Les profs» – «Божевільні вчителі»), заміна («Jour J» – «Наречений на двох»). Іноді застосовують й непрямий переклад, вдаючись до смислової адаптації : «À bras ouverts» – «**Божевільні сусіди**». Перекладач має передати за допомогою засобів іншої мови цілісний зміст першотвору, зберегти стилістичні та експресивні особливості. Серед тенденцій перекладу назв фільмів можна відзначити прагнення до лаконічності, а адекватно перекладена назва фільму являє собою сконцентровану інформацію про сюжет або про головні ідеї і впливає на його подальший успіх.

Список літератури

1. Клер Р. Кино вчера, кино сегодня. Москва : Прогресс, 1981. 360 с.
2. Модестов В.С. Перевод названий : *Художественный перевод: история, теория, практика*. Москва : 2006. 463 с.
3. Бабенко Л.Г., Васильев И.Е., Казарин Ю.В. Лингвистический анализ художественного текста. Екатеринбург, 2000. 534 с.
4. Подимова Ю. М. «Назвы фільмів в структурно-семантичному та функціонально – прагматичному аспектах» URL : [http://cheloveknauka.com/nazvaniya –filmov –v –strukturno – semanticheskom –i –funktsionalno –pragmaticheskom –aspekta](http://cheloveknauka.com/nazvaniya-filmov-v-strukturno-semanticheskom-i-funktsionalno-pragmaticheskom-aspekta).

Руслана Паскар

Науковий керівник – доц. Сапожник І.В.

Особливості американського реаліті-шоу про здоровий спосіб життя *The Biggest Loser*

Мета роботи – описати загальні особливості 17 сезону американського реаліті шоу “*The Biggest Loser*” (2020 р.), присвяченого пропагуванню здорового способу життя.

«Телевізійне шоу – невід’ємний феномен сучасного суспільства. Сьогодні тільки в США транслюється більш сотні ток-шоу, хоча цей жанр передач з’явився лише у 1967 р.» [1].

Зав С.В. Лисицею, «реаліті-шоу — телевізійний жанр, різновид розважальної телевізійної передачі й он-лайн-трансляції. Сюжетом є демонстрація дій групи (або груп) людей у наближених до життя обставинах» [2, с. 267].

Серед американських «реаліті-шоу» про здоровий спосіб життя найпопулярнішим є “*The Biggest Loser*”: телевізійний конкурс, у якому змагаються реальні люди, що мають проблему із зайвою вагою.

Концепція його полягає в тому, що після тривалих кастингів добирається команда учасників, з якими працює команда тренерів (серед тренерів проекту 17-го сезону (2020 р.) називаємо Дженіфер Відерстром (Jennifer Widerstrom) та Долвета Куїнса (Dolvett Quince). Учасники, після виснажливої боротьби та виконання конкурсних завдань, повинні зважуватися. Той, хто схудне найбільше, стає переможцем телевізійного шоу й отримує грошовий приз. Наразі, телеведучим проекту є Боб Гарпер – колишній тренер проекту.

Епізоди (серії) побудовані за такою схемою:

Спокуса (Temptation). Це азартна гра, плюси якої часто невідомі учасникам. Зазвичай це обмін шансу з’їсти шматок калорійного торта на шанс подзвонити рідним або прочитати листи від них, тощо.

Виклик (Challenge). Учасники змагаються в командах та індивідуально. Призами є імунітет, дзвінки додому або вагові призи, які дозволяють тим, хто виграв, показати більшу втрату ваги

на зважуванні (*one-pound advantage*), а тим, хто програв – меншу (*three-pound disadvantage*).

Початкове тренування (Workout). На цьому етапі зазвичай розкриваються такі емоційні моменти в житті учасників, як втрата сім'ї (наприклад, смерть батька) або набуті фізичні вади (зазвичай, надлишкова вага, як наслідок переїдання).

Останній шанс на тренування (Last-chance workout). Воно як правило показане, як фінальна підготовка до зважування, що є справжнім випробуванням на витримку, оскільки учасники доведені тренерами до межі.

Зважування (Weigh-in). Усіх учасників зважують для визначення втрати ваги відносно їхньої початкової маси та загальної маси усієї команди (*lowest/highest percentage of weight loss*). Ті, хто скинули найменше ваги, можуть опинитися за жовтою лінією з шансом повернення, або за червоною лінією і бути позбавленими такого шансу.

Голосування (Elimination) проходить у їдальні, де розташовано холодильники з улюбленою їжею учасників. Учасники приносять з собою закриті таці з іменами тих, яких кого хочуть відправити додому. Після завершення їх проводжають додому та обговорюють свої успіхи у втраті ваги.

Логічним видається те, що найчастотніші словосполучення містять саме лексему *weight/weigh*. Так, найуживанішим виявилось словосполучення *current weight*, яке було використано ведучим 177 разів завдяки частому його повторенню для підтримання інтриги у процедурі зважування. Протилежне словосполучення *previous weight* виявилось дещо менш частотним (110 прикладів). Саму лексема *weigh-in* було вжито 84 рази, а дієслово *weigh in* 32 рази.

Таким чином, шоу "*The Biggest Loser*" має складну структуру, пропагує здоровий спосіб життя.

Список літератури

1. Кондратьева Н.Е., Мордовина Л.В. Ток-шоу как жанр современной массовой культуры. URL : <http://www.analiculturolog.ru> (дата звернення : 18.01.2021).
2. Лисиця С. В. Типологія програм про здоровий спосіб життя на українському телебаченні. *Культура України*. Випуск 54. 2016. С. 266 – 276.

Валерія Паун

Науковий керівник – асист. Негрич Н. Д.

Поняття діалогічного мовлення

Характер кожної людини, яка є соціальною істотою і живе в суспільстві, розкривається в процесі комунікації. При спілкуванні, люди не лише обмінюються інформацією, яка є життєво необхідною, але й задовольняють власні духовні чи естетичні потреби. З цього випливає, що комунікативно-мовленнєві вміння людини висловлювати власні думки, є не просто важливими в життєдіяльності людей, але й вкрай необхідними, адже без спілкування та соціуму людина не може існувати.

Мова, будучи знаковою системою, реалізується через 2 основні форми, а саме – *монологічну* та *діалогічну* [2, с.40]. На сьогоднішній день діалогічне мовлення являється значним аспектом не тільки в соціальному житті людини, а й у сфері навчання. Саме воно допомагає студентам та учням краще ознайомитися з новими мовами та пристосуватись до вільного говоріння. Це можна пояснити тим, що через діалог відпрацьовуються та запам'ятовуються окремі мовні зразки, цілі структури, що згодом використовуються в монологічному мовленні [1, с.92]. До того ж, поширення цих 2 форм мовлення також істотно різниться, адже діалогічне мовлення суттєво переважає як на рівні побутового, так і на рівні громадського повсякденного спілкування. З цього випливає, що *діалог* – це головна, домінуюча форма мовлення, а тому у практиці навчання мови він має посідати належне місце [3].

Доцільно також зауважити, що нині існує багато підходів до трактування поняття «діалогічне мовлення», тому розглянемо декілька з них. Вишневецький О.І. вважає, що «діалог є основною, домінантною формою мовлення, й у практиці навчання він повинен посідати належне місце. Процес навчання говорінню варто будувати в напрямі від нього до монологу, а не навпаки. Діалогічне мовлення для того, хто навчається, є складнішим, ніж монологічне. Воно формується під час розмови двох партнерів, його не планують наперед, бо невідомо, у якому напрямі піде розмова» [4, с.104].

На думку науковця Колшанського Г.В. «діалогічне мовлення представляє собою складну мовну діяльність, в якій мова одного з учасників залежить від мовної поведінки іншого» [5, с.30].

Виходячи з цих визначень, бачимо що саме діалоги є головним засобом у розвитку навички спілкування. Навчання діалогічного мовлення є необхідним для учнів, адже воно є спонтанним та готує кожного до різних можливих життєвих ситуацій.

Варто зауважити, що в умовах сьогодення, важливим є організація раціональної методики навчання діалогічного мовлення, при якій бажані практичні результати досягалися б найкоротшим шляхом, з мінімальною затратою часу і зусиль, а сам процес навчання став би цікавим і захоплюючим для учнів чи студентів.

Отже, під діалогічним мовленням пропонуємо розуміти процес мовленнєвої взаємодії двох або більше учасників спілкування, який представляє собою складнішу мовну діяльність, ніж монологічне мовлення та об'єднане ситуативно-тематичною спільністю і комунікативними мотивами поєднання усних висловлювань, де мова одного з учасників залежить від мовної поведінки іншого.

Список літератури

1. Агаева О. В. Обучение диалогической речи на уроках английского языка. *Актуальные задачи педагогики : материалы I Междунар. науч. конф.* Чита : Издательство Молодой ученый, 2011. С. 92-94
2. Кузнецова Н. В. Методика навчання англійського діалогічного мовлення обдарованих старшокласників профільної школи: дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02. ДЗ "Південноукр. нац. пед. ун-т ім. К. Д. Ушинського". Одеса, 2014. 247 с.
3. Дубовик С. Развитие диалогического та монологического мовлення. URL : https://studwood.ru/2018887/pedagogika/rozvitok_dialogichnogo_monologichnogo_movlennya (дата звернення: 22.01.21)
4. Вишневський О. І. Методика навчання іноземних мов : навчальний посібник. Київ.: Знання, 2011. 206 с.
5. Колшанский Г. В. Лингвокоммуникативные аспекты речевого общения. Методическая мозаика. Київ : Наука, 2006. С. 27 – 32.

**Лінгвостилістичні особливості створення
пейзажного опису в англомовних художніх творах**

Художня література уже протягом століть притягує до себе увагу мільйонів. Вона приносить своїм читачам як естетичне задоволення так і емоційну наповненість. Вона дає можливість зануритись у світ автора, відчувати щастя, сум, любов чи ненависть.

Сьогодні особливе місце у лінгвістиці відводиться дослідженню та вивченню художнього стилю та його складових одиниць, а саме пейзажному опису. Опис пейзажу в сучасній лінгвістиці є невід'ємною частиною змісту та композиції художнього твору. Його використовую для змалювання природи, погоди, краєвиду чи міського простору. Саме тому пейзажний опис є одним із найважливіших компонентів художнього твору, що забезпечує цілісне сприйняття тексту.

Пейзаж для нас є звичайним словом, але у художньому творі він є досить неоднозначним поняттям. На сьогодні є декілька визначень пейзажу.

Якщо у живописі пейзаж як самостійний жанр зародився ще в давні часи, то в інших видах мистецтва йому протягом тривалого часу не приділяли належної уваги. І лише в епоху Відродження з'явилась гостра необхідність використання художніх засобів, які змогли б передати настрої та почуття героїв.

Пейзаж визначають як структурно-смісловий описовий жанр, поряд з портретним описом, описом інтер'єру [1].

Основна відмінність живописного або графічного пейзажу від створення пейзажного опису кожен письменник користується своїм арсеналом лексичних та синтаксичних засобів. Вони надають розповіді емоційну забарвленість, багатство та неповторність. Для художнього твору характерне використання таких лексичних засобів як, епітети, метафора, метонімія та інші.

Епітет визначають як іразний засіб, в основі якого лежить виділення якості, ознаки описуваного явища. Це стилістичний засіб виражається через атрибутивні слова або словосполучення, що характеризують дане явище з точки зору індивідуального сприйняття цього явища.

Метафора (або скрите порівняння) є засобом літератури, коли відбувається навмисне вживання слів у їхньому непрямому значенні. З одного боку метафора дуже схожа на порівняння, але її складніше помітити.

Метонімія – це такий тип зіставлення понять у художній літературі, коли одне поняття використовується з властивостями іншого; відбувається заміна назви одного предмета чи явища на інше через суміжність деяких їхніх характеристик, проте подібність між цими поняттями не спостерігається.

Отже, пейзажний опис у художньому тексті є важливою частиною, який виконує тематизуючу, текстотворюючу та стильову функції. Також він відповідає за естетичне задоволення від прочитаного твору. Для його створення використовується увесь спектр лексичних та синтаксичних засобів.

Список літератури

1. Жерноклетова Т.Е. Разновидности функционально-смысловых текстов (на материале художественной литературы). *Вестник Иркутского государственного лингвистического ун-та*. 2014. № 2. С. 143–148.

Тетяна Печенюк
Науковий керівник – доц. Суродейкіна Т.В.

Особливості формування лексичної компетентності в учнів середньої школи

Засвоєння лексичного матеріалу, вміння правильно застосовувати його елементи в усіх видах мовленнєвої діяльності вважається у методиці викладання однією з найважливіших цілей навчання іноземної мови у школі.

Лексика – це сукупність слів мови, її словниковий склад. Цей термін використовується як щодо окремих сфер словникового складу (лексика побутова, ділова, поетична), так і для позначення всіх слів, ужитих окремим письменником або в одному творі [1, с.73]. Оволодіння учнями середньої школи різними видами мовленнєвої діяльності – це процес систематичного формування мовних навичок і умінь [4, с.16]. Окрім цього, правильне вживання лексики є найважливішою передумовою говоріння. Тому мета формування лексичної компетентності – не тільки запам'ятовування та вживання слів, але й розвиток продуктивних (говоріння і письма) і рецептивних (читання та аудіювання) навичок. **Продуктивні лексичні навички** формуються при використанні лексичної одиниці відповідно до комунікативної ситуації і у правильному поєднанні з іншими лексичними одиницями. **Рецептивні лексичні навички** передбачають розпізнавання графічного або фонетичного образу лексичної одиниці і співвіднесення форми слова з його значенням [2, с.158]. У процесі розвитку лексичних навичок відбувається становлення **лексичної компетентності** – здатності учнів застосовувати лексичні одиниці відповідно до контексту.

Проблемою є те, що учні можуть розпізнавати слово у письмовій чи розмовній формі і вважати, що вони вже “знають слово”, але вони не можуть правильно використовувати це слово в різних контекстах або вимовляти його правильно. Причиною цього негативного явища є подача лексичного матеріалу в ізоляції. Тому не дивно, що для багатьох учнів, коли вони чувають

про лексику, то уявляють список нових слів з перекладом без будь-якої реальної контекстної практики. Під час пробного навчання було помічено, що мало хто з учнів користується словником для пошуку значення та визначення, коли вони мають справу з новими словами.

Аби максимізувати розвиток словникового запасу, вчителям іноземної мови важливо зрозуміти критичність повторення лексики, а тому слід створювати умови, за яких така процедура відбуватиметься нових слів принаймні 10 разів протягом одного або двох тижнів у різних видах роботи [3]. Іноземні автори [2, с. 67] визначили вісім аспектів 'знання' слова:

1. Фонологічна форма – як це сказати;
2. Орфографічна форма – як написати;
3. Понятійний зміст – визначення слова;
4. Слово як частина мови – іменник, дієслово, прикметник тощо, його похідні форми та граматичні структури;
5. Стильова відповідність – чи слово вживається в формальній чи неофіційній формі спілкування;
6. Лексичне поле – слова, які часто зустрічаються разом (наприклад, 'кухонні' слова та терміни – *pan, oven, stir, spoon*);
7. Поєднання слів – слова використовуються з поданим словом для утворення мовних виразів: наприклад, колокації для *heavy* включають *heavy rain, heavy smoker, heavy heart.*);
8. Частота використання – як часто слово з'являється у повсякденному спілкуванні.

Тож вчителю важливо враховувати ці компоненти як при введенні власне лексики, так і при формуванні відповідної компетентності в процесі роботи з текстом, при активізації і повторному введенні лексики в контекст під час мовленнєвих видів діяльності.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Ніколаєва С. Ю. Методика викладання іноземних мов у середніх навчальних закладах. Київ, 2002. 328 с.
2. Nation I.S.P. (2013). *Learning Vocabulary in Another Language*. New York: Cambridge University Press
3. Schmitt N. (2000). *Vocabulary in Language Teaching*. Cambridge: Cambridge University Press.

Загальні аспекти навчання усного перекладу у вищій школі

Перекладацька діяльність відіграє важливу роль у житті нашого народу і є пізнавальним, виховним засобом та засобом збагачення рідної мови. До різних видів професій, які виникли ще на початку зародження людської цивілізації, слід додати потрібний, всім відомий фах усного та письмового перекладача. В сучасному світі потреба перекладачів зростає. Все більше з'являються нові складні формати праці перекладача в офіційних установах, у міжнародних організаціях, в економічних структурах тощо. Вже всім відомо, що іноземні мови соціально необхідні. Вони являються ефективним засобом обміну інформації людства нашої планети. Тому на даний час не можливо обійтися без послуг перекладача, який стає так званим «мостом» між країнами [1].

Актуальність дослідження методики навчання усного перекладу зумовлене тим, що є новою перекладацькою спеціальністю, яка виникла у зв'язку з стрімким розвитком науки та техніки і, насамперед, потребує відповідних спеціалістів.

Метою даної роботи є визначення особливостей методики викладання усного перекладу, дослідити та встановити основні способи викладання усного перекладу.

Завдання навчання усного перекладу полягає у розвитку їх перекладацьких умінь та навичок, оволодіти методами та стратегіями перекладу, а також накопиченні досвіду перекладів різних текстів.

Кваліфікація усного перекладача повинна бути досить високою. Якщо письмовий перекладач має більше часу для перекладу, може користуватися відповідними джерелами, переробляти та повністю редагувати текст, тоді як усний перекладач таких переваг не має: він повинен негайно реагувати на почуте і правильно перекладати з першого разу. Відповідно до цього майбутні перекладачі повинні розуміти механізм і цілі усного перекладу [2].

