

Центр філологічних досліджень

**«ФІЛОЛОГІЧНІ НАУКИ:
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ
ТА ФАКТОРИ РОЗВИТКУ»**

МІЖНАРОДНА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

26–27 січня 2018 р.

Одеса

ЗМІСТ

НАПРЯМ 1. УКРАЇНСЬКА МОВА ТА ЛІТЕРАТУРА

- Атаманчук В. П.**
ХУДОЖНЯ РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ІНТЕНЦІЙ СВІДОМОСТІ
У ДРАМАТИЧНІЙ ПОЕМІ ЮРІЯ ЛИПИ
«КОРАБЕЛЬ, ЩО ВІДПЛИВАЄ»..... 6
- Громко Т. В.**
ДО ПИТАННЯ ПОХОДЖЕННЯ ЛЕКСИКИ СТЕПОВОГО ГОВОРУ..... 9
- Давиденко О. І.**
ДЕРИВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ВІДІМЕННИКОВИХ ДІЄСЛІВ
СТАРОУКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРНОЇ МОВИ У МІКРОСИСТЕМІ
НОМІНАЦІЙ: ОНОМАСІОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ 12
- Молоткіна Ю. О.**
ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ
ЗАПОЗИЧЕНЬ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ У ПРАЦЯХ ВЧЕНИХ
ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ ХХ – ПОЧАТКУ ХХІ СТ..... 16
- Олійник В. В.**
УКРАЇНСЬКИЙ БАЙКАР ЛЕОНІД ГЛІБОВ:
ОСОБЛИВОСТІ МОВИ ТВОРІВ 19
- Цуркан І. М.**
МОТИВ СОНЦЕПОКЛОННИЦТВА У ТВОРЧОСТІ
ОЛЕКСАНДРА ОЛЕСЯ ТА ЄВРОПЕЙСЬКИХ СИМВОЛІСТІВ 22
- Шестакова С. О.**
МОВНА МОДА В ОНОМАСТИЦІ 25
- Яковлева І. В.**
РОДИНА ГРІНЧЕНКІВ У КОНТЕКСТІ ПОЛІТИЧНИХ ПОДІЙ 1905 Р. –
ХУДОЖНЯ РЕАЛІЗАЦІЯ БІОГРАФІЧНОГО ВИМІРУ 28

