

12. Long R.B. *The Sentence and its Parts. A Grammar of Contemporary English.* – The University of Chicago Press, 1961. – 355p.
13. Alexander L.G. *Longman English Grammar.* – London & New York: Longman, 1988. – 374 p.
14. Baker M. C. *Lexical categories. Verbs, nouns and adjectives.* – Cambridge University Press, 2003.
15. Barber Charles. *Linguistic Change in Present-Day English.* Edinburg – London, 1964.
16. Bolinger Dwight. *The Phrasal Verb in English.* Harvard University Press. – Cambridge, 1971.
17. Curme O. *A Grammar of the English language. Vol. II.* – N.Y., 1935.
18. Douglas Biber. Stig Johanson. Gefry Lech. Susan Conrad. Edvard Finegan. *Grammar of spoken English.* – London: Longman, 1999. – 1204 p.
19. Everaert, M., van Riemsdijk, H., Goedemans, R. *The Blackwell Companion to Syntax.* – Volumes I-V. – Blackwell, London, 2006.
20. Maugham W.S. *Theatre.* – Vinnytsa: Nova Knyha, 2006. – 358 p.

Оксененко О.В., Прокоф'єва Н.Ю.
Полтавський інститут економіки і права
Науковий керівник – канд. філол. наук, доц. Данилюк Л.В.

Газетно-публіцистичні тексти як джерело сучасних неологізмів

Газета – це той засіб інформації, що відзначається великим впливом на широку та неоднорідну аудиторію читачів завдяки актуальності змісту статей та проблем, про які йдеться. Мовний стиль газети, як відомо, має свої особливості, такі як стислість тексту, його велика інформативність, вживання кліше тощо. У засобах масової інформації, до яких відноситься і газета, відбиваються події та зміни, що відбуваються сьогодні у суспільстві. Оскільки мова – явище суспільне, то саме у мові газети нові слова (неологізми) віддзеркалюють зміни у житті суспільства. Для майбутнього фахівця англійської мови, а особливо для перекладача, дуже суттєво розуміти ті труднощі, які несе у собі текст газетно-публіцистичного жанру, уміти перекласти нові слова, які ще не встигли зайняти своє місце у словниках. Саме це й спонукало вибір теми дослідження.

Мета роботи полягає у дослідженні лексики сучасної американської преси як місця народження багатьох мовних інновацій та особливостей їх вживання й перекладу.

Аналіз текстів американських газет та журналів, а також спеціальної літератури з теми дослідження, показує, що газетно-інформаційний стиль характеризується певними особливостями. Так, у газетних статтях дуже широко вживаються власні назви, імена, що робить повідомлення більш конкретним, описуючи події на певній місцевості, або конкретних людей, установ тощо. Для неносія мови вони спричиняють чималі труднощі. Для того, щоб читач зрозумів, про що йдеться, у нього мають бути певні попередні знання, що дозволить йому пов'язати назву з предметом чи об'єктом, про який йде мова. [3, с. 6]. Так, наприклад, будь-якому американському читачу добре відомо, що Amtrak – це залізнична компанія, або Frick Collection – художній музей у м. Нью-Йорк.

Сфера масової інформації є місцем народження багатьох мовних інновацій, що співвідносяться з найрізноманітнішими сферами людської діяльності, і, в той же час, постійно виникають неологізми, що безпосередньо зв'язані з мас-медіа; відбивають тенденції їх розвитку. Вважається, наприклад, що головною тенденцією розвитку засобів масової інформації є їх “бульваризація” (tabloidization) – перетворення на дешеві видання, що прагнуть привернути увагу читачів сенсаціями, скандалами, плітками. Учені пишуть про комерціалізацію навіть “якісних” газет, у результаті чого вони стають так званими “life-style magazines”.

Невипадково виникає цілий ряд нових слів і словосполучень для позначення бульварних газет і журналів, низькопробного телебачення. Дешеві друковані видання позначаються неологізмами *ragazine* (*rag+magazine*), *red tops*, *tab*; словосполучення *rat pack* з експлікованою негативною оцінною коннотацією створене для характеристики бульварної преси Великобританії, а похідне *rat packer* позначає журналіста, що працює в такій пресі; низькопробне телебачення одержало назви *tabloid TV*, *trash TV*, неологізм *broadloid* (*broadsheet + tabloid*) підкреслює тенденцію перетворення “серйозних” газет у газети-гібриди [6, с. 123].

Однією з особливостей цього жанру є намагання американських журналістів зробити сухе повідомлення більш емоційно яскравим за рахунок вживання в тексті жаргонізмів. Зазвичай при перекладі вони не передаються.