Цілями навчання даного виду перекладу, на наш погляд, буде набуття студентами вмінь та навичок, якими повинен володіти професійний перекладач: хороша пам'ять, здатність сприймати різні форми усного мовлення, типи і манери вимови, вміння чітко і правильно вимовляти переклад, виступати перед аудиторією. Для цього було розроблено декілька вправ:

1. *Переклад на слух*. Викладач вимовляє одну або кілька фраз і робить паузу, після чого студент перекладає почуте для інших присутніх.
2. *Послідовний переклад із записом*. Викладач читає промову 15-20 хвилин. Студент перекладає подумки текст, при цьому робить записи, за допомогою якого зможе відтворити свій переклад.
3. *Переклад з аркуша*. Студент отримує невідомий текст. Дивлячись в оригінал, він читає його так, ніби текст написаний мовою перекладу.
4. *Синхронний переклад із зоровою опорою*. Студент в навушниках, через які чує промову оратора, і одночасно промовляє в мікрофон переклад, спираючись на текст виступу, який був переданий перед початком виступу.
5. *Синхронний переклад без зорової опори*. Студент в навушниках, через які чує промову оратора, і одночасно промовляє в мікрофон переклад.

Подані вправи, допоможуть студентам сформувати професійну компетентність усного перекладача, тренувати пам'ять, швидко переключатися з однієї мови на іншу та збагатити словниковий запас.

Список літератури

1. Бігич, О. Б., Бориско, Н. Ф., Борецька, Г. Е. та ін. Методика навчання іноземних мов і культур: теорія і практика, Київ, 2013, 257 с.
2. Kutz Wladimir. Dolmetschkompetenz und ihre Vermittlung: Übersetzen und Dolmetschen. Francke, 2002, 195 s.

Іляна Поліщук

Науковий керівник – асист. Коломийська І.А.

**Особливості перекладу Наталкою Сняданко роману
Шарлотте Кернер «Світлокопія»
(синтаксичний рівень)**

Основним показником відмінності оригіналу тексту від його перекладу є перекладацькі трансформації. Трансформація – це 1) відношення між одиницями мов, які порівнюються; 2) мовні, точніше міжмовні операції; 3) процес перекладу загалом [1, с. 362]. Оскільки мова – багаторівневе явище, то, відповідно, у процесі перекладу трансформації можуть відбуватися на різних мовних рівнях, адже завдання перекладача не завжди полягає у буквальному перекладі, тим паче коли мова йде про художній стиль.

Об'єктом дослідження обрано одиниці синтаксичного рівня, а предметом – трансформації, здійснені у процесі їх перекладу. Мета полягає в аналізі перекладацьких трансформацій на синтаксичному рівні, використаних Н. Сняданко при перекладі роману Ш. Кернер «Світлокопія».

За основу взято концепцію генеративної граматики Н. Хомського та виокремлено три типи трансформації: декомпресію, компресію та пермутацію [2].

Результати кількісного аналізу відображено в таблиці 1.

Таблиця 1

Синтаксичні особливості перекладу Н. Сняданко роману
Ш. Кернер «Світлокопія»

Тип транс-формації	Приклад
Декомпресія (79 випадків = 51,7%)	1. <i>Заитовхнути</i> матір у живіт доньки! (ст. 15) – <i>Hinein mit der Mutter in den Bauch der Tochter!</i> (S. 15) 2. Паузи і <i>незаповнені</i> прогалини підсилюють напругу (ст. 18) – <i>Pausen als Zwischenräume steigern die Spannung</i> (S. 17) 3. ... «Я-вся-така-велика-піаністка-що-нема-ради» (ст. 42) – ... « <i>Ich-bin-die-große-Pianistin-Getue</i> » (S. 46)

Компресія (38 випадків = 24,8%)	1. Незабаром Фішер підтвердив візит (ст. 14) – <i>Wenig später bestätigte Fisher das gewünschte Treffen</i> (S. 14) 2. Так не можна, у кожного є батько (ст. 66) – <i>Das geht nicht, jede und jeder hat einen Vater</i> (S. 71)
Пермутація (36 випадків = 23,5%)	1. <i>Я чула</i> , що ви те дуже добре граєте на фортепіано (ст. 16) – <i>Auch Sie spielen sehr gut Klavier, habe ich gehört</i> (S. 16) 2. Янне <i>вмикав світло</i> лише після того, як ми тихенько зачиняли за собою двері (ст. 54) – <i>Erst nachdem wir die Tür leise hinter uns geschlossen hatten, machte Janne Licht</i> (S. 60)

Отже, як свідчать результати дослідження, найбільш вживаним типом трансформації при перекладі Н. Сняданко роману Ш. Кернер «Світлокопія» є декомпресія (51,7%), що пояснюється особливостями української мови, яка вирізняється великою кількістю поширених речень ну і, звичайно, для «одомашнення» змісту. Майже вдвічі менше зафіксовано випадків компресії (24,8% всіх видозмін). Ця трансформація менш характерна, оскільки, як правило, німецькі лексичні конструкції не збігаються з українськими. Найменш вживаним виявився прийом пермутації (23,5%), що може бути пов'язаним з характерною рамковою структурою речень у німецькій мові та необхідністю змін порядку слів при перекладі складносурядних і складнопідрядних речень.

Список літератури

1. Гарбовский Н. К. Теория перевода: учебник. Москва : Изд-во Моск. ун-та, 2004. 544 с.
2. Еремеева Ю. Р. Синтаксические трансформации в процессе перевода с английского языка на французский. Филологические науки / 6. Актуальные проблемы перевода. 2013. http://www.rusnauka.com/11_NPE_2013/Philologia/6_133821.doc.htm
3. Світлокопія [Текст] : роман / Шарлотте Кернер; пер. з нім. Наталки Сняданко. Львів : Вид-во Старого Лева, 2018. 176 с.
4. Charlotte Kerner. Blueprint Blaupause. Beltz, Julius, GmbH & Co. KG, 2008. 204 S.

**Структурно-граматичні та лексичні особливості
заголовків англомовних медіатекстів
у комунікативно-прагматичному аспекті.**

На даний час існує досить багато визначень поняття «заголовок». Сучасний тлумачний словник української мови подає таке трактування:

Заголовок – 1. Назва твору або його частини, що друкується, або пишеться над текстом; титул. 2. спец. Початкова описова та (або ідентифікуюча частина повідомлення, таблиці, блоку даних [2; с. 312].

Саме заголовок твору багаторазово знаходиться в центрі уваги у сучасних лінгвістів, оскільки він виступає в ролі міцно стиснутої пружини, яка розкриває свої можливості в процесі розгортання інформації.

Заголовок у стислій формі передає основну тему твору. В одних творах він лише називає проблему, рішення якої дається в тексті, а в інших – назва є ніби тезою самого корпусу тексту, а в третіх він настільки глибоко закодований, що зрозуміти його ми можемо тільки після прочитання твору.

Інформаційність заголовка може виражатися за допомогою змістових слів, які належать до різних повнозначних частин мови: іменники (власні та загальні назви), займенники різних підгруп (присвійні, особові, зворотні, універсальні, вказівні, питальні, неозначені) прислівники (якісні, кількісні, обставинні) прикметники (якісні та відносні), числівники (кількісні та порядкові) та модальні слова. Також в заголовках зустрічаються такі службові частини мови як: вигуки, частки, прийменники, артиклі, сполучники, слова-відповіді.

У заголовках використовуються стилістичні ресурси досить різних рівнів для влучного вираження головної ідеї:

1. Синтаксичні виразні засоби (апосіопеза, номінативні речення, повтор, перелічення, інверсія, еліптичні конструкції)

та стилістичні прийоми (анафора, риторичне запитання паралелізм, хіазм, парцеляція).

2. Графічні (курсив, пунктуація, велика літера та лапки, що виділяють окремі слова, а саме словосполучення та речення, взяті з виступів політичних діячів)

3. Фонетичні (звуконаслідування, ритм, рима, алітерація та асонанс).

4. Семасіологічні виразні засоби: фігури якості (метонімія, перифраза, метафора, антомазія, іронія, епітет, алюзія); фігури кількості (мейозис та гіпербола)

В процесі аналізу я виявила, що саме в заголовках англомовної преси часто використовуються як самостійні, так і службові частини мови. Самостійні частини мови представлені в заголовках:

1. Іменниками (власними та загальними назвами у форм однини та множини).

2. Прикметниками (різних морфологічних формах)

Список літератури

1. Коваль А. П., Солганик Г. Я., Пинчук А. Ф. Особливості мови і стилю засобів масової інформації. Київ : 1983. 152 с.

2. Коваленко А.М. Заголовок англомовного журнального мікротексту-повідомлення: структура, семантика, прагматика (на матеріалі тижневика Newsweek): автореф. дис. канд. філол. наук за спец. 10.02.04 – «Германські мови»/ Київ. нац. лінгв. ун-т. Київ, 2002. 19 с.

Оксана Продан
Науковий керівник – проф. Єсипенко Н.Г.
Особливості мови віршів С.Плат

Мета дослідження полягає в описі загальних особливостей віршованих творів американської поетеси Сільвії Плат.

Сільвія Плат народилась в Бостоні у 1932 р., в часи Великої американської депресії. Сільвія обожнювала батька, Отто Еміля Плата, професора біології та німецької мови в Бостонському університеті, але при цьому перебувала під владою його “залізної волі” і страждала від авторитарних методів виховання, що відбилосся у вірші “Татусь” (“*Daddy*”, 1962), який отримав майже скандальну відомість [2].

У 1960 р. вийшла перша збірка віршів С. Плат “Колос” (“*The Colossus*”). Найбільше поезією С. Плат почали цікавитись у 1981 р., коли вийшла збірка “*Collected poems*”, упорядкована її чоловіком-поетом Тедом Г’юзом. За цю збірку у 1982 р. Сільвії Плат була посмертно присуджена Пулітцерівська премія.

Дослідниця її творчості О.Р. Заболотна вважає, що «авторський стиль Сільвії Плат відзначається широким використанням порівняння, метафори, головних стилістичних методів пародії, гіперболи, складного епітету. Однією із особливостей поезії авторки є використання розмовної мови, сленгу, а також вульгаризмів, що забезпечує точну передачу емоційного стану та почуттів поетеси» [1, с. 142]

Так, у поезії “*Lady Lazarus*” Сільвія Плат використовує вульгаризми у поєднанні з німецькими словами: *Herr Doktor/ Herr Enemy/ Herr God/ Herr Lucifer* [3] для вираження зневажливого ставлення мовця до об’єкта мовлення. Водночас поетеса вживає вульгаризми разом із яскравими метафорами – “*devil*”, “*bastard*”, “*polack*”:

*My Polack friend
Says there are a dozen or two.
I have always been scared of you,
With your Luftwaffe, your gobbledy goo.
Daddy, daddy, you bastard, I'm through.* [4, с.224]

Поетеса часто використовує у своїх творах запозичені слова та вирази з інших мов. Так, у вірші “Daddy” авторка використовує німецькі слова:

Ach, du...

Ich, ich, ich, ich...

I could hardly speak.

With your Luftwaffe...

Not God but a swastika...[4, с.222-223]

Слід також зазначити, що в більшості творів поетеси прослідковується відсутність рими та ритму.

Для передачі глибоких переживань та почуттів письменниця поринає у стихію образів у стилі “потоків свідомості”, оскільки її твори містять довгий потік неструктурованих образів. «Образи в Сільвії Плат являють собою цілісну систему уявлень індивіда про оточуюче предметне та соціальне середовище. Представлений у поетичному тексті образ відображає загальний психічний стан автора, його відчуття» [1, с. 143].

Розглянемо уривок із поезії “*Waking in Winter*”:

I can taste the tin of the sky — the real tin thing.

Winter dawn is the color of metal... [4, с.151]

У даному випадку образ формується завдяки зоровому та смаковому сприйняттю авторки, а саме завдяки уявленням Сільвії Плат про колір металу та присмак жерсті.

Отже, поетичний стиль Сільвії Плат відрізняється практично повною відсутністю рими та ритму, широким використанням тропів, сленгу, вульгаризмів, іншомовних слів, що надає її творам емоційної напруженості.

Список літератури

7. Заболотна О. Р. Сільвія Плат в літературному процесі ХХ століття. *Наукові записки*. Серія “Філологічна”. Випуск 36. 2014. С. 141 – 144.

8. Ariel by Sylvia Plath. URL : <http://www.sylviaplath.de/plath/ariel.html>.

9. Lady Lazarus by Sylvia Plath. URL : <http://www.poets.org/viewmedia.php/prmMID/15292>

10. The Collected poems (edited by Ted Hughes). New York : Harper Collins Publishers, 2008. 256 p.

Роксолана Пустовар

Науковий керівник – доц. Мігорян О.В.

**Формування комунікативної компетентності
студентів першого курсу спеціальності філологія
(англійська мова) за допомогою освітніх платформ
із використанням кінофрагментів**

Комунікативна компетентність – це категорія, яка своїм змістом зорієнтована безпосередньо на практичний аспект навчання мови. Більше того, вона визначає домінуючу спрямованість навчального процесу [1, с. 197].

Методику формування іншомовної комунікативної компетентності досліджували вітчизняні та зарубіжні вчені-методисти (І. Берман, В. Бухбіндер, В. Коростильов, С. Шатілов, В. Гнаткевич, Ю. Пассов, Г. Китайгородська, О. Тарнопольський, Е. Мірошниченко, І. Баценко, В. Борщовецька, R. Ellis, I. Nation, N. Schmitt, W. Widdowson та ін.) [2, с. 160].

Актульністю дослідження є формування комунікативної компетентності яка є однією з найважливіших проблем при вивченні англійської мови.

Мета даної роботи полягає у дослідженні комунікативних компетентностей студентів першого курсу за допомогою освітніх програм з використанням кінофрагментів та активізувати навички усного мовлення для автентичного спілкування з носіями мови.

Формування у студентів комунікативної компетентності, що означає оволодіння мовою як засобом міжнародного спілкування, забезпечить їхнє ефективне спілкування.

До складових комунікативної компетентності належать:

- орієнтованість у різноманітних ситуаціях спілкування, заснована на знаннях і життєвому досвіді індивіда;
- спроможність ефективно взаємодіяти з оточенням завдяки розумінню себе й інших при постійній видозміні психічних станів, міжособистісних відносин, умов соціального середовища;
- внутрішні засоби регуляції комунікативних дій;
- знання, уміння і навички конструктивного спілкування [3, с. 88];

Формування комунікативної компетентності можливе за умови моделювання у навчальному процесі типових ситуацій реального спілкування які стосуються різних тем.

Отже, комунікативна компетентність - це ефективна взаємодія систем внутрішніх та зовнішніх ресурсів, що забезпечують дієве спілкування з людьми та сукупність знань, умінь та навичок.

Список літератури

1. Пометун О. І., Л. В. Пироженко. Сучасний урок. Інтерактивні технології навчання. Київ : АСК., 2005. 197 с.
2. Зимняя И.А. Психологические аспекты обучения говорению на иностранном языке: книга для учителя. Москва : Просвещение, 1985. 160 с.
3. Вторникова Ю. С. Комунікативна компетентність у структурі ключових компетентностей громадян Європи: збірник наукових праць. Полтава, 2011. С. 88-94.

Фоносемантична особливість феміністичних текстів сучасної німецької прози

Ще з давніх-давен проблеми фоносемантики активно вивчалися. Проте з роками інтерес до даного явища не вщухав, а лише поглиблювався. Актуальною проблема фоносемантики, а саме зв'язку «звук–зміст» залишається і досі. Символічні значення початкових сполучень фонем (фонестем), привертало до себе увагу багатьох вітчизняних (С.В. Вороніна, В.В. Левицького, О.П. Журавльова, А.Б. Михальова та ін.) та зарубіжних (Л. Блумфілда, Ф. Хаусхолдера, Дж. Фьорса, З. Ертеля, В. Мюса, Х. Марчанда та ін.) дослідників [1].

Метою нашої роботи є вивчення специфіки функціонування початкових фонестем у феміністичному тексті та їх вплив на формування мінорно-мажорної тональності твору.

Цікавим є для нас сам матеріал дослідження (жіночі романи Д. Гельдт “Ausgeliebt” та І. фон Кюрті “Es wird Zeit”), так як феміністична література підтримує феміністичні цілі визначення, встановлення і захисту рівних прав людини для жінок і є спрямованою на гуманізацію та нагальні буденні проблеми, які вимагають практичного вирішення.

Жіноче письмо підтверджує наявність соціально маркованих ознак жіночого мовлення, де стать жінки сприймається як розпорошеність, флюїдність, багатозначність, невпевненість. Попри значні індивідуальні відмінності, жіночі тексти виявляють чимало спільного: вони автобіографічні, наділені чуттєвістю, схильністю до опису конкретних подій та вражень, зосереджені на деталях, емоційних нюансах тощо. Саме ці критерії послугували нам у виборі жіночих текстів для дослідження: жіноча тема, жінка – автор, жінки – героїні творів, обидва романи написані жінками про жінок.

В центрі уваги постають жінки (Крісті та Джудіт відповідно) з їхніми проблемами, негараздами, сімейними чварами, самотністю. Обидва романи мають щасливий happy end, проте основну частину текстів займають описи боротьби за свої права, розста-

вання, зради та несправедливості. Крім того, як відмітили експерти-критики, обидва романи наділені тонким жіночим гумором [2, 3].

Дослідження проводилось шляхом суцільної вибірки фонестемної лексики з жіночих творів (Д. Гельдт “Ausgeliebt”, І. фон Кюрті “Es wird Zeit”), загальна кількість яких становить 3782 одиниці та 5551 од. відповідно.

Дослідивши весь фонестемний склад найчастіше вживаної лексики прозового твору Д. Гельдт “Ausgeliebt”, ми отримали такі результати: найчастіше зустрічаються слова з фонестемами ʃt- : *stehen, Stimme, Stunde, steigen, Stefan, stecken, stolz* (107 од.); fr- : *fragen, Frau, früh, Franziska, Freundin, frei* (53 од.) та pr- : *privat, Problem, Preis* (42 од.). До лексики частого вжитку належать прикметники кольоропозначення: *blau, schwarz, klar*; антонімічна лексика: *klein/groß, spät/früh* та слова негативного сприйняття: *schwarz, schwer*.