НАПРЯМ 2. СЛОВ'ЯНСЬКІ МОВИ ТА ЛІТЕРАТУРА

- Нестерук С. М.**
СТРАТЕГІЯ СУБВЕРСИВНОСТІ В РОМАНІ С. АЛЕКСІЄВИЧ
«У ВІЙНИ НЕ ЖІНОЧЕ ОБЛИЧЧЯ...» 33

НАПРЯМ 3. ЛІТЕРАТУРА ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН

- Akimova A. O.**
HISTORICAL STAGES OF THE DEVELOPMENT
OF KOREAN LITERATURE 36

НАПРЯМ 4. РОМАНСЬКІ, ГЕРМАНСЬКІ ТА ІНШІ МОВИ

- Бабенко В. А.**
ЛІНГВОКОГНІТИВНИЙ АНАЛІЗ КОНЦЕПТУ «LA MURTE» (СМЕРТЬ)
У ПОЕТИЧНОМУ МОВЛЕННІ Ф. Г. ЛОРКИ 39

Єрмоленко І. І. СТРАТЕГІЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ПЕРСОНАЖІВ У ДЕТЕКТИВНИХ ТЕКСТАХ ДАНІЕЛЯ ПЕННАКА	40
Клочко С. О. АНГЛІЙСЬКА МОВА НА АФРИКАНСЬКОМУ КОНТИНЕНТІ.....	44
Костенко В. Г., Сологор І. М. АКТУАЛІЗАЦІЯ ЮРИДИЧНОГО ДИСКУРСУ В ДОКУМЕНТНІЙ КОМУНІКАЦІЇ В ГАЛУЗІ СТОМАТОЛОГІЇ.....	46
Сандій Л. В. ФРАЗОТВІРНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТЕРМІНІВ BLUE-COLLAR WORKER ТА WHITE-COLLAR WORKER	49
Ступаченко О. О. РОЗВИТОК ІНТЕРЕСУ ШКОЛЯРІВ ДО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ НА СЕРЕДНЬОМУ РІВНІ ЗОШ.....	52
Філатова О. О. КОНЦЕПТ HAPPINESS ТА ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ У АНГЛІЙСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ЗВОРОТАХ.....	54
Швець А. М. ОСНОВНІ СТРАТЕГІЇ МАНІПУЛЯЦІЇ У ПРОМОВАХ ГІЛАРІ КЛІНТОН	57
Шихалієва М. А., Школяренко В. І. ВИНИКНЕННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ НОВИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ	60
Ярема О. Б. СУГЕСТИВНИЙ КОМПОНЕНТ АНГЛОМОВНИХ ІНТЕРНЕТ-МЕМІВ	63
НАПРЯМ 5. ТЕОРІЯ ЛІТЕРАТУРИ, ПОРІВНЯЛЬНЕ ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВО	
Ihina Z. A. THE AUTHOR-READER TANDEM AND ITS VARIETIES IN FICTION: LINGUISTIC INDICES AND INTENTIONAL FALLACIES.....	67
НАПРЯМ 6. ЗАГАЛЬНЕ, ПОРІВНЯЛЬНО-ІСТОРИЧНЕ, ТИПОЛОГІЧНЕ МОВОЗНАВСТВО	
Грибіник Ю. І. ПОНЯТТЯ «ТЕРМІНОЛОГІЯ» ТА «ТЕРМІНОСИСТЕМА» У СУЧАСНОМУ МОВОЗНАВСТВІ.....	69
Мельниченко Г. В., Кашу О. В. КАТЕГОРІЯ ТЕМПОРАЛЬНОСТІ В ПОЕЗІЇ ЕМІЛІ БРОНТЕ	73
Святченко В. В. СИСТЕМНИЙ ХАРАКТЕР МОВИ В ПРАЦЯХ МОЛОДОГРАМАТИКІВ	76

розмову, намагаючись залучити супротивників до дебатів, використовуючи тон «притворної» ввічливості; *digital detox* – час, витрачений на комп'ютери та інші цифрові пристрої тощо.

Події і явища, що пов'язані з міжнародним тероризмом XXI століття й оголошеною йому війною, мали сильний вплив на формування словникового складу сучасної англійської мови. Наприклад, після терористичної атаки на французького видавця Чарлі Хебдо 7 січня 2015 року, з'явилося поняття *JeSuisCharlie* (від франц. *I am Charlie (Hebdo)*), що означає вираз підтримки свободи слова, свободи преси та свободи від терору.

Велику кількість номінацій отримали самі терористи. Так, *homicide bomber* – терорист-камікадзе, тобто намір убити не тільки себе, а й інших людей, сам процес називається *homicide bombing*. *Unlawful combatant*, тобто, особа, яка воює у лавах незаконних військових формувань.

З'явилося багато «інтернетівських» слів, пов'язаних зі злочинністю та шахрайськими діями. Наприклад, *cybercasing* – використання онлайнних даних та послуг на основі місцезнаходження, щоб визначити, коли будинок не зайнятий з метою його пограбування; *acoustic snooping* – викрадення набраних даних шляхом декодування звуків ударів клавіатури; *bot herder* – хакер, який контролює велику кількість компрометованих комп'ютерів у зловмисних цілях; *empty spam* – спам-повідомлення, що містить пропуски з класичної літератури, але немає помітної реклами; *targeted Trojan horse* – програма «Троянський кінь» надсилається як вкладення в повідомлення електронної пошти, в якому є рядок теми, основний текст і адреса повернення, створені для того, щоб обдурити адресата у відкритті вкладення; *spear-phishing* – фішинг, орієнтований на конкретну особу, зазвичай шляхом відправки повідомлення електронною поштою, надіслане комусь від «знайомого».

З формуванням нових органів боротьби з тероризмом співвідноситься функціонування значної кількості інновацій, наприклад, *Terrorist Information Awareness* (американський центр збору інформації про всіх «підозрілих осіб»), *Tips (Terrorism Information and Prevention System)* (система збору інформації з метою запобігання тероризму), *Terrorist Threat Integration Center (TTIC)*, *Total Information Awareness*, *terrorist watch list*, *passenger profiling system*, *color coding*, *Terrorist Screening Center*.

Серед терміносистем, які активно поповнюють групи ФН, виокремлено суспільно-політичну та соціально-економічну сфери, що зумовлено процесами розвитку економіки, кардинальними змінами в матеріальному й духовному житті соціуму: *brain-fingerprinting*, *genetic profiles*, *DNA profiles*, *biometric signatures*, *human kinematics*, *spatio-temporal gaits*, *3-D body tracking*, *backscatter machine*.