Особливе місце займають заголовки газетних матеріалів. Автори докладають максимум зусиль, щоб заголовок статті складався з якомога меншої кількості слів, при цьому передавав інформацію,

про яку йдеться, і привертав до себе увагу читача; аби читач, побачивши заголовок, вже був зацікавлений придбати газету і прочитати саме ту статтю, заголовок якої йому видався цікавим з інформаційної точки зору.

Для заголовків американських газет характерним є й те, що він може мати подвійний зміст, бо комбінація слів підбирається таким чином, що, перекладаючи його буквально, можна зробити абсолютно протилежний висновок. Тому необхідно зрозуміти, про що йдеться у статті, а тоді вже перекладати заголовок. Наприклад, заголовок “*Milk drinkers are turning to powder*” можна перекласти як “Люди, що молоко, перетворюються на порошок”, хоча, звичайно, правильно перекласти необхідно як “Люди, які п’ють молоко, починають вживати сухе молоко” [9, с. 107].

Заголовки часто не передають зміст статті, а навпаки, дуже віддалено пов’язані з нею. Це – один із журналістських способів привернути увагу читача і зацікавити його статтею, змусити її прочитати. Тому основна інформація знаходиться в підзаголовку. Це значно полегшує роботу перекладача, коли не вдається перекласти газетний заголовок із першого погляду, оскільки або бракує інформації, або заголовок можна перекласти декількома, абсолютно не поєднаними між собою за змістом, способами.

Отже, переклад газетно-публіцистичного стилю характеризується певними специфічними особливостями, які перекладач обов’язково має враховувати при перекладі.

У наш час мова переживає так званий “неологічний бум”. Останнє десятиріччя ХХ сторіччя було періодом бурхливого розвитку всіх сторін життя людства, однак серед них слід особливо зазначити сферу сучасної інформаційної техніки, сфери економічного і суспільно-політичного життя як головних постачальників нової лексики і фразеології, причому комп’ютеризація соціального життя приводить до того, що багато неологізмів, які зв’язані з інформаційною революцією, належать одночасно і сфері сучасної техніки, і сфері економіки, і сфері медицини тощо [13, с. 7]. Такі нові слова зустрічаємо на кожній сторінці газетного тексту, і це зрозуміло. Сфера економічного життя останнім часом була сферою кардинальних змін, і ці зміни відбиваються в численних інноваціях, які знаходять своє відображення у лексичних одиницях. У 90-ті роки, вважають учені й фахівці, в економіці і бізнесі відбувається революція, і навіть не одна, а цілих чотири. Перша зв’язана з “глобалізацією” ринків і бізнесу, друга – з комп’ютерами, третя – це революція в керуванні економіки і четверта революція зв’язана з впровадженням інформаційної техніки.

У зв’язку з глобалізацією економіки і бізнесу спостерігається, наприклад, висока дериваційно-синтагматична активність лексеми *global*: *globality*; *globalize*; *globalization*; *global corporation*; *global villager* [7, с. 83].

Ще на початку 90-х років укладачі словників неологізмів підкреслювали, що навколишнє середовище виходить на перше місце серед головних постачальників інновацій. Наші спостереження свідчать, що в наступні роки кількість “еконеологізмів” ніяк не зменшилась. За сферою екології цілком закріплений префікс *eco-*, число неологізмів з цим словотворчим елементом досягає багатьох сотень, його синонімом останнім часом став виступати і елемент *enviro-* (*envirobusiness*, *envirogear*, *envirotech*), екологічна спрямованість характерна для багатьох новотворів із префіксом *bio-* (*biodiesel*, *biofriendly*, *bioremeditation*, *bioregionalism*), із суфіксом *-friendly* (*eco-friendly*, *fish-friendly*, *ozone-friendly*). Країнам, що розвиваються, стала проводитися політика, що називають політикою “биоімперіалізма” (*bioimperialism*) [6, с. 99].

Загострення проблеми злочинності відбивається, насамперед, у неологізмах, що позначають нові види злочинів. Можна відзначити, наприклад, нові слова, зв’язані з автомобільними злочинами: *car-jacking*; *car-bombing* [7, с. 78].