У творі І. фон Кюрті нами зафіксовано, що лексика з високою частотою вживання представлена фонестемами: ʃt- (*stehen, Stimme, stets, sterben, stark, still* – 186 од.), fr- (*Frau, fragen, früh, frisch, froh, Friedhof* – 107 од.), tr- (*tragen, Träne, Traum, trinken, trennen* – 90 од.). В романі найчастіше трапляються прикметники на позначення кольору: *grau, klar, schwarz, blau*; абстрактні іменники: *Traum, Glück* та іменники негативного сприйняття: *Schmerz, Problem, Krankheit, Träne*.

Отже, провівши аналіз фонестемного складу феміністичних текстів доходимо висновку щодо їх мінорного мотиву та негативної конотації часто вжитих фонестемних слів, що містять ведучу фонему [ʃ] та [r] у другій чи третій позиціях, що підтверджується статистично-значущим критерієм χ^2 ($\chi^2 = 33,15$; $K=0,243$), які й зумовлюють, на наш погляд, «настрій» сприйняття тексту та вплив на читача.

Список літератури

1. Левицкий В. В. Звуковой символизм: мифы и реальность. Черновцы : Черновицкий нац. ун-т, 2009. 264 с.
2. Критична література до романів “Ausgeliebt”/”Es wird Zeit”. URL : <https://www.google.com/amp/s/www.derwesten.de/panorama/dora-heldt-ist-bei-kritik-ziemlich-schmerzfrei-id8995139.html%3fservice=amp>
- <https://www.rowohlt.de/buch/ildiko-von-kuerthy-es-wird-zeit-9783499276132>.

Англійський медичний текст та особливості його перекладу

Медичний переклад - комплексне явище, яке складається з багатьох розгалужених систем та водночас дисциплін. Медицина як окрема галузь та наука вхоплює надзвичайно багато різних сфер які відповідно потребують власне поняття та характеристику тих чи інших термінів. Так як внаслідок виникнення нових захворювань медична термінологія постійно розширюється.

Медичний переклад може поділятися за «Енциклопедію перекладача» на безліч напрямків як: **медична документація** (історія хвороби, протоколи операцій, результати автопсії, виписки тощо). **Фармацевтична документація** (листки-вкладки, досье лікарських препаратів, інформація для лікарів і пацієнтів). **Документація з клінічних досліджень лікарських препаратів** (протокол дослідження, форма інформаційної згоди т.д.). **Документація до медичного обладнання та інструментарію** (керівництва, описи, презентації). **Інтернет сторінки** з медицини, фармакології, медичного устаткування та клінічних випробувань. **Наукова медична література** (матеріали конференції, огляди, дисертації, автореферати, посібники та монографії).

Підготовка самого перекладача є невід'ємною частиною успішного перекладу, відмінне знання рідної та іноземної мови відображає компетентність перекладача з взаємодією використання, знання медичної термінології, аббревіатур та латині. Саме цей складовий комплекс допоможе максимально і чітко відтворити переклад у дані галузі. Зокрема, професійний медичний перекладач постійно повин-

ний вдосконалювати свою майстерність шляхом віднайдення найкращих еквівалентів у мові перекладу, тобто слова або словосполучення які будуть зрозумілі усім читачам даного перекладу.

Список літератури:

1. Боцман А.В. Структурно-семантичні та прагматичні особливості фармацевтичних текстів (на матеріалі англомовних інструкцій до вживання лікарських засобів): автореф. дис. ...канд. філол. наук: 10.02.04 "Германські мови" /А.В. Боцман: Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ, 2006. 17 с.
2. IMIA Guide on Medical Translation. 20 с. URL : <http://www.imiaweb.org/uploads/pages/438.pdf>
3. Traduction Médicale et Documentation: META, Montreal, 2001. Vol.46., #1(March) С. 5-204. URL : <https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/bitstream/handle/1866/1457/van01noy.pdf?sequence=1>.

Лексико-граматичні та стилістичні особливості англомовних рекламних слоганів у перекладі

У сучасному суспільстві реклама – це і потужна галузь індустрії і продукт її діяльності, спрямований на забезпечення потенційного адресата рекламного повідомлення інформацією про товари або послуги з метою їх популяризації. Потреба суспільства в осмисленні та концептуалізації реклами проявляється в розмаїтті дискурсів, в рамках яких здійснюється звернення до даного феномену. Реклама стає предметом безлічі дискусій вчених, законодавців, діячів політики, культури, фахівців в області піару і лінгвістів.

Рекламний слоган відноситься до найбільш популярних предметів дослідження в сучасній лінгвістиці, що обумовлено його роллю у формуванні думки як окремої людини, так і нації в цілому. Ставши невід'ємною частиною суспільного життя, сьогодні реклама визначається, як частина культури, яка розвивається відповідно до своїх власних законів і характеризується не тільки необмеженою можливістю впливу, але також специфічними формами виразності.

Переклад рекламного слогану, порівняно із перекладом художньої літератури, при якому перекладач зобов'язаний передати художньо-естетичні властивості оригіналу, трохи відрізняється за формою, мовними засобами, а також яскраво вираженою комунікативною спрямованістю. У процесі перекладу таких текстів перекладачеві доводиться вирішувати як суто мовні, лінгвістичні проблеми, обумовлені розходженнями в семантичній структурі й особливостях використання двох мов у процесі комунікації, так і проблеми соціолінгвістичної адаптації тексту. Слогани відомих виробників, продукція яких є всесвітньо відомою, повинні зберігати концептуальність рекламної ідеї незалежно від того, якою мовою рекламують товар або послугу. З огляду на це постає проблема адекватного перекладу рекламних слоганів, оскільки навіть у близькопоріднених мовах у перекладі можливі певні відмінності.

Головне завдання перекладу – досягнення адекватності. Адекватний, або як його ще називають, еквівалентний переклад – це такий переклад, що здійснюється на рівні, необхідному й достатньому для передачі незмінного плану змісту при дотриманні відповідного плану вираження, тобто норм мови, що перекладається [1].

Перекладач вдається до різноманітних трансформацій, що забезпечують адекватність перекладу слогану та зберігають його оцінювальну функцію. Для досягнення цієї мети перекладачеві слід використовувати трансформації, поділені на 4 рівні О.Д. Швейцером:

- 1) Трансформації на компонентному рівні;
- 2) Трансформації на прагматичному рівні;
- 3) Трансформації референціальному на рівні;
- 4) Трансформації на стилістичному рівні [2].

Отже, у перекладі потрібно не лише відтворити висловлення згідно із законами природної мови, а й дотримуватися умов створення рекламних повідомлень. Цю проблему визначаємо як власне перекладацьку проблему еквівалентності рекламного тексту. Переклад рекламних слоганів з англійської мови українською має здійснюватися з урахуванням таких проблемних аспектів, як лінгвокультурний, прагматичний та власне перекладацький. З охопленням усіх проблемних аспектів процес перекладу рекламних слоганів здійснюється відповідно до правил рекламної комунікації, а перекладені слогани функціонують в новому масово-інформаційному просторі як нові комунікативні одиниці.

Список літератури

1. Левицкая Т. Р., А. М. Фитерман. Теория и практика перевода с английского языка на русский. Москва : Иностр. лит. 1963. 263 с.
2. Швейцер О.Д. Теория перекладу: Статус, проблеми, аспекти. Москва : Наука, 1988. 216 с.

Анастасія Ряба

Науковий керівник - прооф. Бялик В.Д.

Скорочення та абрєвіатури в текстах електронної комунікації

В наш час абрєвіатури та скорочення мають широке застосування не тільки в сфері електронної комунікації, а й в письмовій та усній формах спілкування.

Зважаючи на те, що скорочені лексичні одиниці можна розглядати з позиції будь-якого аспекту, основну увагу необхідно зорієнтувати на закономірності англomовних абрєвіатур, а також їх місця і ролі в структурі англійської мови як однієї із германських мов [2, с. 20].

Метою роботи став розгляд англomовних скорочень та абрєвіатур у текстах електронної комунікації.

Сьогоденне суспільство здатне до глобалізації, внаслідок цього, в наш час можна спостерігати появу великої кількості нових лексичних одиниць, серед яких значущу частину займають слова, які знаходяться під впливом процесу абрєвіації. Великому прогресу суспільства сприяла теперішня комп'ютеризація, завдяки якій в обіг ввійшли абрєвіатури та скорочення, які полегшили процес комунікації. Навіть не зважаючи на те, що складні слова і словосполучення займають значне місце у словнику будь-якої мови, все ж виникає тенденція до їх скорочення за допомогою абрєвіації, що представлена в сучасній віртуальній комунікації.

За останніми дослідженнями головним складником електронних комунікацій стають повідомлення в інтернет-середовищі, що складає 90% всієї комунікації. Саме тому такий формат повідомлень має великий вплив на мови, зокрема найбільшого впливу зазнає англійська мова. [3, с. 45].

Кожного дня все більше користувачів намагаються економити свій час та час інших використанням скорочень не тільки англійською мовою, а й своєю рідною. Нерідко скорочені тексти супроводжуються так званими "смайликами", що додають тексту якогось емоційного забарвлення, аби користувачі могли краще розуміти один одного.

Спілкування в інтернет-чатах відбувається похапцем, на швидкоруч і є критично спрощеним. У теперішньому суспільстві, висловлюватися спрощеною мовою – вважається особливим шиком.

Загально відомо, що скорочення є одним з найскладніших елементів для розуміння та перекладу, особливо у спеціальних текстах.

Основа складність перекладу текстів полягає у розкритті та передачі засобами української мови іншомовних реалій. Обов'язковою умовою повноцінного перекладу будь-якого тексту є повне його розуміння перекладачем. Повне розуміння скорочених лексичних одиниць можливе лише при наявності глибоких знань про предмет, якому присвячений певний текст, а також у 'тому випадку, коли читач завчасно знає про використання певних скорочень в тексті. Тим не менш, ознайомленість з основними закономірностями аббревіацій та принципами утворення скорочень значно полегшує розуміння перекладу скорочень. [1, с. 145]

Дослідження показало, що зважаючи на актуальність дослідження віртуальної комунікації, яка, як правило, відбувається в соціальних мережах, блогах, веб-, відео-, телечатах у мережі Інтернет, SMS-повідомленнях, увага багатьох дослідників зорієнтована на комунікативній взаємодії, яка визначається такими ознаками: комунікаційний канал, стислість і опосередкованість спілкування.

Список літератури

1. Гончаров Б. А. К вопросу о типологии и переводе сокращений в англоязычной научно-технической литературе. Киев : Наука, 1991. С. 143 – 151.
2. Павлов Г. В. Функционирование сокращений в современном немецком языке
3. Baron N. Digital Media Changing Language. 2009. P. 42 – 46.

Обґрунтування способів підвищення мотивації учнів на уроці іноземної мови у середній школі

«Навчання – це розпалювання полум'я, а не наповнення ємності»

Сократ

На сьогодні у зв'язку зі стрімким ростом міжкультурної взаємодії вивчення іноземної мови є обов'язком і потребою кожного учня. Та чи є воно джерелом натхнення та мотивації для молодого покоління? Навчаючи сучасного учня, опиратися на підручник та сучасні розробки уже недостатньо. Прогресивний вчитель повинен використовувати нові джерела для учнівської мотивації [2, С. 130].

Основними завданнями дослідження засобів підвищення мотивації до навчання іноземної мови є:

- Привити любов та інтерес до мови, яку вивчають;
- Визначити способи роботи з учнями, які найефективніше підтримуватимуть їхню увагу та ентузіазм;
- Високо розвинути основні типи навичок володіння іноземною мовою у школярів.

Важливо розглянути сфери, в яких варто сприяти підвищенню мотивації учнів середньої школи. У кожній з них здійснюється певна стратегія, яка передбачає посилення інтересу учнів до вивчення іноземної мови:

- Вчительські професійні навички (співчутливість, природність, професійна віддача);
- Навчальний простір (створення позитивної атмосфери, де кожен з учнів зможе виявити свій потенціал та потяг до вивчення іноземної мови);
- Завдання (надання чітких інструкцій, пояснення мети та користі завдань);
- Інтерес (орієнтація на інтереси учнів, різноманітність завдань, підбір екзотичних тем);
- Автономність (активізація уяви учнів, дискусій, надання можливості вибору);

- Мета (визначення навчальної мети учнівства, аналіз його потреб та допомога у створенні індивідуальних навчальних планів);

- Культура (ознайомлення учнів з культурою мови, яку вивчають, робота з аутентичними підручниками, створення умов для спілкування з носіями мови) [1, С. 212].

З метою підвищення мотивації учнів на уроці іноземної мови потрібно використовувати сучасні прийоми розвитку пізнавальних мотивів.

Case-study – інноваційний підхід, який дозволяє поєднати теорію з практикою, а також навчитися працювати з інформацією [3].

Використання зарубіжних фільмів та телепрограм є необхідним методом навчання іноземної мови. Він позитивно впливає на розширення кругозору школяра та на розвиток його психічної діяльності [4].

Мобільні додатки можна використати на уроці з метою закріплення матеріалу, проведення контролю знань у ігровій формі, створенню міні проектів.

Список літератури

1. Z.Dörnyei, C. Kata. Ten commandments for motivating language learners: results of an empirical study. *Language Teaching Research*. 1998. №2. С. 212–213.
2. Мішуровська С. В. Підвищення мотивації учнів до вивчення англійської мови мультимедійними засобами навчання. *Таврійський вісник освіти*. 2016. С. 130.
3. Осіна Н. А. Кейс-метод як спосіб формування життєвих компетентностей учнів. 2018. URL : <https://naurok.com.ua/keys-method-yak-sposib-formuvannya-zhittevih-kompetentnostey-uchniv-13118.html>.
4. Пшениннікова Н. О. Використання відеофільмів на уроках англійської мови. *Науковий вісник Донбасу*. – 2012.

**Зв'язок між застосуванням відеоматеріалів на уроках
англійської мови та рівнем словникового запасу
учнів початкової школи**

Одним із найважливіших завдань, що ставить перед собою кожен вчитель - це навчити учнів користуватися здобутими знаннями. Англійська мова як шкільний предмет щонайкраще дозволяє цю мету реалізувати, оскільки може і повинна розвивати навички та вміння необхідні не лише в межах класної кімнати, а й у повсякденному житті.

Вміння спілкуватися англійською мовою напряду залежить від рівня володіння учнями словниковим запасом, тому постійне та регулярне його збагачення виступає важливим завданням. Оскільки учні початкової школи лише починають опановувати іноземну мову, то для них особливо важливо правильно підібрати методи, що відповідатимуть їх віковим особливостям та будуть ефективними у досягненні поставленої мети.

Для того, щоб усвідомити яку роль відіграє використання відеоматеріалів у навчанні учнів початкової школи необхідно розглянути декілька з них. Мнемотехніка - це метод, що виник до нашої ери, проте користується популярністю і зараз, оскільки значно спрощує процес запам'ятовування. Мнемотехніка напряду пов'язана із візуалізацією, асоціацією та символічним кодуванням необхідних слів. Наприклад, на уроках англійської мови можна застосовувати метод фонетичних асоціацій, що полягає у пошуку співзвучних до іноземних слів у рідній мові. Англійське слово «can» можна запам'ятати за допомогою фрази: «Кенгуру вміє високо стрибати» [1].

Перешим серед комунікативних методів, які варто згадати в контексті збагачення та активізації словникового запасу є метод Калана. Його особливістю є те, що вчитель намагається повторювати запитання декілька раз, наголошуючи на основному. Регулярне та систематичне повторення вивченого, постійна практика спілкування, швидкість мовлення наближена до носіїв мови та вживання слів в різних контекстах сприяють ефективному

збагаченню словникового запасу та вивченню англійської в цілому [2].

Наочні матеріали допомагають дітям сконцентрувати увагу та спрощують процес запам'ятовування. Для того, щоб вищезгадані методи стали ще ефективнішими, потрібно комбінувати їх із застосуванням відеоматеріалів. У дітей молодшого шкільного віку більш розвинена права півкуля головного мозку, яка відповідає за емоції, риму, ритм, творчість, просторове орієнтування та цілісне сприймання світу. Тому навчання молодших школярів має бути через творчість, наочність, позитивні емоції, сенсорні відчуття [3]. Тому ми і вважаємо, що навчальні відео та мультфільми активізуватимуть увагу дітей та покращать концентрацією.

Варто згадати й те, що відео взяті з автентичних ресурсів матимуть позитивний вплив на розвиток правильної вимови слів, інтонації та темпу. Однією з найбільших переваг та особливостей застосування відеоматеріалів є гнучкість цього засобу. Його можна включити в будь-який урок: введення нового матеріалу, засвоєння нових знань; осмислення нових знань, формування умінь і навичок на основі знань, або закріплення вивченого; повторення, узагальнення і систематизації вивченого; контролю і корекції знань. Можна підібрати відео з лексикою для будь-якої теми.

Отже, використання відеоматеріалів є ефективним способом для збагачення словникового запасу учнів початкової школи, оскільки відповідає їх віковим особливостям та легкий у адаптації його відповідно до типу та структури заняття.

Список літератури

1. Nation I. Teaching ESL/EFL Listening and Speaking: book. New York : Routledge, 2009. 205 p.
2. How To Study Using The Spaced Practice Method: веб-сайт. URL : <https://www.oxfordlearning.com/what-is-spaced-practice/> (дата звернення 08.02.2021).
3. Павелків Р.В., Вікова психологія : підручник. Київ : Кондор, 2017.469 с. URL : <https://textbook.com.ua/psihologiya/1473452495> (дата звернення 08.02.2021).

