

свого товариша, відстоювати та обґрунтовувати правильність власних суджень, приймати рішення. Окрім цього, в умовах класно-урочної системи навчання рівнева диференціація постає ефективним засобом формування в учнів самооцінки та самоконтролю.

Отже принцип диференціації хоч і вважається одним із провідних на сьогоднішній день, існує чимало спірних питань. Перспективу подальших досліджень вбачаємо у наступних питаннях:

1. Вплив факторів навколишнього середовища (економічних, соціальних, культурних, політичних) на неоднорідність навчальних груп.
2. Яка роль вчителя в індивідуалізованому навчанні?
3. Чи можлива індивідуалізація в будь-якому навчальному середовищі?
4. Взаємозв'язок між методами внутрішньої диференціації та факторами неоднорідності учнів.
5. Критерії оцінювання при внутрішньому диференціюванні.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Ляшенко О. І. Диференціація як основоположний принцип шкільного навчання. *Педагогіка і психологія*. 2009. №1. С. 40-45.
2. Савченко О. Я. Дидактика початкової школи. Київ: Генеза, 1999. 368 с.
3. Селевко Г. К. Дифференциация учебного процесса на основе интересов детей. Москва: Изд-во РИПКРО, 1996. 79 с. URL: [http://www.ahmerov.com/book\\_558\\_chapter\\_1\\_Annotaiija.html](http://www.ahmerov.com/book_558_chapter_1_Annotaiija.html)
4. Сухомлинський В. О. Вибрані твори : в 5 т. Київ: Рад. школа, 1977. Т. 3. 612 с.
5. Сучасний тлумачний словник української мови для школярів, абітурієнтів, студентів, викладачів. Олексієнко Л. П., Шумейко О. Л. Київ: Кобза, 2002. 544 с.
6. Фіцула М. М. Педагогіка. Київ: Академія, 2002. 528 с.
7. Шахмаев Н. М. Учителю о дифференцированном обучении Москва: АПН СССР, 1998. 231 с.

*Тимоць Ярина*

*Науковий керівник – доц. Караневич М.*

### ПРАГМАТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ЕВФЕМІЗМІВ У ТУРИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Високоякісна професійна комунікація є надзвичайно важливою складовою туризму і туристичного бізнесу загалом. При цьому функціонально-прагматична модель спілкування передбачає вибір мовленнєвих засобів із наявного фонду для вираження своєї думки чітко, красиво, вдало для досягнення запланованого прагматичного результату.

Значний внесок у дослідження туристичного дискурсу зробили такі науковці, як Н. Новікова [3], В. Прима [5], Ю. Слезко [6], Н. Філатова [7]. Лінгвісти Я. Денисенко [1], Ю. Колядич [2], Л. Півньова [4] займались дослідженням евфемізмів. Водночас, прагматичні аспекти використання евфемізмів у туристичному дискурсі ще не отримали належної уваги дослідників.

Метою нашого дослідження є виявлення прагматичних аспектів використання евфемізмів у туристичному дискурсі шляхом аналізу їх функціонально-прагматичних характеристик.

Функціонально-комунікативні й прагматичні аспекти значення висловлювання пов'язані із загальними принципами покращення інтерпретації, де важливою умовою успішності перебігу професійного акту спілкування є застосування принципу ввічливості з усіма різновидами його реалізації. У мові є значна кількість висловів, які не бажано застосовувати через певну грубість, безтактність, непристойність, вульгарність. Але, як зазначає Я. Денисенко, бувають ситуації, коли уникнути їх неможливо, саме тоді на допомогу приходять евфемізми [1, с. 26].