Функціонування неологізму *car-jack* і його похідних свідчить, що в англійській мові затвердився новий словотворчий елемент *-jack* у значенні “викрадати” (трансформаторні засоби). У попереднє десятиріччя за аналогією з цим словом були створені такі одиниці: *sky-jacking*; *sea-jacking*; *ship-jacking* [7, с. 156]

У теперешній час тероризм є серйозною проблемою. Саме слово тероризм “притягує” до себе слова та утворює інновації: *bioterrorism*; *narcoterrorism*; *cyberoterrorim*; *new terrorism*; *new terrorists* [7, с. 98]

Можна відзначити і концентрацію неологізмів, що триває навколо слова *bomb* як символу тероризму, наприклад: *bus-bombing*; *car-bombing*; *unabomber* (University and Airline bomber) [7, с. 34]

Цілий ряд неологізмів відбиває боротьбу зі злочинністю. У середині 90-х років у США народився заклик до непримиренного відношення до злочинності, до “нульового терпіння” (*zero tolerance*), популярними стали такі словосполучення, як *zero tolerance attitude*; *zero tolerance*

campaign; zero tolerance police; zero tolerance policy [7, с. 231].

Отже, проведений аналіз мовних особливості англomовної преси, дозволяє виділити такі характерні риси американської преси:

1. Розмовно-фамільярний характер ряду матеріалів.
2. Емоційна забарвленість шляхом вживання жаргонізмів, перифраз.
3. Офіційність титулів та звернень.
4. Специфічність газетних заголовків.
5. Лексичні особливості газетно-інформаційних матеріалів.
6. Породження та вживання слів-термінів.

Зв'язок лексико-фразеологічних інновацій з розвитком суспільства свідчить, що неологізми 90-х років, як і в попередні періоди розвитку англійської мови відображали усі ті зміни та процеси, що відбувалися у суспільстві, усуваючи протиріччя між новими потребами комунікації в умовах мінливого позамовного середовища й ресурсами самої мови. Соціальна детермінованість інноваційних процесів розкривається, зокрема, у явищах концентрації неологізмів навколо визначених понять, у поліномінації, у вживанні синонімів, у формуванні визначених словотворчих тенденцій, моделей.

Серед конкретних соціальних факторів, що спричиняють значний вплив на інноваційні процеси в лексико-семантичній системі англійської мови, можна виділити економічні зміни та зв'язані з ними зміни у суспільстві, стиль життя соціально-економічних груп, ціннісні орієнтації їхніх представників та вікову диференціацію носіїв англійської мови.

Література

1. Алексєєва І.С. Професійний тренінг перекладача. – СПб.: Союз, 2001. – 288 с.
2. Арнольд І. В. Стилїстика. Сучасна англійська мова. Підручник для ВНЗ. – 4-е вид., випр. та доп. – М.: Флінта: Наука, 2002. – 384 с.
3. Бархударов Л.С. Мова і переклад. – М.: Міжнародні відносини, 1975. – 235 с.
4. Брандес М. П., Провоторов В. І. Перекладацький аналіз тексту. – М.: НВІ – Тезаурус, 2001. – 244 с.
5. Верещагін Є.М. Костомаров В.Г. Лінгвокраїнознавство у викладанні російської мови як іноземної. – М.: МГУ, 1971. – 56 с.
6. Зацний Ю.А. Шляхи та тенденції розвитку лексико-семантичної системи сучасної англійської мови, Запоріжжя: ЗДУ, 1992. – С. 71-72.
7. Зацний Ю.А. Англо-русский словарь сферы бизнеса. – Никополь, 1994. – 41 с.
8. Комісаров В.Н. Лінгвістика перекладу. – М.: Міжнародні відносини, 1980. – 167 с.
9. Конецька В. П. Лексико-семантичні характеристики мовних реалій. Великобританія: Лінгвокраїнознавчий словник. – М., 1978. – С. 463-466.
10. Латишев Л.К. Переклад: проблеми теорії, практики та методики викладання. – М.: Просв., 1988. – 159 с.
11. Левицька Т.Р., Фітерман А.М. Посібник по перекладу з англійської мови на російську. – М.: Вища школа, 1973. – 136 с.
12. Неологизмы в английском языке // ИЯШ. – 1991. – № 6. – С. 24.

Остафієва Є.М.

*Рівненський державний гуманітарний університет
Науковий керівник – к. філол. н., доц. Мандрик Н.В.*

Використання матеріалів з народознавства на уроках української мови

Духовне відродження української загальноосвітньої школи вимагає гуманізації як змісту вищої освіти, так і педагогічного процесу з метою задоволення природних потреб молоді у пізнавальній діяльності, спілкуванні, самовираженні й самоутвердженні. Українська національна система виховання побудована на історії, традиціях українського народу, не являє собою замкнуте коло, чисто етнічне явище.

Реорганізаційні процеси, що почалися в суспільстві у зв'язку з розбудовою української державності, підступають і до вищої школи. Динамізм, притаманний сучасній цивілізації, зростання соціальної ролі особистості, гуманізація та демократизація суспільства, інтелектуалізація праці потребують створення таких умов, за яких громадяни нашої країни мали б змогу постійно