**Лінгвопрагматичні особливості засобів
привернення уваги адресата
в британському друкованому мас-медійному дискурсі**

Дослідження питань функціонування мовних одиниць та їх прагматичної функції в різних типах дискурсів, зокрема в мас-медійному, є однією з провідних та актуальних проблем сучасної лінгвістики. В умовах стрімкого та мінливого розвитку англійської лексики, поширення міжнародних шляхів комунікації, потребою розширення сучасних досліджень в області британського мас-медійного дискурсу виникає необхідність у визначенні лінгвопрагматичних особливостей засобів привернення уваги адресата. У зв'язку з цим з'являється запит на вивчення лінгвопрагматичних засобів привернення уваги адресата, що сприяють здійсненню більш глибокої характеристики британського мас-медійного друкованого дискурсу.

Мета даної роботи полягає у дослідженні лінгвопрагматичних особливостей в британському друкованому мас-медійному дискурсі, які застосовуються ЗМІ, щоб заволодіти увагою адресата.

Згідно з твердженнями А.В. Полонського, в сучасному суспільстві «найважливішою рушійною силою є інформація». Її виробництво і управління стає культурною домінуючою, тому не дивно, що «ключовим дискурсом, який реалізує рух соціальної думки і формує концептуальну картину світу людини, стає дискурс мас-медіа» [1].

Одним із видів мас-медійного дискурсу є друкований дискурс, який займає лідируючі позиції серед інших видів. У нашому дослідженні ми визначаємо друкований дискурс як окремий вид з його власними характеристиками: чіткою прагматичною метою, поданням учасників мовного акту, актуальною інформацією. Комунікативні цілі виробників друкованої продукції реалізуються за допомогою стратегій дискурсу і узгоджуються з

ментальними поняттями і мовними засобами їх представлення [2].

Кожна публікація в друкованому виданні починається із заголовку, а інколи і короткого рекламного слогану, який привертає додаткову увагу адресата. Зазначимо, що найбільш поширеними засобами уваги в друкованих виданнях британського дискурсу, за результатами дослідження, є оцінка словникового запасу, пряме звернення з використанням займенника «you», модального дієслова «*should*» і фразами в наказовому порядку. Пряме звернення до адресата з використанням особистого займенника «you» робить процес спілкування більш особистим а, отже, впливовішим.

Отже, мас-медійний дискурс передбачає підготовку медійного продукту для масового споживача, інтерпретуючи події відповідно до можливостей власних медійних ресурсів. Дискурсивні практики масмедіа окреслюють їх тематичний діапазон, а також способи і форми презентації інформації масовому споживачеві. Залежність сучасного суспільства від медійних практик робить його вразливим і відкриває можливості використання різних маніпулятивних технологій.

Список літератури

1. Полонский А. Медиа – дискурс – концепт: опыт проблемного осмысления. *Современный дискурс-анализ*. Вып. 6. URL : <http://discourseanalysis.org/ada6/st43.shtml>.
2. Тирон І. Особливості структурно-семантичної організації медійного дискурсу (на матеріалі газетних та журнальних медіа-текстів). *Нова філологія*. 2010. Вип. 38. С. 105–110.

Стратегії перекладу юридичної термінології з англійської мови на українську

Сьогодні проблема перекладу термінологічної лексики, а саме юридичних слів-термінів посідає одне з найважливіших місць у лінгвістичних дослідженнях. Прагнення до відтворення тексту оригіналу із максимальною адекватністю пов'язане з застосуванням перекладацьких трансформацій, вивченням їх основних характеристик, відмінностей та доцільністю їх використання при перекладі.

Метою пропонованого дослідження є аналіз юридичних термінів англійської мови, а також способів відтворення юридичної термінології при перекладі за допомогою перекладацьких трансформацій. Матеріалом дослідження слугував текст судового рішення Європейського суду з прав людини та його переклад українською мовою. Загальна кількість сторінок — 34. Кількість досліджених термінологічних одиниць — 168.

Термини є важливою частиною професійного спілкування. Справедливо вважається, що „термін – це словесне позначення поняття, що входить в систему понять певної області професійних знань” [2, с. 14]. Д. С. Лотте наголошує на тому, що „термін, на противагу звичайному слову, повинен виражати обмежене, твердо фіксоване поняття незалежно від контексту і бути однозначним в межах даної і споріднених дисциплін” [1, с. 4].

Під час перекладу кожен професійний перекладач має за мету якнайточніше передати зміст тексту, але не завжди можливо адекватно відтворити той чи інший термін без допомоги перекладацьких трансформацій. Ця проблема виникає через те, що інколи лексичні одиниці мови оригіналу не мають аналогів у мові перекладу. Перекладацькі трансформації є важливою складовою процесу перекладу, яка полягає в зміні формальних та семантичних частин тесту оригіналу зі збереженням основної інформації.

При аналізі тексту оригіналу та перекладу було виявлено декілька типів перекладацьких трансформацій. Так, за допомогою транскрипції та транслітерації було перекладено 2 терміни (1.19% від досліджуваного корпусу матеріалу), напр., *protocol* — *протокол*, *convention* — *конвенція*.

Калькування було застосовано при перекладі 27 термінів (16.07%), напр., *legislation* — *законодавство*. За допомогою компресії перекладач відтворив 5 термінів (2.98%), напр., *the Office of the Government's Agent* — *Орган представництва*, *one month time limit* — *місячний строк*, а декомпресія використовувалася при перекладі 23 термінологічних одиниць (13.69%), напр., *civil rights* — *права цивільного характеру*, *claim* — *позовна вимога*.

Розглядаючи нижчецитований випадок антонімічного перекладу „*The applicant was awarded 2,000 euros (EUR) by way of just satisfaction in respect of non-pecuniary damage; — Заявниці було присуджено 2000 євро відшкодування моральної шкоди в якості справедливої сатисфакції*” можемо сказати, що автор замінює заперечну форму слова стверджувальною. Загалом виявлено 2 випадки антонімічного перекладу (1.19%).

Отже, юридична термінологія англійської мови охоплює різні типи слів-термінів, переклад яких не завжди можна відтворити за допомогою дослівного перекладу, у зв'язку з чим перекладач використовував такі трансформації як: транскрипцію та транслітерацію — 2 терміни (1.19%), калькування — 27 термінів (16.07%), компресію — 5 термінів (2.98%), декомпресію — 23 терміни (13.69%), антонімічний переклад — 2 терміни (1.19%). Аналізуючи наведені кількісні дані можемо стверджувати, що перекладач найчастіше використовував калькування та декомпресію.

Список літератури

- 1.Лотте Д. С. Основы построения научно-технической терминологии : монография. Москва : АН СССР, 1961. 158 с.
- 2.Суперанская А. В., Подольская Н. В., Васильева Н. В. Общая терминология: Вопросы теории : монография. Москва, 2012. 248 с.

Валентина Струк
Науковий керівник – доц. Кійко Ю.Є.

Топологія сучасних німецькомовних пісень у лінгводидактичному аспекті

Використання пісенного матеріалу на уроках німецької мови як іноземної на різних рівнях її опанування, без сумніву, сприяє ефективному формуванню різноаспектних мовних компетенцій в учнів ЗНЗ. За шкалою ALTE (The Association of Language Testers in Europe), виокремлюють шість рівнів володіння іноземною мовою: інтродуктивний – A1, середній – A2, рубіжний – B1, просунутий – B2, автономний – C1 і компетентний – C2 (пор. [2]).

Мета дослідження – типологія сучасного німецькомовного пісенного матеріалу за рівнями володіння мовою для впровадження на уроках німецької мови у ЗНЗ.

Матеріалом дослідження слугували 90 німецькомовних пісень, відібраних методом суцільної вибірки на авторитетних сайтах «LERNOX» (<http://lernox.de/deutsch-daf-daz>) та «DeutschMusikBlog» (<https://deutschmusikblog.de/>). Пісні підібрані за такими критеріями: актуальність, суспільний інтерес, нейтральна загальноприйнята лексика, чітка вимова, можливість використання матеріалу в навчальних цілях (пор. [1]).

До рівня A1 віднесено 17 музичних творів. На цьому рівні відбувається ознайомлення з такими комунікативними ситуаціями як привітання/прощання, представлення себе; опанування німецької артикуляції та базового лексико-граматичного матеріалу. Учні мають розуміти елементарні слова, вести коротку бесіду, а також вміти виконувати прості лексико-граматичні завдання. Однією із пісень, яку можна використати на цьому етапі, є «1, 2, 3 Zahlen Lied – zählen lernen mit Tieren und Co». З її допомогою формуються фонетичні та лексичні навички (вимова голосних і приголосних, вивчення цифр, кольорів, а також живих та неживих істот).

Для рівня A2 відібрано 31 пісня. На цьому етапі учень повинен вміти висловлювати свої думки з простих тем у минулому часі, наприклад, «Як я провів свої літні канікули». Тут можна

використовувати, наприклад, пісню «Oft gefragt» (AnnenMayKantereit). Вона допоможе засвоїти утворення минулого часу (Perfekt), сталі лексичні словосполучення, до прикладу, *zu Hause, in der Nacht*, а також ознайомитися з деякими лінгвокультурними даними.

42 твори запропоновано для використання на рівні B1. На цьому етапі учень повинен володіти більшим лексичним запасом завдяки опануванню синонімами/антонімами базових слів, вміти їх використовувати для впевненого спілкування на загальні теми, включаючи опис своїх планів тощо. На уроках цього рівня можна використати пісню «Stillstand» (гурт LaConfianza), в якій наведено синонімічні вирази, наприклад, *schweigen – wortlos sein* тощо. Текст пісні багатий також на прислів'я, які люблять вживати в Німеччині, як-от: *Stille Wasser sind tief, Liebe macht blind*.

Отже, аналіз сучасного німецькомовного пісенного матеріалу при дотриманні певних дидактичних критеріїв дозволив покласифікувати 90 музичних творів за загальноприйнятою шкалою вимірювання рівня володіння мовою для використання на заняттях з німецької мови в ЗНЗ. Запропоновані пісні сприятимуть інтенсивному розвитку фонетичних, лексичних та граматичних мовних навичок.

Список літератури

1. Використання пісень на уроці іноземної мови. *Buki*: веб-сайт. URL : <https://buki.com.ua/blogs/vykorystannya-pisen-na-urotsi-inozemnoyi-movu/>.
2. Копил О.А. Оцінювання мовних досягнень – 2В ornot 2В? *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія: Педагогічні науки*. 2016. № 137. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuP_2016_137_58.

**Лінгвістичні особливості англомовних
рекламних текстів**

Рекламний текст – це сукупність змісту реклами і її форми, тобто симбіоз "думок" і "висловів". Будучи засобом масової комунікації, реклама спирається на умови тотожності лексичних фонів і фонових знань як інформатора, так і того, хто приймає інформацію. У зв'язку з цим, реклама як особливий вид соціальної інформації охоплює практично всі сфери культурного, економічного, соціального життя і побуту.

Реклама значною мірою впливає на життя суспільства: вона присутня у більшості сфер людської діяльності і є механізмом передачі інформації, суджень та шляхом впровадження продукції на нові ринки. Перекладені рекламні тексти – це засоби, які дозволяють зарубіжним компаніям здобути відомість та завоювати репутацію серед покупців в інших країнах. Успіх рекламної кампанії безпосередньо залежить від якості її перекладу, який вважається свого роду мистецтвом і вимагає від перекладача не тільки гарного володіння лінгвістичними та стилістичними навичками, але й таких якостей, як креативність, влучність, обізнаність в культурних традиціях мови перекладу.

Отже, дана тема є досить актуальною. Існує необхідність в системному вивченні такого складного та динамічного явища, як рекламний текст, та аналізі лінгвостилістичних особливостей, які можуть вплинути на процес перекладу.

Дане дослідження присвячене розгляду і аналізу текстів англомовної реклами, а також лексичних особливостей даних текстів і труднощів при їх перекладі на українську мову.

Метою даного дослідження є виявлення основних лінгвістичних особливостей рекламних текстів та факторів, що впливають на процес їх соціолінгвістичної адаптації до мови перекладу. Матеріалом дослідження слугують англомовні рекламні тексти та слогани провідних зарубіжних компаній, виокремлені із засобів масової інформації, а також авторські варіанти їх перекладу українською мовою.

Проаналізувавши матеріали з цієї теми, можна виділити такі фактори, що впливають на добір лексичного матеріалу, який буде використаний при перекладі рекламних текстів: 1) Тип рекламованого об'єкта.

2) Тип впливу на цільову аудиторію: метод агресивного або м'якого впливу.

3) Гендерне спрямування впливу рекламного тексту.

4) Використання прикметників.

Можна зробити висновок, що переклад рекламних текстів – складний, творчий процес, який потребує врахування багатьох факторів.

Список літератури

1. Науменко Л.П., А. Гордєєва. Практичний курс перекладу з англійської мови на українську: навч. посіб. Вінниця : Нова книга, 2011. 138 с.

2. Christelle K.F. The translation of advertisements: issues of semiotics, symbolism and persuasion URL :

<http://wiredspace.wits.ac.za/handle/10539/12095>

Маріна Тодераш

Науковий керівник – доц. Беженар І.В.

Особливості перекладу назв кінофільмів з англійської мови на українську

Переклад кінофільмів є важливою у наш час і в нашій країні галуззю творчого і комерційного перекладу. Будь-який фільм може привернути світову увагу, особливо з додатком у вигляді дубляжу чи субтитрів, які представлені діалогами або монологами. Аналіз назв кінофільмів в оригіналі і в перекладі з оглядом теоретичних відомостей з перекладознавства показує доволі строкату картину. Тому тема даного дослідження є наразі актуальною, як ніколи, адже щорічно випускаються в прокат, дублюються і перекладаються численні кінофільми англійською мовою. Люди формують та доповнюють своє враження про ту чи іншу країну завдяки побаченому, і не завжди замислюються, чи повністю відповідає побачене (почуте) дійсності.

Мета дослідження – проаналізувати та виявити особливості перекладу назв кінофільмів з англійської мови на українську.

Значення перекладу для культури та чинники, що впливають на це значення, – це зв'язки з іншими культурами, певні зовнішні чинники, особливості вихідної мови і мови перекладу, культурні особливості обох сторін, а також характер соціального розшарування суспільства і відповідних мовних відмінностей різних соціальних шарів.

У процесі перекладу текст переадресовується іншомовному реципієнту з урахуванням прагматичних відношень мови перекладу, тобто тієї реакції, яку викликає текст. При цьому відбувається прагматична адаптація вихідного тексту, враховуються соціальні, культурні, психологічні та ін. розбіжності між одержувачами тексту оригіналу та тексту перекладу [1,2]. Основні прийоми перекладу та адаптації назв кінофільмів досліджували такі науковці, як А.Д. Швейцер та В.Н. Комісаров, П.В. Іванова, М.А. Кулініч, І.Г. Мілевич, І.В.Наговіщина, Е.Ж. Бальжінімаєва, тощо до тверджень яких ми і зверталися в ході роботи. При перекладі будь-якого тексту, перекладач користується певними технічними прийомами, які порушують форма-

льну подібність перекладу оригіналу, але забезпечують досягнення більш високого рівня еквівалентності. [3]. «Комунікативна здатність носіїв мови включає, окрім мовного знання, уміння інтерпретувати мовний зміст вислову і виводити з нього контекстуальний і імпліцитний сенс», - пише В.Н. Комісаров [4].

Е.Ж. Бальжінімаєва виділяє найбільш загальні і широко поширені прийоми: прямий переклад, трансформація назви, заміна назви фільму. Транскрипція, транслітерація («Larry Crowne» - «Ларрі Краун»), розширення назви («The Grinch» - «Грінч – викрадач Різдва»), опущення («Stop on the open road» - «Зупинка на перегоні») - це прийоми перекладу назв. Жанрова адаптація («Gun Shy» - «Супершпигун»), евфемізуючий переклад («В джазі тільки дівчата» - «Some like it hot») є тактиками перекладу назв [5].

За результатами проведеного в ході дослідження аналізу ми виявили, що найпоширенішим способом перекладу є цілісне переосмислення, оскільки структура назв більшості фільмів не відповідає природі української мови, що робить використання цілісного переосмислення найкращим способом перекладу для досягнення благозвучності назви фільму українською мовою.

Важливість здійснення якісного перекладу фільмонімів відіграє вагомий роль в кіноіндустрії, адже саме від привабливого заголовку фільму залежить подальший успіх картини для широкої аудиторії, яка приносить творцям стрічки і славу, і визнання, і дохід.

Список літератури

1. Бальжинимаева Е.Ж. Стратегии перевода названий фильмов. Улан-Уде, 2009. 123 с.
2. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. Москва : Высш. шк., 1990. 325 с.
3. Коптілов В.В. Теорія і практика перекладу: Навч. посіб. Київ : Юніверс, 2003. 280 с.
4. Корунець І. В. Вступ до перекладознавства. Вінниця : Нова книга, 2008. 512 с.
5. Корунець І.В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад): підручник. Вінниця : Нова Книга, 2003. 448 с.

Основні характеристики та особливості усного послідовного перекладу

Актуальність дослідження полягає в затребуваності усного перекладу, так як в сучасному світі розвиток партнерських та ділових міжнародних відносин був би не можливим без активної участі у ньому перекладача. Одним з найпопулярніших є саме усний послідовний переклад, оскільки він являється головним інструментом під час ведення бізнес-переговорів або тематичних конференцій [3].

Метою дослідження є виявити характеристики та особливості усного послідовного перекладу.

Послідовний переклад відзначається рядом темпоральних, технічних, стилістичних та просторових властивостей.

Темпоральні особливості включають:

- залежність від швидкості та перерв у мовленні промовця;
- доволі довгочасне звучання фрагмента вихідної мови;
- поділ у часі звучання мови оригіналу та мови перекладу;
- синхронне здійснення різних видів діяльності, до яких належать прослуховування і фіксація, прочитання запису і говоріння.

Технічний аспект стосується техніки занотовування як помічного засобу для запам'ятовування та аналізу інформації [1]. Перекладач має право самостійно вирішувати чи є потреба в нотуванні інформації для перекладу, беручи до уваги сукупність факторів і причин: тематичну специфіку інформації для перекладу, комунікативну мету перекладу, загальну фізичну можливість проведення таких записів [2, с. 33].