Сьогодні маємо багато дефініцій терміна евфемізм, що походить від грецького слова *eufhemismos* (*eu* – «добре» і *phemi* – «говорю»), тобто: «говорю добре», «говорю ввічливо». У лінгвістиці ж поняття евфемізм розуміють як благозвучне слово або вираз, ужитий для заміни непристойних, небажаних чи заборонених слів [4, с. 171]. За спостереженнями Ю. Колядич, традиційно евфемізм є наслідком лексичного табу, що у зв'язку з історичними обставинами та

через усталений світогляд застосовують до назв певних предметів і явищ навколишнього світу, щоб передати їхнє значення більш завуальовано і згладити потенційно неприємні моменти. Саме із цією метою адресант часто уникає прямих висловлень, надаючи перевагу мовленнєвим актам з дещо прихованим значенням: виражає свій комунікативний намір нечітко, залишаючи слухачеві право вибору, для пом'якшення прохань, питань і зауважень або для того, щоб сказати адресату неприємне, уникаючи неприємних наслідків для себе [2, с. 69].

Як зазначає Л.В. Півнюва, евфемізми мають неабияку здатність до маніпуляції реципієнтом. Адже, по-перше, вони приховують справжню сутність явища за рахунок створення нейтральної чи позитивної конотації; по-друге, щоб надати слову статус евфемізму, необхідно ідентифікувати прихований денотат, інакше евфемізм не буде розпізнано. Оскільки пересічний отримувач інформації не помічає евфемістичних тактик мовця через оказіональний характер евфемізмів, то маніпулятивний вплив здійснити легко [4, с. 171].

У туристичній професійній комунікації Л. Півнюва визначає евфемізми як одиниці вторинної номінації з відносно позитивною конотацією, що їх використовують як замітники прямих найменувань, уживання яких є небажаним через низку суспільних, соціальних чи психологічних причин [4, с. 172]. Проте, варто зазначити, що евфемізми сфери туризму застосовують не лише для уникнення різких, грубих висловлювань, приховування негативних моментів чи пом'якшення неприємної інформації. Це також певний прояв толерантності та ввічливості, що створює відповідну атмосферу для досягнення бажаного ефекту.

Оскільки те, як ми називаємо речі, впливає на те, як ми їх сприймаємо, евфемізми в туризмі є оптимальними засобами для [4, с. 172]:

- вираження вихованості, лояльності до партнерів та потенційних туристів: *passenger with disabilities* або *disabled (handicapped/differently abled/hearing-impaired/visually challenged) passenger* (замість *crippled, deaf, blind, invalid*) [9]; *elderly (senior/advanced in years) tourists* (замість *old*) [13]; *tourists of the «third age»* (замість *retired tourists*) [17]; *intoxicated (balmy) tourists* (замість *drunk tourists*) [15]; *colored (darky) tourist* (замість *black*); *unscrupulous tour operator* (замість *troubled tour operator*) [16]. Такі евфемізми вживаються задля уникнення дискримінації та відображають прагнення комунікантів до збереження мовленнєвого співробітництва. Утворення таких висловів зумовлене прагматичним принципом вихованості та толерантності;
- пом'якшення повідомлення про подію, об'єкт, що може викликати негативну реакцію адресата: *You may be denied a visa because you do not have a proof of availability* (замість *You will be denied a visa because you are poor*); *The road traffic in Nepal is left-sided and rather chaotic* (замість *You will not be able to drive in Nepal, as there is clutter on the roads*) [16]. Вживання таких евфемізмів сприяє запобіганню негативних емоцій та надає можливість самостійно усвідомити та оцінити ситуацію. В адресата повинні виникнути правильні асоціації, що дадуть йому змогу співвіднести субститут із денотатом;
- завуальовання потенційно неприємних моментів: подорожі, якими не цікавляться туристи та які ледь вдається продати за півціни, не називають *stuff*, а переважно – «*Not the best range*» [11]. А висловлювання «*In the low season we see growth without the development of the tourist market*» [11] свідчить про застій та відсутність продажів тощо. Фахівець таким чином прагне приховати не зовсім приємну реальність, про яку він не має наміру говорити відверто;
- намагання фахівця з туризму певним чином впливати на ціннісні орієнтири туриста, змінити його ставлення до повідомлюваного, спонукати до певних дій (придбати туристичний продукт, обрати певний туристичний об'єкт чи країну для відвідування: *deluxe hotel* (замість *expensive*) [12]; *economy room* (замість *cheap*) [11]; *large room* (замість *medium-sized*) [10]; *regular apartment* (замість *small*) [8]. У таких випадках продукт чи послуга описується лише у хорошому світлі, щоб пропозиція була більш привабливою.