Не менш актуальною темою для американського суспільства є проблема расової дискримінації. В Америці третє тисячоліття називають «змішаним тисячоліттям» (*melange millennium*), однак щораз більше змішування рас і етнічних груп не усуває проблеми «дискримінації за зовнішнім виглядом» (*appearance discrimination*). Так, наприклад, *aggressive profiling* – агресивна дискримінація деяких прошарків суспільства; *flying while Muslim* – відмова в

обслуговуванні пасажира авіакомпанією тільки тому, що особа схожа на мусульманина; *racial battle fatigue* – стрес та тривога, зумовлені постійним поводженням з явно расистськими діями та витонченими посиланнями на свою расу.

Ці сфери не втрачають своєї актуальності і сьогодні, а тому потребують особливої уваги науковців.

ЛІТЕРАТУРА

1. Зацний Ю.А., Янков А.В. Інновації у словниковому складі англійської мови початку XXI століття: англо-український словник. Словник. Вінниця: Нова Книга, 2008. – 360 с.
2. Козьмик Г.О. Світ сучасної людини в контексті мовних змін. Інноваційні процеси у лексичній системі англійської мови на межі XX і XXI століть. – Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2007. – 111 с.
3. Козьмик Г. О. Актуальні проблеми вивчення неології / Г. О. Козьмик, Т. О. Хейлик // Наук.-виробн. журнал «Держава та регіони». Серія «Гуманітарні науки». – 2008. – № 1. – С. 109-116.
4. Кубрякова Е. С. Номинативный аспект речевой деятельности / Е. С. Кубрякова. – М.: Наука, 1986. – 158 с.
5. Кубрякова Е. С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира Российской академия наук. Ин-т языкознания / Елена Самойловна Кубрякова. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
6. Hargraves O. New Words / O. Hargraves. – Oxford: Oxford University Press, 2004. – 320 p.
7. Oxford Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://en.oxforddictionaries.com/>.

Ярема О. Б.

кандидат філологічних наук,
доцент кафедри англійської філології

Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка
м. Тернопіль, Україна

СУГЕСТИВНИЙ КОМПОНЕНТ АНГЛОМОВНИХ ІНТЕРНЕТ-МЕМІВ

Мем ((або мім) з англ. meme [mi:m]) – одиниця передачі культурної інформації і комплексна ідея, спрямована на запам'ятовування і циркуляцію в інтернет-просторі з можливими подальшими формальними або семантичними трансформаціями. Очевидно, етимологія назви цього поняття бере початок від слова «методу» (укр. пам'ять), що складається з сем [закріплення],

[збереження], [відтворення] та [забування]. Саме останній компонент вказує на короткочасність і впливність існування мема у медіапросторі, перші ж три – характеризують його здатність мимовільно і легко запам'ятовуватись, а головне «імутовати» подібно до генів, про що говорив творець цього терміну, англійський революційний біолог Р. Докінз. Власне термін «мем» з початку його появи досліджувався в лінгвістичному, психологічному, історичному та лінгвокультурному аспектах й активно набирає ваги у дослідження вітчизняних науковців (О. Дзюбіна, М. Жулінська, Н. Смоляр, К. Соколова, О. Чернікова).

В цілому класифікують мему за наступними критеріями: за способом появи (на основі літературних чи медіа-творів, історичних, політичних, побутових подій та явищ, реклами та ін.), за семіотичною ознакою, за каналом передавання, за структурними типами (текстові, візуальні, креолізовані).

Чому з'являються медіавіруси і що впливає на їх появу пояснила у своєму дослідженні М. І. Громова. Вона зазначила, що до основних факторів появи мемів відносяться 1) виникнення прецедентної ситуації (парадоксальної, несподіваної, незвичайної, безглуздої або серійної, повсякденної); 2) необхідність в емоційно забарвленій комунікації; 3) бажання порівняти це явище і / або його учасників, обставини походження і можливі наслідки того, що вже відбувалося; 4) свідомий перехід з реальної дійсності в віртуальний простір гри; 5) штучна популяризація мема в зв'язку з зацікавленістю його функціонуванні бізнес-структур, державних чи інших інформаційних компаній; 6) необхідність в оновленні мема, утвореного на основі застарілого прецедентного; 7) необхідність у відродженні застарілого мема; 8) ускладнення явища, в результаті чого можуть виникати усічені, ускладнені або контаміновані мему; 9) бажання або необхідність непрямого вираження територіальної, професійної, корпоративної, соціальної віднесеності предмета інформаційного повідомлення [3, с. 29].