Для стилістичних рис послідовного перекладу характерними є високий рівень формальності, яка включає велику кількість мовних кліше, стійких зворотів, наявність емоцій, порівнянь та змістовність, що притаманно офіційному стилю і публічним ви-

ступам, що є не мало важливим, в іншому випадку реципієнти зіткнуться з некомпетентним перекладачем [1].

Просторове розташування перекладача по відношенню до аудиторії є доступним, наприклад на сцені або за столом переговорів, таким чином слухачі можуть одночасно давати оцінку вербальному та невербальному елементам перекладу [1].

Отже, усний послідовний переклад відіграє досить велику роль в міжнародних відносинах. Він застосовується на різноманітних заходах, таких як переговори, презентації, двосторонні зустрічі, інтерв'ю, вітальні виступи, трапези, публічні заходи, до яких відносять брифінги, конференції, прес-конференції, семінари, конгреси тощо.

Усний послідовний переклад вирізняється технічними, темпоральними, стилістичними та просторовими характеристиками. Техніки нотування є необхідними, коли оратор має досить тривалу промову, тоді перекладач застосовує скорочення, символи та ін. для полегшення роботи пам'яті.

Стилістичні особливості є також значимими в послідовному перекладі, адже перекладач повинен правильно передати стійкі звороти, вирази вихідної мови цільовою. Просторові властивості дають можливість реципієнтам правильно оцінити перекладача. Стосовно темпоральних ознак, слід зазначити, що переклад повинен контролювати одночасно декілька видів діяльності для найбільш правильного та точного перекладу.

Список літератури

1. Види усного перекладу. URL : https://msn.khnu.km.ua/pluginfile.php/404151/mod_resource/content/1/1%20Consecutive%20translation.pdf.
2. Гунчик І.О., Андрієвська В.В. Технологія перекладацького скоропису у навчанні усного послідовного перекладу: науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія 11-та. "Філологічні науки". *Мовознавство*, 2019. 33 с.
3. Усний переклад. URL : <https://www.jmorning.com.ua/ua/services/ustnyy-posledovatelnyy-perevod/>.

Богдан Тригук

Науковий керівник – доц. Смірнова М.Р.

Урок іноземної мови у НУШ

Реалізація концепції НУШ спрямована на розвиток найбільш необхідних для життя дитини навичок. Такими вважаються критичне мислення, прогнозування, висунення гіпотез, порівняння і зіставлення, узагальнення, оцінка суперечностей, вибір альтернативи, прийняття обґрунтованих рішень, повага і розуміння думок інших, донесення власної думки, вміння співпрацювати; логічне конструювання висловлювань, використання засвоєної інформації в нових ситуаціях. В рамках НУШ, завдання педагога - формування компетенцій, серед яких, зокрема: спілкування іноземними мовами, яке передбачає можливість розуміти прості висловлювання, спілкуватися іноземною мовою у відповідних ситуаціях, володіти навичками міжкультурного спілкування [1].

Варто зазначити, що питання реалізації концепції нової української школи було розглянуто великою кількістю науковців. Значний вклад у розвиток даного питання внесли роботи О. Беляєва, В. Бурової, М. Вашуленко, Л. Варзацької, Л. Калініної, О. Локшиної, Г. Матвєєвої, І. Маріуц, В. Мелешко, О. Онаць, І. Осадчого, Н. Островерхової, В. Паламарчук, Л. Парашенко, О. Пастовенського, О. Савченко, В. Рогової, Я. Стемковської, Л. Шалаєвої, М. Шевцова.

Ознайомлення та введення в процес вивчення іноземної мови є одним з найбільш важливих завдань вчителя, що зумовлено специфікою вікової категорії дітей – 1-4 класи. Характерною для цього віку є навчальна діяльність, що здійснюється дітьми у формі гри. Викладач іноземної мови не лише навчає учнів та формує в них почуття комунікативної компетенції, а й виховує їх, розвиває в них почуття поваги до культури та традицій країни, мова якої вивчається, заохочує кожного учня до сумісної праці та активної діяльності [4, с.88].

Метою діяльності вчителя іноземної мови у НУШ є зацікавлення дітей навчанням, підготовка уроків з урахуванням інтересів учнів таким чином, щоб вивчення мови відбувалося на пі-

дсвідомому рівні. Тому у початковій школі уроки іноземної мови мають такі форми: урок-подорож, урок з експериментами, урок-казка [2, с.150-151]. При цьому, кожен урок важливо наповнювати дидактичними іграми, інтерактивними завданнями та цікавими історіями.

Для проведення уроків іноземної мови у середній та старшій школі від викладача вимагається використання способів та засобів мотивації, які впливають на якість проведеного уроку та на рівень знань учнів. Доцільно формувати природне середовище так, щоб учні могли відчути себе впевненіше, не забуваючи про те, що урок має бути цікавим. До кожного учня, незалежно від його рівня володіння мовою, вчитель НУШ має ставитись із повагою, обов'язково даючи кожному з учнів позитивний відгук. Оскільки для вчителя найбільш важливим в процесі навчання виступає не скільки сам акт передачі інформації, скільки її оцінка слухачами, тобто ступінь позитивної взаємодії вчителя та учнів [3, с.256].

Отже, доцільно зробити висновок про те, що на сьогодні вчителю важливо бути зацікавленим в проведенні якісного уроку. Це, у свою чергу, вплине на якісь викладання іноземної мови в НУШ. Таким чином, саме педагог має докласти максимум зусиль для підготовки уроку, застосовувати дидактичні ігри, тематичні питання та завдання, тощо.

Список літератури

1. Наказ МОН №406 від 20.04.2018 "Про затвердження типової освітньої програми закладів загальної середньої освіти III ступеня"

2. Нова українська школа: порадник для вчителя / за заг. ред. Бібік Н. М. Київ : ТОВ «Видавничий дім «Плеяди», 2017. 206 с.

3. Пальчевський С. С. Акмеологія : навч. посібник. Київ : Кондор, 2008. 398 с.

4. Руднева Т.И. Основы педагогического профессионализма. Самара : СИУ, 1996. 388 с.

Еріка Тудовші

Науковий керівник – к.ф.н, доц. Косенко А.В.

Особливості вживання ідіом в англомовних медійних текстах

Помітну роль у контексті культури відіграють фразеологічні одиниці, які в силу свого образного емоційно-експресивного характеру виступають в якості найважливіших мовних засобів, які забезпечують виразність і красу форми.

До сьогодні у мовознавців не склалося єдиної думки про те, які мовні утворення слід зараховувати до фразеологізмів. Оскільки не всі типи фразеологічних одиниць мають однакові ознаки, це ускладнює вироблення єдиного визначення. У даному аналізі ми будемо використовувати термін фразеологізм, на позначення «лексико-граматичної єдності двох і більше нарізно оформлених компонентів, граматично організованих за моделлю словосполучення чи речення, яка, маючи цілісне значення, відтворюються у мові за традицією, автоматично». Дане дослідження присвячене практичному вивченню особливостей вживання ідіом у медіа текстах, а саме на основі матеріалу BBC. Проаналізований матеріал дозволяє ширше вивчити використання чотирьох типів ідіоматичних одиниць, а саме:

- 1) фразові дієслова, які пишуться із прийменниками або прислівниками, наявність яких змінює основне значення дієслова. Так у реченні “Why don’t the benefits of sharper intelligence pay off in the long term?”, pay off – фразове дієслово, оскільки окремо дієслово «pay» має значення «to give money to someone for something you want to buy or for services provided», а з додаванням прислівника «off» змінює своє значення на «a result that rewards you for your effort or work». Таким чином, фразові дієслова можуть змінити значення усього речення.
- 2) фразеологічні сполучення, які на відміну від фразових дієслів, які різняться видами та формами (часовими), мають одну фіксовану форму та їх значення у словниках. Під час спілкування, їх застосування виникає автоматично, як у наступному прикладі: Scotland didn’t have any colonies of her own, after all. Тут after all має два значення: despite earlier problems or doubts (не дивля-

чись на) [40] та used to add information that shows that what you have just said is true (після всього; зрештою). З контексту речення з'ясуємо, що друге значення after all відповідає смислу “зрештою”.

- 3) фразеологічні єдності, значення яких, на відміну від фразових дієслів та фразових словосполучень можливо зрозуміти при дослідженні семантики їх елементів. Фразеологічна єдність at first glance має прозоре значення. Так, при дослідженні семантики кожного елементу, ми отримуємо: at first glance – “на перший погляд”. Вираз «на перший погляд» в українського читача асоціюється зі значенням «спочатку», тому при з'ясуванні значення не виникає труднощів.
- 4) фразеологічні зрощення, які відносять до найскладнішої лексики, оскільки зрозуміти значення без дослідження семантики їх елементів неможливу, а отже необхідно звертатися до словника ідіом або фразеологізмів. Так, у реченні “Yet there is a silver lining (and I'm not talking about your hair)”[BBC], фразеологічне зрощення a silver lining є частиною фразеологічного зрощення a silver lining – every cloud has a silver lining. При послівному дослідженні семантики ми отримуємо: every cloud has a silver lining – “кожна хмара має сріблясту підкладку”. Судячи з аналізу, зовсім не зрозуміло значення виразу. При зверненні до словника, ми з'ясуємо справжнє значення: every cloud has a silver lining – [кожна складна або неприємна ситуація має певні переваги] – “після дощу завжди веселка”.

Автори статей журналу «BBC» надають перевагу двом типам фразеологізмів – фразеологічним єдностям – 40% та фразовим дієсловом – 33%. У двічі менше складають фразеологічні зрощення – 17% та найменше було зафіксовано фразеологічних сполучень 10%.

Список літератури

1. Ажнюк Б. М. Англійська фразеологія у культурно-етнічному висвітленні. Київ, 1989.
2. Виноградов В. В. Избранные труды. Лексикология и лексикография. Москва : Наука, 1977. С. 39-40.

Інформаційна компетентність як структурний елемент фахової компетентності перекладача і шляхи її формування

Із розвитком глобалізації та міжнародних відносин професія перекладача займає важливе місце на ринку праці та вимагає від її представників високого рівня професійної підготовки. Сьогодні професія перекладача полягає не лише у володінні іноземними мовами на високому рівні, а й у наявності фахової компетенції, під якою розуміють сукупність знань, умінь та практичних навичок, які перекладач застосовує у своїй професійній діяльності [1].

Актуальність теми дослідження зумовлена структурним компонентом фахової компетентності – інформаційною компетентністю, яка вже була об'єктом дослідження багатьох науковців у різних аспектах, проте шляхи та способи її формування ще не розглядалися.

Метою даного дослідження є розробка вправ для розвитку інформаційної компетентності перекладача на лексичному, синтаксичному, функціональному рівнях та на рівні тексту.

Сьогодні на перекладацькому ринку мають попит тексти галузі юриспруденції, які широко використовуються не лише спеціалістами цієї галузі, а й пересічними людьми, внаслідок чого попит на ці тексти зростає кожного дня.

На лексичному рівні було створено декілька вправ:

1. Знаходження відповідника. Необхідно створити таблицю, яка поділена на два стовпчика: у першому знаходяться німецькі терміни, у другому – їхні українські відповідники. Завдання полягає у їхньому співвіднесенні.

2. Знаходження відповідника у тексті. На опрацювання надається німецький текст у галузі юриспруденції, після якого поданий перелік українських слів та виразів із тексту. Завдання полягає у знаходженні німецького відповідника у тексті.

3. Вибір слова, яке відповідає контексту. Необхідно створити речення із пропущеними словами та надати можливі варіанти

відповіді. Завдання даної вправи полягає у виборі слова або словосполучки, які найбільше відповідають контексту.

4. Співвіднесення картинки зі словом або виразом. Завдання полягає у співвіднесенні картинки з відповідним словом чи виразом, яке зображено на ній. Цікавим є те, що у даній вправі залучено візуальне сприйняття.

5. Поняття – визначення. Необхідно створити таблицю, поділену на два стовпчика: у першому знаходяться поняття, у другому – їхні визначення. Завдання полягає у знаходженні відповідного визначення.

Функціональний рівень є також досить важливим для перекладачів, тому розробка вправ на даному рівні є актуальною. Крістіане Норд розрізняє чотири основні комунікативні функції: інформативну, експресивну, апелятивну та фатичну [2]. Одна із вправ на цьому рівні – це аналіз коміксів із юридичною термінологією, створених німецькою мовою. Завдання полягає у виявленні відповідних функцій у тексті та їх визначенні.

Подані вправи допоможуть майбутнім перекладачам розвивати інформаційну компетентність, а саме швидко здійснювати пошук необхідної для них інформації, виділяти в ній головне, працювати з різними джерелами інформації, визначати функції тексту та як правильно передати їх у цільовому тексті. Не менш важливим є також те, що водночас із вихованням інформаційної компетентності збагачується та збільшується словниковий запас, що є не менш важливим для професійної діяльності перекладача.

Список літератури

1. Черноватий Л. М. Проблематика досліджень у галузі методики навчання перекладу як спеціальності. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна*. 2004. № 635. С. 192-197.
2. Nord C. *Fertigkeit Übersetzen*. Berlin: Bundesverband der Dolmetscher und Übersetzer e.V. (BDÜ), 2010. 245 s.

Інна Халай

Науковий керівник — Павлович Т.І.

**Структурна класифікація лексичних одиниць:
нейтрально-забарвлених, емоційно забарвлених та бук-
вальних слів**

Словарний запас мови ніколи не залишається стабільним. З часом деякі слова зникають і з'являються нові слова. Це відбувається у зв'язку з розвитком людських знань, зі змінами в соціальній системі, із зростанням і розвитком культури. Слова, які зникають з мови, називаються застарілими. Вони можуть залишатися у використанні для спеціальних цілей як архаїзми. [2, с.102].

Існують слова, які позначають загальноприйняті явища, які не підлягають поясненню та обґрунтуванню – це нейтрально-забарвлені слова.

Мета роботи полягає у тому, щоб всебічно дослідити вживання різноманітних слів англійської мови у сучасній літературі. Об'єктом дослідження є лексичні одиниці які вживаються у діалогічному мовленні головних героїнь сучасного роману. Матеріалом дослідження слугував роман Ліан Моріарті «Велика маленька брехня».

Для проведення аналізу будуть використані праці мовознавців та лінгвістів, а саме О.Д. Пономарьова, А.А. Полікарпова, У. В. Жорнокуя, О.В. Мурдускіної, П.Ньюмарка. Отримані результати можуть бути використані у лексикології та для характеристики лексики у сучасній літературі.

Про класифікацію слів у англійській мові писали багато лінгвістів. За дослідженнями такого мовознавця, як П.Ньюмарк загальна класифікація слів виглядає наступним чином:

- нейтрально-забарвлені (neutral)
- емоційно-забарвлених (colloquial)
- буквальних (literal) [4]

Кожній групі слів притаманна своя сфера вживання, де вони використовуються у своєму прямому значенні, не набуваючи емоційно-експресивних відтінків. [3, с.36].

Російські вчені А.А. Полікарпов і В.Я. Курлов запропонували свою класифікацію лексичного складу національної мови, яка базується на опозиції стилістично маркованої і стилістично нейтральної лексики. Вони розподілили всю лексику за такими критеріями:

1. з погляду історичної перспективи - застарілі слова і значення, архаїзми;

2. за територіальною обмеженістю обласні і регіональні слова, діалектизми;

3. за функціональною ознакою (зв'язок іншою сферою чи спілкування) - загальноживана лексика і лексика, властива певним функціональним стилям.

4. за віднесеністю до різних стилістичних шарів літературної мови "високі" і "низькі" лексичні одиниці. а також проміжний шар нейтральні одиниці;

5. за наявністю/відсутністю в лексичних одиницях експресивно-емоційного забарвлення: лайливі, зневажливі, жартівливі слова, евфемізми [1, с.6].

Отже, дослідженням даної теми займалися науковці протягом довгих років і досі питання класифікації слів до кінця не визначено, бо словарний запас з кожним днем збільшується та змінюється. Особливо помітні зміни у сучасній літературі, де застаріла лексика вживається разом з словами, які досить недовго існують.

Перспективою подальших досліджень вважаємо порівняння вживання лексичних одиниць у кількох англословних романах цього автора.

Список літератури

1. Грицай І. В. Диференціація лексики у телевізійних ЗМІ. Київ, 2015. 6 с.

2. Жорнокуй У. В. Курс лекцій з «Порівняльної лексикології англійської та української мов» : навчально-методичний посібник. Київ: 2014. 102 с.

3. Пономарів О. Д., Стилістика сучасної української мови : підручник. Київ : Либідь, 1993. 36 с.

4. Newmark P. A book of translation. Prentice Hall, 1988. 311 p.

Методика формування іншомовної компетентності читання в учнів старшої школи

Однією з проблем методики навчання іноземної мови є навчання компетентності читання в учнів старшої школи. До цього часу в педагогічній науці немає єдиного поняття компетентності. Проаналізувавши різні джерела, можемо виокремити наступні визначення цього терміну. Так, у Державному стандарті початкової загальної освіти зазначено, що освітня компетентність – сукупність знань, умінь, навичок, ставлень учня, які він має набути у процесі навчання [2]. Науковці С. Шишов, та В. Кальней зазначають, що компетентність – це загальна здатність, що основана на знаннях, досвіді, цінностях, схильностях, які надбано завдяки навчанню. Читання – рецептивний вид мовленнєвої діяльності, спрямований на сприйняття і розуміння писемного тексту. Читання з точки зору розумових процесів протікає на різних рівнях: від вміння зрозуміти зміст приблизно до творчого прочитання, при якому читач не тільки відтворює хід думок автора, а й порівнює, синтезує прочитане, приймає або відкидає основну думку, реорганізує свою думку або встає на нову точку зору [1, с. 232]. Компетентність у читанні – це здатність читати автентичні тексти різних жанрів і видів із різним рівнем розуміння змісту в умовах опосередкованого спілкування [3, с.457].

До вмінь компетентності читання відносяться мовленнєві, навчальні, інтелектуальні, організаційні вміння. Формування компетентності читання передбачає набуття учнями знань, формування навичок та розвиток умінь читання. Набуття знань включає оволодіння мовними, країнознавчими й лінгвокраїнознавчими знаннями.

Сучасна методична наука володіє великою кількістю досліджень, присвячених питанню формування іншомовної компетентності читання в учнів. Сьогодні картина, що склалася у сфері освіти, піддається істотним змінам. Так, спостерігається прагнення з нуля переосмислити деякі принципові позиції. Ви-

никає потреба показати реальні комунікативні потреби учнів, врахувати специфіку становлення умінь читання, орієнтуючись на особистість учня, який читає, як активного «співучасника» процесу навчання.

Сучасна методика навчання компетентності читання передбачає, що викладачам необхідно знати новітні методи викладання іноземної мови, аналізувати спеціальні навчальні техніки і прийоми, щоб оптимально підібрати метод викладання відповідно до рівня знань, потреб, інтересів учнів. Така методика вимагає від викладачів креативного підходу до кожного уроку іноземної мови. У текстах повинні бути описані конфлікти та події, які зможуть не тільки зацікавити учнів, але і будуть спонукати їх до висловлювання власної думки. Таким чином, сучасна методика базується не на виконанні граматичних вправ, а спрямована на оволодіння учнями комунікативними навичками.

Отже, читання – важливий вид мовленнєвої діяльності, спрямований на сприйняття та розуміння писемного тексту. В основній та старшій школі, за вимогами програми, учні мають читати тексти, які будуються на фактичному матеріалі про країну та її народ, мова якого вивчається, а також включають відомості з найрізноманітніших галузей людських знань (науково-популярні тексти). Також тексти повинні відповідати віковим особливостям, інтелектуальному рівню та інтересам учнів.

Список літератури

1. Британ Ю. В. Експериментальна перевірка ефективності методики формування англомовної професійно орієнтованої читацької компетентності засобами інтернет-ресурсів. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Сер. : Педагогічні науки.* 2013. Вип. 111. С. 44-47
2. Методика навчання іноземних мов і культур: теорія і практика : підручник для студ. класичних, педагогічних і лінгвістичних університетів / Бігич О. Б., Борисенко Н. Ф., Борецька Г. Е. та ін.; за загальн. ред. С. Ю. Ніколаєвої. Київ : Ленвіт, 2013. 590 с.
3. Рубо И. Г. К вопросу о психологической характеристике стратегий чтения научного текста. *Иностранный язык для специалистов. Психологические, методические, лингвистические аспекты. Каф. иностр. языков АН СССР* / отв. ред. Цвилинг М. Я. Москва : Наука, 1990. С. 3 – 10.

Порівняльний аналіз перекладу метафори в рекламі з англійської мови на німецьку та українську

Проблемі дослідження метафори присвячено чимало наукових праць, від Арістотеля до Жан-Жака Руссо, Гегеля, Ернста Кассіраера, Хосе Ортега-і-Гассета та ін. Аналіз метафори саме як елементу рекламного дискурсу не втрачає своєї актуальності. Адже реклама є поєднанням вербальних та невербальних засобів та передбачає їх тісну взаємодію. Наприклад, візуалізація вербальної метафори допомагає сприйняти текст, проте не матиме того ж значення без тексту, що доповнює візуальний компонент. У цьому контексті дослідники говорять саме про рекламний дискурс, який поєднує і текст, і контекст [1, 2]. Тому адекватний переклад метафори як елемента рекламного дискурсу відіграє ключову роль у формуванні цілісного образу реклами.

Mema нашої наукової розвідки – здійснити порівняльний аналіз перекладу метафори у рекламі з англійської на українську та німецьку мови. *Об’єкт дослідження* – метафора в сучасному англомовному рекламному дискурсі.

У науковому товаристві загальноновизнаними є такі способи перекладу метафори, як точна відповідність (*Eins-zu-Eins Übertragung*), семантична чи формальна адаптація метафори у цільовому тексті (*Adaptation*) та неметафорична парафраза (*nicht metaphorische Paraphrase*) [3]. Саме ця класифікація слугувала нам основою для проведення аналізу. Прикладом точного перенесення образу вихідної метафори засобами перекладеної мови слугує наступний приклад реклами цукерок *Skittles*:

Англійська мова	Німецька мова	Українська мова
«Taste the rainbow»	«Schmecke den Regenbogen»/«Taste the rainbow»	«Спробуй райдугу»

У даному випадку як і під час перекладу німецькою, так і українською мовою, вдалося точно передати основний рекламний прийом корпорації, яка всіляко підкреслює свою «різнокольоровість» та водночас зберегти метафоричну складову.

Натомість, слоган бренду косметики *Maybelline* вдало реалізує принцип компаративності, тобто косметичний продукт порівнюється з природньою красою людини.

Англійська мова	Німецька мова	Українська мова
« <i>Maybe she's born with it, Maybe it's Maybelline</i> »	« <i>Vielleicht ist sie damit geboren. Vielleicht ist es Maybelline</i> »	« <i>Всі у захваті від тебе, а ти від Maybelline</i> »

У даному випадку можна сказати, що «*cosmetics is like nature*», тобто бренд використовує імпліцитну метафору, яка піднімає питання про те, що краса від природи може бути досягнута або підкреслена косметикою фірми *Maybelline*, ефект якої неможливо відрізнити від природного. Німецький переклад є абсолютно еквівалентним, в той час як в українському варіанті основна ідея не була передана.

Отже, метафора є важливою складовою створення реклами, оскільки направлена на формування оригінального рекламного образу, надання оцінки та експресивності, а опис об'єктів крізь призму та якості інших відкриває унікальні можливості у сфері впливу на цільову аудиторію. Саме тому перекладачу необхідно враховувати особливості перекладу метафори у рекламному дискурсі як невід'ємної частини оригінальної рекламної ідеї.

Список літератури

1. Guy Cook. *The Discourse of Advertising*. London; New York : Routledge, 2001. 250 p.
2. Попова О. В., А. О. Довженко. Вербальна versus невербальна складова у рекламному дискурсі. *Наукові записки [Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка]*. 2017. №153. С. с. 292–298.
3. Dr. Jurgita Kohrs. *Einige Aspekte der Metapherübersetzung im literarischen Werk*. 2006. URL : <https://docplayer.org/3760891-Dr-jurgita-kohrs-einige-aspekte-der-metapheruebersetzung-im-literarischen-werk.html>.

Яна Чукур
Науковий керівник – асист. Сунько Н.О.

Типологія прецедентних феноменів у газетному заголовку та особливості їх перекладу

Газетний заголовок (далі ГЗ) – це важливий елемент будь-якого тексту, оскільки передає основне комунікативне навантаження. Згідно з дослідженнями мови ЗМІ, найпопулярнішим прийомом, що використовується при написанні ГЗ, стали інтертекстуальні посилання – саме тому дана тема залишається актуальною і потребує подальшого дослідження [1, с. 88].

Мета роботи полягає у дослідженні класифікації прецедентних феноменів (далі ПФ) у ГЗ, а також вирішенні проблеми їхньої адекватної передачі при перекладі. Поставлена мета передбачала розв'язання таких завдань: проаналізувати заголовки на наявність у них прецедентних висловлювань (далі ПВ) та прецедентних імен (далі ПІ), класифікувати їх за роками та дискурсами, здійснити переклад ГЗ з ПВ і проаналізувати його особливості.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що вперше досліджено ГЗ (за 2015-2020 рр.) з ПІ та ПВ (цитати, фразеологізми, приказки, прислів'я та інші мовленнєві формули), що належать до трьох культурологічних сфер: „Біблія”, „Міфологія”, „Література”.

Для дослідження був використаний описовий метод, щоб виокремити і класифікувати ці феномени з культурологічного словника *The New Dictionary of Cultural Literacy* [3]; порівняльний аналіз – для порівняння тексту оригіналу і тексту перекладу; зіставний метод – для порівняння ПФ у ГЗ, а також для зіставлення вищезгаданих типів феноменів; для вивчення відсоткового співвідношення використано метод кількісних підрахунків. Для дослідження ГЗ ми використовували дані з *Questia Online Library* [4] та *Gale Academic One File* [3].

ПВ – це самодостатній та завершений продукт мовномисленнєвої діяльності. Загалом ми виокремили та дослідили 170 ПВ у

1303 ГЗ (2015-2020 рр.): 65 ПВ – культурологічна сфера „Біблія” (у 816 ГЗ), 8 ПВ - „Міфологія” (90 ГЗ), 97 ПВ - „Література” (397 ГЗ). Отже, найменш популярне джерело ПВ – міфи.

Для того щоб дослідити особливості перекладу ПВ було розглянуто дві газети: *Sunday Times (London, England)* та *The Hill*. З досліджених раніше 170 ПВ у *Sunday Times (London, England)* згадуються 30: 13 ПВ – культурологічна сфера „Біблія” (у 46 ГЗ), 1 ПВ - „Міфологія” (13 ГЗ), 16 ПВ - „Література” (39 ГЗ). В *The Hill* ПВ використовуються рідко: тільки 2 ПВ у 4 ГЗ.

Прикладом може бути ГЗ *Think you're the best? Prove it; It's time to find and rank Britain's top workplaces — the companies that go the extra mile for their employees (Sunday Times (London, England), 17/07/16)*, який можна перекласти наступним чином: *Ви найкращі? Доведіть! Настав час визначити які британські компанії докладають максимум зусиль, щоб створити відповідні умови для своїх працівників*. Під час перекладу ПВ “*go the extra mile*” (адаптація частини нагірної проповіді Ісуса) не було використано буквальний (дослівний) переклад, а передано значення ПФ.

Отже, ПФ – це елементи культур, що вкорінені у свідомість представників лінгвокультурних спільнот. Пошук рішень при їх перекладі – непросте завдання, тому що вимагає не тільки знань мови, а й культурних, національно-специфічних знань. Перспективу дослідження вбачаємо у перекладі ПФ не тільки в ГЗ, а й заголовках журналів.

Список літератури

1. Киселева Н. А., Жаркова Е. С. Прецедентные феномены в газетных СМИ малого и большого города. *Вестник ВГУ. Серия: лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2017. № 1. С. 88–90.
2. Gale Academic OneFile. URL : <https://www.gale.com/intl/c/academic-onefile> (Last accessed: 24.01.2021).
3. Hirsch E. D., Kett J. F., Trefil J. *The New Dictionary of Cultural Literacy: What Every American Needs to Know*. 3rd ed. New York : Houghton Mifflin Company, 2005. 648 p.
4. Questia Online Library. URL : <http://www.questia.com> (Last accessed: 20.11.2020).

Діана Швигар

Науковий керівник – доц. Павлович Т.І.

До питання про класифікацію архаїзмів в англійській мові

Мета роботи – проаналізувати класифікацію архаїчної лексики за І.К. Білодідом.

До архаїзмів М.І. Рецкер відносить “слова і вирази, які застаріли і не використовуються в сучасній мові, тому що мають відповідні — сучасні синоніми, як, наприклад, *swain – peasant, me-thinks – it seems to me, yon – there, habit – dress, to throw – to think тощо*” [3].

Забуті носіями мови та витіснені з мови слова І. Білодід пропонує поділити наступним чином: першу групу застарілих слів назвати матеріальними архаїзмами або історизмами, а другу – стилістичними архаїзмами [1, с. 233].

І. Білодід поділяє матеріальні архаїзми (історизми) на семантичні групи:

1) слова, що характеризують соціальний стан, місце людини у суспільстві, наприклад: *merchant, yomen*;

2) назви колишніх урядових і військових чинів, адміністративних посад: *corporal, esaul, levy (a body of enlisted troops), man-at-arms (soldier)*;

3) назви не існуючих у наш час установ і організацій: *Witenagemot, Annoyance Jury, Burgesses Court*;

4) назви колишніх професій: *aledraper, cooper, tarman, bibliopole (a dealer in books), mechanical (a manual worker)*;

5) назви зниклих побутових звичаїв, давніх обрядів, релігійних свят: *professional mourning, winter/summer solstice*;

6) назви стародавньої зброї, амуніції, військових регалій: *arch, bill, bow, halberd, saddler sergeant major*;

7) назви колишніх знарядь праці: *plough, sickle, flail*;

8) назви старовинного чоловічого і жіночого одягу, взуття, головних уборів, які вийшли з ужитку: *filibeg (kilt), habiliment (clothing), kirtle (a woman's gown)*;

9) назви старовинних монет, грошових одиниць: *halfpenny, farting, guinea*;

10) назви старовинних одиниць виміру і ваги: *roll* (а U.K. unit of mass for butter and cheese equal to 680 g), *room* (а U.K. unit of mass of coal equivalent to 7,110 kg);

11) назви старовинного посуду: *stoneware*, *terracotta*;

12) імена і прізвища відомих історичних діячів: *William the Conqueror*, *Caesar*, *Alfred the Great*;

13) назви зниклих народів: *Goths*, *Etruscans*, *Babylonians*, *Aztec*, *Maya*;

14) назви колишніх релігійних організацій та їх представників: *Inquisition*, *prelatic*, *clergy* [1, с. 236].

Проаналізувавши англомовний глосарій архаїзмів [4], пропонуємо до цього списку також додати:

- медичні поняття: *botches* (sores), *matrix* (womb), *falling sickness* (epilepsy);

- назви трав та рослин: *devilmilk* (dandelion), *polipody* (anise), *pompion* (pumpkin);

- коштовне каміння та мінерали: *brimstone* (sulphur);

- тварини та рослини: *cony* (rabbit), *burgander* (a burrowduck);

- географічні назви: *Anatolia* (Turkey), *Baetica* (Spain), *Caledonia* (Scotland), *Dacia* (Romania).

Як видно з наведеної класифікації, архаїзми є складним багатоплановим явищем, яке підлягає подальшому комплексному аналізу.

Список літератури

1. Білодід І. К. Сучасна українська літературна мова. Київ : Наукова думка, 1973. 438 с.
2. Гайдученко Г. Застаріла лексика як засіб художнього втілення принципу історизму. URL : <http://ekhsuir.kspu.edu/handle/123456789/920> (дата доступу 25.11.2020)/
3. Рецкер М.І. Теорія перекладу і перекладацька практика. *Напис лінгвістичної теорії перекладу*. Москва : Міжнародні відносини, 1974.
4. Farnell K. Archaic words. URL : <https://www.skyscript.co.uk/glossarytt.html> (date of access: 20.11.2020).

Діонісія Шемчук

Науковий керівник – проф. Єсипенко Н.Г.

Методи стимулювання самостійної роботи студентів у процесі навчання іноземної мови

Розвиток інформаційних технологій значно спростив доступ студентів до додаткових матеріалів для вивчення іноземної мови. Сьогодні студенти отримали доступ до навчання у віртуальних школах та університетах, а також мають можливість користуватися безкоштовними освітніми ресурсами.

Самостійна робота перетворюється з традиційної форми організації освітнього процесу у закладах вищої освіти на інноваційний спосіб формування іншомовної компетенції фахівця, його готовності до безперервного навчання протягом життя. Усвідомлення своєї відповідальності за процес організації процесу навчання вважається найважливішим принципом автономного навчання. Автономія навчання розглядається як процес, в якому «навчаються самостійно приймають рішення в області вибору способів навчальної діяльності, форм роботи, встановлення термінів її виконання, способів контролю і оцінювання своєї роботи, перенесення її результатів в нові навчальні контексти» [1, с. 77]. Зауважимо, що в іноземній педагогічній літературі досліджуване поняття позначається як «самостійне навчання». М. Ноулз одним з перших визначив цей вид діяльності студентів/учнів як «процес, в якому студенти/учні проявляють ініціативу у визначенні своїх потреб у навчанні, формулюванні цілей навчання, визначенні фізичних і розумових ресурсів для навчання, виборі і реалізації відповідних стратегій навчання та оцінки результатів» [3, с. 18]. Автор переконаний, що проактивні студенти демонструватимуть кращі результати у навчанні і краще запам'ятовувати матеріал. Навички автономного навчання забезпечують якісну інвестицію часу і зусиль студентів у навчання. Значну роль у створенні сприятливих умов для формування у студентів умінь автономної навчально-пізнавальної діяльності відіграє викладач.

Взаємодія з викладачем здійснюється у формі консультування, а не формального навчання. Студенти мають можливість

самостійно контролювати власний прогрес навчання. Аналіз мовних потреб здійснюється у формі анкети, заснованої на 5-бальній шкалі Г. Елліса і Б. Сінклера [2, с. 6-8], де використовується низка тверджень, пов'язаних із вміннями здійснювати різні види мовленнєвої діяльності. Наприклад, «*What activities do you currently perform while using English? What are you likely to use in the future? Circle all that apply: Presentations; Listening; Writing papers; Small talk; General communication; Interviews; Reading*».

Після аналізу отриманих результатів студент може визначити пріоритетні навички та види мовленнєвої діяльності для поглибленого вивчення іноземної мови. Після виявлення потреб, студенти можуть сформулювати цілі і завдання самостійного навчання. З метою поліпшення навичок презентації, завдання можуть включати вивчення особливостей структури презентації іноземною мовою. Після формулювання цілей і завдань студенти можуть обрати ті навчальні матеріали, які найбільше відповідають їхнім потребам.