Поява мемів в інтернет-комунікації тісно пов'язана з набором функцій, що вони виконують, спектр яких є доволі розмаїтим. На перший погляд, проглядаючи стрічки соціальних мереж, видається, що мему використовують виключно для впливу на емоційну сферу адресанта, викликаючи сміх, невдоволення, злість і т. д. Але до функцій інтернет-мемів також відносять комунікативну, аксіологічну, лінгвістичну, фатичну, кумулятивну, естетичну, маркетингову, емотивну, культурну та функцію самовираження, оскільки мему з'являються як елементи сучасного фольклору з пориву комунікантів виробити нові засоби вираження, нові форми образності, нові види звернення до незнайомих людей, нові формули оцінки явищ, ситуацій, особистостей [3, с. 28].

Очевидно, що набір цих функцій є доволі схожим з тими, якими володіє реклама. Проте, як і реклама, так і мему володіють ще й імпліцитною психологічною складовою, що впливає на несвідоме мимовільне засвоєння адресантом інформації. В. Бехтєрев, частково підтримуючи доктрину Б. Сідіса стверджує, що навіювання зокрема в активному стані, набагато частіше

проникає в психічну сферу непомітно і в будь-якому випадку без боротьби опору зі сторони особи, на яку проєктується навіювання [1]. В цілому, і суттєвію розуміють передачу інформації за допомогою частково неусвідомленого, направлено сигналу на вербальному чи невербальному рівні міжособистісної або міжгрупової комунікації, яка відрізняється від передавання зниженим рівнем критичності та потреби у верифікації інформації [4, с. 198].

Засоби сугестії розділяють на текстові (зміст та форма подачі тексту (графіка, шрифти) та мовленнєві, які в свою чергу діляться на:

1. вербальні (фрази, слова, наголоси та інтонації);
2. паралінгвістичні (висота, тон, тембр голосу);
3. невербальні (міміка, жести, проксемика, особливості поведінки учасників відеоряду). За способами реалізації навіювання поділяють на пряме (імперативне, тобто умисне, сплановане) і непряме.

Дослідники сугестивних технологій в Інтернеті стверджують, що ці засоби націлені на масовий результат, а їх об'єктом найчастіше виступає соціальна мережа – спільнота постійних користувачів певного мережевого ресурсу «коло своїх», об'єднаних єдиними нормами й спільністю цілей комунікації [5, с. 105]. Функція навіювання інтернет-мемів вдало представляє у типах політичного та маркетингового спрямування:

З наведених прикладів видно, що мему є дискредитувальними критичними. У першому з них основним елементом є текст *MAGA* (Ma America Great Again) – передвиборний слоган американського президента Д. Трампа. Слоган став об'єктом висміювань та варіацій численних мемів. своєю природою він є текстовим, але часто використовується у креолізованих типах. Другий мем використовує логотип, що активізує підтекст мему поєднанні з зображенням праворуч, початковою фразою та ціною.

Обігруючи тему сугестії, варто звернути увагу на той феномен, що досить часто ми можемо зустріти в інтернеті заголовки на кшталт *Shocking news You will not believe!, You will not believe, what I packed..., 27 must-read books this summer, 7 Effective Communication Techniques That Will Make You Excellent Speaker*. В усіх цих текстових повідомленнях уже закладений компонент сугестії – у довільному виборі числа (27, 11, 9, 14, 33 і т.д.), що мало додавати унікальності та вірогідності пропонованим технікам чи порадам ніби-то натякаючи на природність списку без намагання дотягнути його до круглого числа 5, 10, 15 чи 20. Іншими методами впливу є використання гостроцікавої фрази на початку заголовку новини без її продовження з метою змусити читача перейти за необхідним посиланням, або ж використовувати «thrilling effect», ефект сенсаційності повідомлення з вживанням прикметників *shocking, unbelievable* і т. д.

З точки зору сугестивної лінгвістики до найбільш популярних технік сугестії належать такі: конкретність та образність ключових слів, емоційна перенасичення тексту; використання риторичних запитань невизначених наказових конструкцій; звертання до базового для того чи іншого спільного

концепту та наповнення його новим змістом; експлуатація ідей – «кола своїх»; включення в дискурс мовних конструкцій спільності й довіри тощо [4, с. 199]. У наведених прикладах використано техніки конкретності ключових слів (рис. 1) та звертання до базового концепту Apple, продукція якого є дороговартісною, хоча не завжди виправдовує функціонально свою ціну.