Отже, для вимірювання ефективності самостійної роботи, студенти повинні вміти оцінювати свій прогрес у вивченні англійської мови. Така самооцінка дозволить їм проаналізувати власний прогрес і визначити подальші перспективи. Мотивація студентів продовжувати самостійне вивчення іноземної мови значною мірою залежить від їх здатності розпізнати свої пріоритети у досягненні цілей навчання. Таким чином, самоаналіз і самооцінка надзвичайно важливі компоненти успішної самостійної роботи.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

4. Щолок О. Б. Компетентність самоосвіти як невід'ємна складова підготовки фахівця. Нові технології навчання : наук.-метод. зб. К.: Ін-т інноваційних технологій і змісту освіти, 2006. С. 76–78.
5. Ellis G., Sinclair B. Learning to learn English: A course in learner training. Cambridge : Cambridge University Press, 1989.
6. Knowles M. S. Self-Directed Learning: A Guide for Learners and Teachers. 1975. 135 p.

Вплив блогерського сленгу на розвиток сучасної французької мови

Інтернет заповнив наше життя. Одні вважають його всевітньою павутиною для пошуку знань, новин і новинок; інші ж сприймають як спосіб провести час, потрапляючи у залежність, так само як ігромани або наркомани. Дехто знаходить у всевітній мережі можливість професійного розвитку і заробітку, а хтось вбачає спосіб самовиразися, просунутися, стати впливовою людиною. Нерідко останні два пункти зливаються в один, і людина набуває статус «інфлюенсера».

Площадкою для творчості, роботи і самовираження цих людей став Youtube. Чому саме цей відеохостинг? Відповідь проста і полягає в популярності Ютюбу. У 2009 році близько 350 мільйонів людей відвідували цей сайт щомісяця, а уже в 2018 році YouTube має понад 1,9 мільярда підключених користувачів щомісяця: *“всі ці дані доводять потужність та популярність даного сайту і через це він є вигідним для легкого поширення та обміну різноманітного виду влогів...на сьогоднішній день це є найпопулярніший сайт з обміну відео”* [1].

Блогери, ютубери, тітокери, інстаграмщики знаходяться в центрі уваги, виступають лідерами переглядів, збирають аудиторії, збільшують кількість підписників. Найпопулярнішими, або, інакше кажучи, топовими блогами на цій платформі є:

- 1) Влоги гумористичного характеру (скетчі, пранки і т.п.);
- 2) Ігрові влоги (геймінг);
- 3) Влоги про красу, моду та фітнес (бьютіблоги) [2].

Оскільки цінності з часом міняються люди автоматично привчаються до нових норм. Так само відбулося і з блогами. І позаяк їх представники представляли з себе певну спільноту, то відповідно вони почали вводити, створювати, модифікувати і запозичувати нові терміни, які стосуються їхньої діяльності, а всім відомо, що мова не існує ізольовано, мова розвивається разом з людством. Тому з появою блогів і блогерів з'явився і бло-

герський сленг.

Дослідивши 30 відео, загальною тривалістю 12 годин, виділяємо 4 основні варіанти національної французької мови, які застосовують блогери у своєму мовленні, з яких арго – 21,2% (“*sympa*”, “*kiffer*”, “*dingue*”, “*truc*”), верлан – 19,4% (*meuf – femme, relou – lourd, reum – mère, keum – mec, reuf – frère*), франгле – 16,8% (*spoiler*, або ж французькою *divulgâcher; le brainstorming – tempête d'idées, remue-méninges*), сленг – 38,7% (*scroller, swiper, un live, le score*) (Див. рис.1).

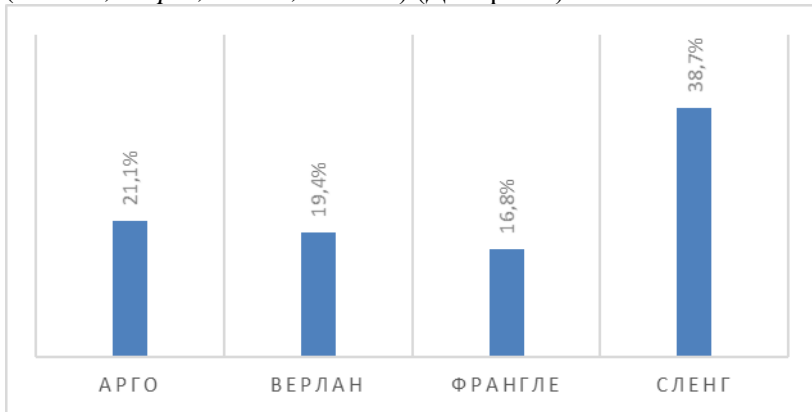


Рисунок 1. Співвідношення форм французької мови в відеоблогах

Отож, проведене дослідження дає змогу дослідити розвиток мови завдяки впливу соціальних мереж, блогів, блогерів, пізнати інтереси нинішнього покоління і використати їхні захоплення на користь, розвиваючи творчі здібності, професійні скіли (навички), опановувати новітні технології.

Список літератури

1. Plus de 2 milliards d'utilisateurs *Presse*. –2018. URL : <https://www.youtube.com/intl/fr/about/press/>. (дата звернення: 19.01.2020)
2. TOP 250 YOUTUBERS IN FRANCE, FRENCH REPUBLIC *Social Blade*. URL : <https://socialblade.com/youtube/top/country/fr/mostsubscribed>. (дата звернення 16.03.2020)

Руслана Шолда
Науковий керівник – доц. Мельник Ю.Й.

Семантичні особливості іменних композитів у творах німецьких поетів ХХ століття

Перебуваючи в постійному русі мова розвивається, удосконалюється, маючи своє сьогодення, минуле та майбутнє. Збагачення словника – це один з найважливіших факторів розвитку мови, свідчення його динамічного характеру. З розвитком суспільства з'являються нові предмети, явища, вони закарбовуються в нових словах та нових значеннях.

Кожна мова має свою унікальну будову, має свої особливості, недоліки та переваги. Так і німецька мова вирізняється серед усіх мов своєю особливістю – ні в якій мові ми не зустрінемо таку кількість композитів, тобто складних слів.

Саме тому ці лексичні одиниці постали в центрі нашого дослідження, метою якого є аналіз ліричних творів німецькомовних поетів ХХ століття (Rose Ausländer, Ingeborg Bachmann, Wolfdietrich Schnurre, Hugo Ball та інші [5]) з метою виявлення в них складних іменників з їхнім подальшим семантичним розбором, визначенням їх функцій в реченні, розкритті способів словотвору, якими найчастіше послуговуються ті чи інші автори.

Матеріал дослідження складають 600 складних іменників, дібраних методом суцільної вибірки, як-от: *Himbeerfeuer*, *Aschensommer*, *Rosenufer*, *Lammhaut*, *Buchenblatt*, *Heimatstadt*, *Gedankenort*, *Zauberzelt* тощо.

На першому етапі нашої роботи ми проаналізували вибірку за семантичним компонентом та виділили складні іменники таких ЛСГ (семантична класифікація за [1]):

1. Особа (етноніми, імена спорідненості, надприродні істоти) (83 лексеми). 2. Тварини (птахи, риби, комахи і частини їх тіл) (96). 3. Соматизми (54). 4. Атрибути людини, одяг, взуття (30). 5. Рослини (їх частини) (66). 6. Речовини і матеріали (79). 7. Простір і місце, місцезнаходження (68). 8. Будинки і споруди (частини будинків і конструкцій) (61). 9. Предмети, інструменти і пристрої (механізми, транспорт, зброя, музичні інструменти, меблі, посуд (98). 10. Їжа і напої (4). 11. Кванти і порції речовин,

кількість, одиниці виміру, сукупність об'єктів (1). 12. Рух (зміна положення тіла) (11). 13. Діяльність, фізичний вплив, дія (32). 14. Буття (існування, початок, кінець, зміна стану або ознаки), стани, події (28). 15. Посесивна сфера (34). 16. Ментальна сфера (24). 17. Сприйняття (26). 18. Психічна сфера (емоція, воля) (31). 19. Мова, мовлення, ЗМІ (9). 20. Фізіологічна сфера, хвороба (39). 21. Поведінка і вчинки людини, взаємодія та взаємовідносини (29). 22. Якості людини (15). 23. Природні явища і стани (72). 24. Звук, колір, світло, смак, запах, температура (45). 25. Час, вік (16). 26. Параметри, фігури, ознаки предмету, вид, спосіб (28).

Як бачимо, найчастіше в ліриці трапляються складні іменники на позначення абстрактних понять (110 одиниць, напр., *Liebeswort*; *Totenstille*; *Wortfetzen*), предметів (98 лексем, напр., *Taschenuhr*; *Brautschmuck*; *Opferkrug*), тварин (96 іменників, напр., *Laubvogel*; *Taubenschnur*; *Regenwurm*), осіб (83 одиниці, напр., *Altersgenosse*; *Seefahrer*; *Friedensheld*).

Такі результати аналізу свідчать про те, що в ліричних творах автори перш за все приділяють увагу абстрактним поняттям, якот: *Sternenwunder* „зоряне диво”; *Zauberstrahl* „чарівний промінь”; *Zukunftsplan* „план на майбутнє”, а також описують конкретні предмети довкілля та живих істот – тварин та людей.

Список літератури

1. Апроксимативні методи вивчення лексичного складу / В.В. Левицький, О.Д. Огуй, С.В. Кійко, Ю.Є. Кійко; за ред. В.В. Левицького. Чернівці : Рута, 2000. 136 с.
2. Кантемір С.О. Багатозначність, неоднозначність чи полісемія? *Актуальні проблеми германської філології*. Чернівці : Книги – ХХІ, 2008. С. 128–130.
3. Квеселевич Д. І. Класифікація інкорпорованих складних слів. *Мовознавство*. 1982. № 5. С. 62–66.
4. Кочерган М. П. Загальне мовознавство. Київ : Академія, 2003. 463 с.
5. *Gesprochene Deutsche Lyrik* : веб-сайт.
URL : <https://www.deutschelyrik.de/home.html>.

**Лексичні особливості англомовних та
україномовних текстів політичних промов**

Політика - це соціальна діяльність, яку можна визначити, в першу чергу, як боротьбу за владу між тими, хто при владі, і тими, хто ні, але хотів би бути, хоча її також можна визначити як набір стратегій співпраці, що здійснюються деякі соціальні інституції з метою вирішення деяких соціальних конфліктів.

З одного боку, промови можна розглядати як процес усного спілкування в реальному житті, в якому важлива роль відводиться таким речам, як системні характеристики мови, ступінь спонтанності та повноти, тематична узгодженість та чіткість для інших людей. Але, з іншого боку, не можна забувати, що спілкування людей завжди відбувається в тій чи іншій залежності від позиції інформаторів.

Політична промова є одним з типів актуалізації політичного дискурсу. Сьогодні політичний дискурс став знаряддям різних політичних кіл, він є соціально обумовленим. Особлива мова, що використовується при складанні політичних виступів, вимагає постійного вивчення й опису для систематизації емпіричних даних, які надають можливість виробити своєрідну модель цього жанру, певну константу, а також віднайти найбільш відповідні способи та засоби відтворення змісту та форми оригіналу у перекладі.

Виходячи з прагматичної спрямованості політичної промови, важливим аспектом перекладу будь-якого політичного дискурсу є лексичні особливості промови, що потребує високої професійної кваліфікації з боку перекладача, знання ним перекладацьких прийомів і засобів їх відтворення в мові перекладу.

В політичних промовах можемо знайти такі лексичні засоби, як: синоніми, антоніми, метафори, порівняння, фразеологізми та антонімічна іронія. Проаналізований матеріал показав, що чим більш нестабільна ситуація в країні, то тим більша ймовір-

ність використання метафор у промовах. Кризові ситуації в країні спонукають громадян бути більш зацікавленими політичною ситуацією та уважно слухати звернення керівництва держави.

Саме в такі періоди метафора стає одним із наймогутніших засобів впливу на мислення та вчинки реципієнта. Важливу роль у політичних промовах відіграють фразеологізми. Вони роблять промови більш доступними, зрозумілими та «ближчими» для слухачів.

Актуальність теми, полягає в тому, що сьогодні, як ніколи до тепер, суспільству варто розуміти та критично оцінювати звернення політиків, а особливо верхівки правління в особі президента та прем'єр-міністра. Адже критичне мислення та оцінка промов політиків безпосередньо впливає на наш вибір та уможливорює вплив на діяльність представників влади.

Отже, політичний дискурс – це складне і багатогранне лінгвістичне явище. Політичний дискурс має чітку соціальну спрямованість, прагматичний фокус, залежність від ідіостилю мовця, а також віддзеркалює політичне, соціальне і культурне життя нації. Лексичні особливості політичного дискурсу створюють ряд труднощів для роботи перекладача. Значна кількість проблем під час перекладу виникає через насиченість політичних промов гетерогенними лексичними елементами, які не мають чітко встановлених і однозначно прийнятих в мові перекладу еквівалентів.

Список літератури

1. Каліщук Д. М. Лінгвокультурні особливості перекладу політичного дискурсу : Київ, 2006. т. 1, № 11 (95) с. 153–159.
2. Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику : Київ, 2007. 360 с.

Стратегії і тактики в мотиваційних промовах спікерів TED Talks

Одним з найважливіших аспектів дослідження комунікативної лінгвістики у XXI столітті стало вивчення процесу комунікації з точки зору комунікативних стратегій та тактик. Це пояснюється тим, що кожен учасник комунікативного процесу для покращення ефективності та влучності свого повідомлення наперед планує свої мовленнєві дії заради оптимального досягнення комунікативних цілей, а саме обирає певну комунікативну стратегію та втілює її за допомогою комунікативної тактики.

Актуальність цієї роботи обумовлена соціальною і когнітивною значимістю явища комунікативної стратегії та тактики, а також недостатністю спеціальних досліджень цього лінгвістичного явища на матеріалі англійської мови. **Мета** роботи полягає в аналізі та дослідженні комунікативних стратегій, що використовуються в умовах дискурсивного простору TED-talks. *Об'єктом* дослідження виступають комунікативні стратегії та тактики, використані в мотиваційних промовах спікерів TED Talks, а *предметом* – мовні засоби їх вираження.

Стратегія мовленнєвого спілкування – це оптимальна реалізація інтенцій мовця щодо досягнення конкретної мети спілкування, тобто контроль і вибір дієвих ходів спілкування і гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації [1, с. 118]. **Комунікативна тактика** – визначена лінія поведінки на певному етапі комунікативної взаємодії, спрямованої на одержання бажаного ефекту; мовленнєві прийоми, які дають змогу досягнути комунікативної мети [1, с. 120].

Варто зазначити, що на сьогодні в теорії комунікації відсутня універсальна класифікація комунікативних стратегій. Класифікація комунікативних стратегій та тактик, яку пропонує Т. Толмачова, ґрунтується на мовленнєвих актах, які подібні за комунікативними функціями, а саме – обмін інформацією, надання оцінки або коментарів, вираження емоцій, спонування та регулювання відносин, підтримка уваги. Вона розділяє інформатив-

ну, оцінно-впливову, емоційно-впливову, регулятивно-спонукальну та конвенційну стратегії [2, с. 96].

Аналізуючи промови спікерів TED Talks, можемо зробити висновки, що для мотивації слухачів до втілення певної дії більшість спікерів застосовували емоційно-впливові та регулятивно-спонукальні стратегії. Так Christine Carter у відео “The 1-minute secret to forming a new habit” промовляє : “So try doing one better-than-nothing behavior. See how it goes. The goal, remember, is repetition, not high achievement. So let yourself be mediocre at whatever you're trying to do, but be mediocre every day. Take only one step, but take that step every day.” [3] У наведеному уривку ми спостерігаємо тактику надання поради, яка базується на регулятивно-спонукальній комунікативній стратегії, що вдало відповідає меті промови.

Отже, механізмами реалізації комунікативних стратегії слугують комунікативні тактики, які передбачають сукупність певних мовних та мовленнєвих засобів, смислів, стилістичних прийомів. Стратегії і тактики є абсолютною необхідністю для кожного учасника комунікативного процесу заради ефективного планування спілкування та для досягнення стратегічних цілей.

Список літератури

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : Академія, 2004. 344 с.
2. Толмачева Т.А. Методический потенциал использования коммуникативных стратегий иноязычного речевого поведения в процессе обучения иностранному языку в языковом вузе. МНКО. 2008. №4. С.95-98.
3. Christine Carter. The 1-minute secret to forming a new habit. TED: Ideas Worth Spreading. 2021. URL :https://www.ted.com/talks/christine_carter_the_1_minute_secret_to_forming_a_new_habit (дата звернення 29.01.2021).

Й.Г. Обріст як перший перекладач поезії

Т.Г. Шевченка німецькою мовою

Творчість Шевченка відіграє велике значення не лише для українського народу, а також за кордоном викликає неабияку зацікавленість, з цим пов'язана потреба у перекладах його творів іноземними мовами.

Актуальність проблеми нашої розвідки полягає у необхідності вивчення й дослідження творчості та життя значущого поета, як і для України так і для Австрії – Й. Г. Обріста, першого перекладача творів Шевченка німецькою мовою, фундаментатора „Німецької шевченкіани Буковини“.

Матеріалом для нашого дослідження слугували переспіви поезій Т. Г. Шевченка у виконанні Йоганна Георга Обріста, а саме його книга „Taras Grigoriewicz Szewczenko, Ein Kleinrussischer Dichter: Dessen Lebensskizze sammt Anhang, Bestehend aus Proben Seiner Poesien, In Freier Nachdichtung“ 1870 року, адже саме він вважається першим перекладачем, хто познайомив німецькомовного читача з творчістю Шевченка. Дане видання включає в себе 14 переспівів віршів і поем Великого Кобзаря, до яких належали: „Гамалія“, „Іван Підкова“, три частини з поеми „Гайдамаки“, „Тарасова ніч“, „Русалка“, „Заповіт“, „Утоплена“ та ін. Свій огляд поезій Обріст закінчує словами захоплення, що Шевченко — "співець усього прекрасного й доброго, одухотворений співець волі, співець правди та мученик за волю".

Тірольський перекладач, насправді, у своїй власній поетичній творчості схилився до романтизму, тому вірогідно й виявив найбільший інтерес до балад та ранніх романтичних віршів Шевченка.

Відтворюючи поезії Шевченка, Обріст використовує переспів як метод перекладу. Для відтворення поезій Шевченка, австрійський перекладач користувався прозовими підрядковими перекладами, через що Обрісту не вдалось досконало передати німецькою мовою твір оригіналу, оскільки під визначенням підрядковий переклад розуміється власне дослівний переклад твору

та перший етап на шляху до художнього перекладу. З огляду на такі твердження, стає зрозуміло чому переклади тірольського поета отримали так багато критики, і що не мало важливо навіть сам Обріст вважав свої спроби перекладу поезії недосконалими.

Поезія Шевченка на думку Обріста надзвичайно талановита, просочена імпліцитними та експліцитними закликами та відзначається глибоким патріотичним духом. На противагу цьому переспіви поезії здаються дещо „стриманими“, адже перекладач вдається до дослівного перекладу, нейтралізуючи при цьому певні художні засоби. У перекладах Й.Г.Обріст зберігає апелятивну, фатичну та, здебільшого, експресивну функцію. Враховуючи те, що перекладач обирає стратегію дослівного перекладу, не завжди вдавалось підібрати вірний еквівалент, не втрапивши експресивності, як наприклад у рядку: „а ти й залоскочеш“ [1, с.219] автор обрав – „und du wirst dich melden“ [2, с.51]; на нашу думку більш вдалий переклад звучатиме так – „und du wirst ihn herauswinke[n]“. Також траплялись перекладацькі курйози, що порушували розуміння сенсу перекладеного для німецькомовних читачів, де перекладач використав невдалий еквівалент: у рядках – „Вельможних будити“, „Богу помолитись“ [1, с.39] Обріст обрав омонім „Herr“, (у пер. - пан, Бог) – „um die Herrn zu wecken“, „um die Herrn zu danken“ [2, с.36]. Перекладач дотримується стратегії відчуження: яскравим прикладом слугують архаїзми та історизми („Diak“, „Zhupan“, „Mogila“ та ін.) [2, с.36-61], які перекладач зберігає, транслітерує їх та додаючи коментар.

Отже, підсумовуючи все вищезгадане, ми вважаємо, що такий вид перекладу, як переспів, дозволяє перекладачам доповнити думку поета своїм баченням поезії додаючи свої корективи.

Список літератури

- 1.Шевченко Т.Г. Кобзар. Харків : Книги 2018. 576 с.
- 2.Obriest J. G.Taras Grigoriewicz Szewczenko: ein kleinrussischer Dichter. Dessen Lebensskizze samt Anhang, bestehend aus Proben seiner Poesien, in freier Nachdichtung. Czernowitz. 1870. 61 s.

ЗМІСТ

Андрійшин Ю. Політкоректна лексика в сучасному англомовному медіа тексті та шляхи її відтворення українською мовою	3
Андрійчук М. Особливості формування іншомовної лексичної компетенції в учнів початкової школи.....	5
Антохій Ю. Організація навчання англійської мови як іноземної в середній школі.....	7
Баланда М. Стратегії розвитку критичного мислення при навчанні письма учнів середньої школи на уроках англійської мови.....	9
Басараба Б. Розвиток умінь діалогічного мовлення на уроці англійської мови в учнів старшої школи.....	11
Безиль А. Особливості мовних тенденцій англомовних соціальних мереж.....	13
Білокопита А. Фоносемантичний маркетинг німецьких рекламних торгових марок.....	15
Блискун А. Стереотипізація опозиції свій/чужий у фразеологізмах французької мови.....	17
Божинська Я. Розвиток навичок усного мовлення іноземною мовою в учнів початкової школи.....	19
Бойко Т. Використання інноваційних методів навчання іноземної мови як засобу формування граматичних компетенцій учнів старших класів.....	21
Бойчук А. Транскреація як новий підхід до перекладу рекламних текстів та слоганів.....	23
Боровська М. Формування мовленнєвої компетентності учнів молодшої школи засобами інтерактивних технологій на уроках англійської мови.....	25
Боровська Х. Особливості перекладу герундія в англомовних текстах.....	27

Борщевич І. Принципи формування лінгвосоціокультурної компетентності учнів старших класів на уроках країнознавства та англійської мови.....	29
Буковой Т. Засоби експресивності рекламних текстів.....	31
Буртник С. Використання метафор в політичному тексті.....	33
Вітвицька Н. Авторська репрезентація персонажів у художніх творах: лінгвальний аспект.....	35
Войт А. Інформаційно-комунікаційні технології у формуванні іншомовної лексичної компетентності учнів початкової школи.....	37
Гамаль Ю. Інтегрований підхід у розвитку граматичної компетенції учнів на середньому етапі навчання іноземної мови.....	39
Гаранович Б. Актуалізація концепту ДЕТЕКТИВНЕ РОЗСЛІДУВАННЯ (на матеріалі детективного роману Тесс Геррітс “Хірург”.....	41
Герасимчук У. Явище полігендерності і його вплив на якість перекладу.....	43
Гладиш Д. Англомовні скорочення у соціальних мережах: функціональний і семантичний аспекти.....	45
Гнатенко М. Лексико-синтаксичні типи складених слів у сучасній французькій мові.....	47
Гнатяк Т. Формування фонетичної компетенції учнів молодшого шкільного віку.....	49
Гойда О. Типові помилки носіїв різних мов при виконанні французько-українського перекладу (на матеріалі художніх перекладів студентів 4 курсу).....	51
Голбан М. Особливості вживання ад’єктивів в авторському стилі Герти Мюллер.....	53

Голок І. Особливості молодіжного американського сленгу.....	55
Голомисова К. Лексичні засоби створення страху в творах американського письменника Стівена Кінга.....	57
Гончарюк Я. Комунікативний підхід у перекладі.....	59
Городенська Г. «Мозковий штурм» як метод групової роботи при вирішенні творчих завдань навчання англійській мові в середній школі.....	61
Горюк А. Розвиток умінь діалогічного мовлення в учнів середніх класів ЗОШ	63
Грицунік Ю. Інтернаціональна лексика як спосіб міжкультурного виховання.....	65
Грицюк М. Загальні особливості промов Ілона Маска.....	67
Грузева К. Різноманітні тексти у навчанні лексики німецької мови в старших класах.....	69
Гупка К. Експресивний синтаксис у книгах Дж. Роулінг та засоби його перекладу українською мовою.....	71
Гуцул Х. Конотація німецькомовних фразеологізмів з компонентами – числівниками.....	73
Данилюк М. Англомовний рекламний текст як відображення національної картини світу та особливості його перекладу.....	75
Данищенко І. Формування англомовної компетентності в говорінні учнів початкової школи з використанням проектно-методики.....	77
Данищук І. Загальні характеристики наукового стилю в англійській мові.....	79
Дирик А. Функціонально-семантична парадигма прикметників у художньому тексті.....	81

Дімова О. Оцінка якості перекладу кінофільмів на прикладі ресурсу Netflix.....	83
Діордійчук Л. Структурно-семантичні особливості фразеологізмів з елементом порівняння в англійській та українській мовах.....	85
Драганова Н. Особливості функціонування текстів офіційно-ділового стилю та їх переклад.....	87
Дубець А. Опозиція Бог-Диявол у сучасній американській лінгвокультурі	89
Дудчак Ю. Особливості класифікації фразеологічних одиниць у англійській мові.....	91
Душкевич А. Розвиток компетентності письма учнів середньої школи на уроках англійської мови в умовах дистанційного навчання.....	93
Дущак Д. Кількісні показники суфіксів іменників у давньоанглійській поемі <i>Беовульф</i>	95
Дяволюк А-М. Формування франкомовної аудитивної компетентності учнів за допомогою медіа репортажів.....	97
Житарюк А. Фразеологічні одиниці у газетних заголовках та особливості їх перекладу.....	99
Жураковська В. Неологізми публіцистичного стилю в англійській та українській мовах.....	101
Завальнюк В. Лексичні засоби створення страху у творах американського письменника Стівена Кінга.....	103
Задорожна А. Варіативно-інтерпретаційний потенціал перекладача та його реалізація у перекладі художнього твору.....	105
Зизич В. Формування метакомпетентності в майбутніх перекладачів.....	107
Іванюк О. Вправи для розвитку усного мовлення на уроках англійської мови в старшій школі.....	109

Глашук М. Стереотипізація образу жінки в мовній картині світу та її відображення при перекладі.....	111
Йосипенко О. Сучасні підходи до вивчення концептів у лінгвістиці.....	113
Каба Н. Мовні стратегії у політичних промовах Дональда Трампа та Джо Байдена про COVID-19.....	115
Казимір Я. Найменування персонажів як засіб лінгвостилістичної організації художнього тексту.....	117
Канарська А. Лінгво-стилістичні особливості англomовних політичних промов (на матеріалі промов Уїнстона Черчілля).....	119
Капуш Л. Особливості перекладу квазіреалій як характерної риси науково-фантастичної літератури.....	121
Карузо Д. Формування писемної компетенції школярів на уроках англійської мови.....	123
Кінашук Т. Фразеологічні одиниці як засіб атракції англomовного газетного заголовка та особливості їх перекладу.....	125
Край Х. Особливості відбору та реалізації вправ підготовчого етапу в процесі навчання студентів-філологів усного послідовного перекладу.....	127
Кобаски А. Семантичні особливості кольороназв у французькій пісні другої половини ХХ ст.....	129
Коваленко В. Специфіка перекладу арготичної лексики сучасної франкомовної п'єси.....	131
Ковальчук В. Асоціативне поле концепту Glück.....	133
Ковальчук Д. Практичне застосування аудіокастів, як засобу для покращення навичок слухання та заохочення студентів до вивчення англійської мови (порівняльний аспект середня та старша школа).....	135

Когутич Н. Аудіовізуальний переклад як виклик для сучасних перекладачів. Кінопереклад як вид аудіовізуального перекладу на прикладі німецького серіалу «Dark».....	137
Конопельнюк Л. Особливості перекладу німецькомовної поезії Ліни Костенко.....	139
Коробейник В. Візуалізація як ефективний принцип подання нового матеріалу на уроках англійської мови учнів молодших класів.....	141
Космірак Т. Крилаті вислови Ф. Шіллера в сучасній німецькій мові.....	143
Костіна М. Інтернаціональні елементи в сучасній українській мові та їх вивчення в шкільному процесі.....	145
Котенко А. Розвиток лексичної компетентності учнів середньої школи через застосування інформаційно—комунікативних технологій в середній школі.....	147
Коцюбинська Д. Актуалізація концепту “Брекзит” в англійських масмедійних повідомленнях.....	149
Кулікова М. Рольові ігри як ефективний вид діяльності на уроках англійської мови у старшій школі.....	151
Купчик Б. Розвиток комунікативних навичок на уроках англійської мови дітей молодшого шкільного віку.....	153
Кусік А. Вербальні засоби впливу в англійських медійних текстах.....	155
Кучеряну З. Про соціальні пріоритети привітальних листів.....	157
Лактіна Н. Апроксиматори в англійських політичних промовах (функціонально-семантичний аспект).....	159

Лиса Є. Структурно-семантичні особливості фразеологізмів з елементом порівняння (англо-українські співвідношення).....	161
Лисюк К. Особливості індивідуального стилю автора та перекладача в романі «Діла пана Юлія Цезаря» Б. Брехта.....	163
Лобур А. Лінгвальні особливості текстів англомовних текстів політичних промов.....	165
Лукань А. Стилiстичні особливості рекламних текстів та їх відтворення в перекладі.....	167
Лукаш А. Поняття комунікативних стратегій і тактик у політичному дискурсі.....	169
Лукинюк Ю. Використання інтерактивних технологій на уроках англійської мови в НУШ.....	171
Лутанюк О. Формування комунікативних стратегій іншомовного мовлення у старшокласників.....	173
Луцик Н. Зоонімний та флоронімний символ як компонент фразеологічних одиниць французької мови.....	175
Мазурак О. Семантико-стилістичний аспект гри слів як засобу вираження гумористичного та іронічного ефекту в художніх творах О.Генрі.....	177
Маланчук Ю. Засоби експресивності в англомовних публіцистичних текстах.....	179
Малишевська І. Аббревіатури та скорочення у текстах електронної комунікації.....	181
Мардар І. Типи наочності ігрового характеру для контролю лексичних знань на уроках англійської мови в середній школі.....	183
Марущак Є. Використання та переклад інверсії з англійської мови (на матеріалі творів Сомерсета Моєма).....	185

Марчук В. Структура семантичного поля «ГОТЕЛЬНА СПРАВА» у романі А. Гейлі «Готель».....	187
Матюшок Ю. Лексичні та синтаксичні особливості перекладу новели Т. Манна «Тоніо Крегер».....	189
Мацалковська В. Особливості використання автентичної літератури на уроках з іноземної мови у старшій школі.....	191
Медіна О. Змішане навчання: переваги та недоліки.....	193
Мельник І. Особливості перекладу кінотекстів (на матеріалі міні-серіалу «Добрі Передвісники»).....	195
Мельник О. Особливості вживання ідіом в англomовних медійних текстах.....	197
Мельник Р. Цитування у заголовках сучасної англomовної преси та особливості його перекладу українською мовою.....	199
Мицкан Д. Терміносистема vs. Термінологія.....	201
Мицкан М. Лексичні трансформації при перекладі творів К. С. Льюїса «Хроніки Нарнії».....	203
Мікайлу Л. Лексико-семантичне поле COSMETOLOGY на матеріалі постів з інстаграму.....	205
Мосяк І. Вербалізація концепту «Stime» у художньому дискурсі.....	207
Оленяк Л. Застосування перекладацьких антонімічних трансформацій при перекладі художнього твору з англійської мови на українську.....	209
Онеску С. Функціональні властивості прислів'їв та приказок.....	211
Орлова В. Мовна гра як засіб інтенсифікації навчального процесу.....	213

Осипчук А. Особливості перекладу роману Сюзанни Шолль «Емма мовчить» у виконанні Нелі Ваховської.....	215
Павлюк А. Особливості перекладу засобів комічного (на прикладі роману Георга Дроздовського „Тоді в Чернівцях і довкола. Спогади старого австрійця“ у перекладі Петра Рихла) //.....	217
Паліс І. Формування англomовної компетентності в діалогічному мовленні в учнів початкової школи.....	219
Панчишко К. Дослідження способів перекладу французьких фільмонімів українською мовою.....	221
Паскар Р. Особливості американського реаліті-шоу про здоровий спосіб життя <i>The Biggest Loser</i>	223
Паун В. Поняття діалогічного мовлення.....	225
Перейма І. Лінгвостилістичні особливості створення пейзажного опису в англomовних художніх творах.....	227
Печенюк Т. Особливості формування лексичної компетентності в учнів середньої школи.....	229
Пітик А. Загальні аспекти навчання усного перекладу у вищій школі.....	231
Поліщук І. Особливості перекладу Наталкою Сняданко роману Шарлотте Кернер «Світлокопія» (синтаксичний рівень).....	233
Поповецька Я. Структурно-граматичні та лексичні особливості заголовків англomовних медіатекстів у комунікативно-прагматичному аспекті.....	235
Продан О. Особливості мови віршів С.Плат.....	237
Пустовар Р. Формування комунікативної компетентності студентів першого курсу спеціальності філологія (англійська мова) за	

допомогою освітніх платформ з використанням кінофрагментів.....	239
Рихло В. Фоносемантична особливість феміністичних текстів сучасної німецької прози.....	241
Ріхтер Ю. Англійський медичний текст та особливості його перекладу.....	243
Ровенчук М. Лексико-граматичні та стилістичні особливості англомовних рекламних слоганів у перекладі.....	245
Ряба А. Скорочення та аббревіатури в текстах електронної комунікації.....	247
Салюк І. Обґрунтування способів підвищення мотивації учнів на уроці іноземної мови у середній школі.....	249
Сипко В-Л. Зв'язок між застосуванням відеоматеріалів на уроках англійської мови та рівнем словникового запасу учнів початкової школи.....	251
Січ А. Лінгвопрагматичні особливості засобів привернення уваги адресата в британському друкованому масмедійному дискурсі.....	253
Стратейчук Т. Стратегії перекладу юридичної термінології з англійської мови на українську.....	255
Струк В. Топологія сучасних німецькомовних пісень у лінгводидактичному аспекті.....	257
Тодер В. Лінгвістичні особливості англомовних рекламних текстів.....	259
Тодераш М. Особливості перекладу назв кінофільмів з англійської мови на українську.....	261
Тодорюк Ю. Основні характеристики та особливості усного послідовного перекладу.....	263
Тригук Б. Урок іноземної мови у НУШ.....	265
Тудовші Е. Особливості вживання ідіом в англомовних медійних текстах.....	267

Унгурян К. Інформаційна компетентність як структурний елемент фахової компетентності перекладача і шляхи її формування.....	269
Халай І. Структурна класифікація лексичних одиниць: нейтрально-забарвлених, емоційно-забарвлених та буквальних слів.....	271
Худякова І. Методика формування іншомовної компетентності читання в учнів старшої школи.....	273
Филипчук Т. Порівняльний аналіз перекладу метафори в рекламі з англійської мови на німецьку та українську.....	275
Чукур Я. Типологія прецедентних феноменів у газетному заголовку та особливості їх перекладу.....	277
Швигар Д. До питання про класифікацію архаїзмів в англійській мові.....	279
Шемчук Д. Методи стимулювання самостійної роботи студентів у процесі навчання іноземної мови.....	281
Шлей М. Вплив блогерського сленгу на розвиток сучасної французької мови.....	283
Шолда Р. Семантичні особливості іменних композитів у творах німецьких поетів ХХ століття.....	285
Юзефович Н. Лексичні особливості англomовних та україномовних текстів політичних промов.....	287
Якимчук В. Стратегії і тактики в мотиваційних промовах спікерів TED Talks.....	289
Яцик Д. Й.Г. Обріст як перший перекладач поезії Т.Г. Шевченка німецькою мовою.....	291