Таким чином, питання лінгвістичної сугестії в інтернет-мемах, що все частіше привертає увагу дослідників є інтернаціональним, як і сам інтернет-простір. Користуючись інтернетом, ми мимовільно стаємо провідниками впливу та поширення мемів, впускаємо у свою свідомість повідомлення, що містяться у медіавірусах, непомітно стаємо вразливими до навіювання чужого бачення та думок та, як наслідок, стаємо контрольованими третіми особами. Ми визначили, що з лінгвістичної сторони цей вплив відбувається за допомогою вербальних та невербальних засобів, через серію технік та способів. Психологічна складова аналізу мемів відкриває можливості у дослідженні цього мовного явища з точки зору когнітології та концептосфери мовних спільнот.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бехтерев В.Наедине с убийцей. Об экспериментальном психологическом исследовании / В. Бехтерев. – Москва: Алгоритм, 2017. – 320 с.
2. Голошубина О. К. Функции интернет-мемов в речевом жанре «разговор в мессенджере» [Електронний ресурс] / О. К. Голошубина. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/razgovor-v-messenzhere-kak-spetsificheskij-zhanr-internet-kommunikatsii>.
3. Громова М. И. Интернет-мем как лингвокультурема современного филологического анализа [Електронний ресурс] / М. И. Громова. – Режим доступу: moval.onu.edu.ua/article/viewFile/68170/63374.
4. Присяжнюк М. М., Коваленко Б. Д. Кіберпростір як арена сугестивного маніпулятивного впливу [Електронний ресурс] / М. М. Присяжнюк, Б. Д. Коваленко. – Режим доступу: http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/5132/1/AUConferenceCyberSecurity_November2016_p198.pdf.
5. Присяжнюк М. М., Шимчук О. С. Інтернет як нове середовище сугестивного маніпулятивного впливу // Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони. – 2015. – № 2. – С. 104-107. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sitsbo_2015_2_18.

НАПРЯМ 5. ТЕОРІЯ ЛІТЕРАТУРИ, ПОРІВНЯЛЬНЕ ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВО

Ihina Z. A.
Candidate of Philology, Associate Professor
Doctoral Candidate at the Department of German Philology
and Translation and Applied Linguistics
Kyiv National Linguistic University
Kyiv, Ukraine

THE AUTHOR-READER TANDEM AND ITS VARIETIES IN FICTION: LINGUISTIC INDICES AND INTENTIONAL FALLACIES

The author is a text creator subdivided into actual and implied varieties.

For example, Rudyard Kipling is the author of the fragment below, which fact means that R. Kipling was a real man who existed regardless of the text.

One of the few advantages that India has over England is a great knowability. After five years' service a man is directly or indirectly acquainted with the two or three hundred Civilians in his Province, all the Messes of ten or twelve Regiments, and Batteries, and some fifteen hundred other people of the non-official caste. In ten years his knowledge should be doubled, and at the end of twenty he knows, or knows something about, every Englishman in the Empire, and he may travel everywhere without paying hotel-bills [2, p. 26].

If Kipling had not written the story at all, this fact would have never denied his physical entity. Yet, the image of this author implicitly inhabits the text, and any reader is sure to make a try to reconstruct it involuntarily on the ground of unintentional signs (*linguistic indices*) of the author's presence scattered in the text [3, p. 34]. For example, the fact that the real Kipling spent much of his childhood in India evokes an implicature that it is because of his biography the story unfolds there. Still, the real Kipling is not equivalent to an abstract faint personality, which also appears to be well acquainted with ways of life in British colonies. A real historical personality is the actual author, while the image of the author enclosed in text and reconstructed by certain indices is the implied author. The latter is therefore a mental picture of the author that a reader constructs on the basis of the text in its entirety.

Confusing actual and implied varieties (the real Kipling and the implied author) leads to the so called *intentional fallacy* – a delusion in interpreting a text if indices are treated with reference not to the implied, but to the actual author (and India, as happens, starts being associated with R. Kipling's biography).

On the contrary, any text, once written, starts its independent existence, and the author (a creator who conceived and embodied it) literally stops his physical being.