У певних ситуаціях прямий мовленнєвий акт може виявлятися недостатньо ефективним для досягнення комунікативних цілей, і внаслідок цього в намір мовця входить творення іншого – непрямого мовленнєвого акту. Наприклад, замість фрази «*Buy tours at our travel agency!*», доречнішим буде висловлення «*Do you want to enjoy an unforgettable vacation full of emotions?*» [14] – і цей варіант дієвіший та милозвучніший для клієнта.

Отже, евфемізми мають потужний прагматичний потенціал. У сфері туризму вони вживаються перш за все задля запобігання комунікативного дискомфорту. З допомогою евфемістичних одиниць адресант має змогу висловити толерантне ставлення, запобігти конфліктним ситуаціям, забезпечити ефективне ведення діалогу, без чого важко здійснити повноцінну успішну комунікацію.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Денисенко Я. Ю. Евфемізми в англійській мові. Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства : матеріали всеукр. наук. конф., м. Суми, 19-20 квіт. 2012 р. Суми, 2012. С. 26-28.
2. Колядич Ю. Функціонально-прагматичні особливості евфемізмів в англійській мові. Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах. Київ, 2012. №26. С. 64-74.
3. Новікова Н. Г. Комунікативно-прагматичні особливості туристичних рекламних текстів. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна». 2012. Вип. 29. С. 152-154.
4. Півнюва Л. В. Лексика туризму в українській мові: формування та функціонування: дис. ... канд. філ. наук : 10.02.01. Інститут української мови НАН України. Київ, 2017. 258 с.
5. Прима В. В. Англійська туристична термінологія. Записки з романо-германської філології. 2016. Вип. 2(37). С. 59-63.
6. Слезко Ю. В. Феноменологічне пространство туристичного дискурсу. Вестник Бурятского государственного университета. 2013. Вип. 15. С. 155-162.
7. Филатова Н. В. Дискурс сферы туризма в прагматическом и лингвистическом аспектах : дис. ... канд. фил. наук : 10.02.01. Московский государственный лингвистический университет. Москва, 2014. 170 с.
8. After55.com: веб-сайт. URL: <https://www.after55.com/blog/senior-apartments-vs-regular-apartments/> (Дата звернення: 17.05.2020).
9. Air Do: веб-сайт. URL: <https://www.airdo.jp/en/departure/support/assist/> (Дата звернення: 17.05.2020).
10. Family vacation critic: веб-сайт. URL: <https://www.familyvacationcritic.com/hotel-rooms-for-large-families/art/> (Дата звернення: 17.05.2020).
11. Hotel Antiche Mura: веб-сайт. URL: <https://hotelantichemura.com/en/rooms-suites> (Дата звернення: 17.05.2020).
12. Join Up: веб-сайт. URL: <https://joinup.ua/uk/hotel/bellis-hotel/> (Дата звернення: 17.05.2020).
13. Odyssey Traveller: веб-сайт. URL: <https://www.odysseytraveller.com/articles/older-travellers/> (Дата звернення: 17.05.2020).
14. Sunset Holidays: веб-сайт. URL: <https://www.sunsetholidays.it/en/our-facilities/> (Дата звернення: 17.05.2020).
15. Thai Residents: веб-сайт. URL: <http://thairesidents.com/local/intoxicated-tourist-pattaya-acting/> (Дата звернення: 17.05.2020).
16. Tripadvisor: веб-сайт. URL: <https://www.tripadvisor.com/ShowUserReviews> (Дата звернення: 17.05.2020).
17. Visit Izmir: веб-сайт. URL: <https://www.visitizmir.org/en/page/ne-yapmali/-610037/-702387> (Дата звернення: 17.05.2020).

*Боднарник Марія*

*Науковий керівник – канд. філол. наук Лади́ка О. В.*

#### QUEEN OF CRIME: THE AUTHOR WHO MADE HISTORY (ON THE MATERIAL OF AGATHA CHRISTIE'S «AUTOBIOGRAPHY»)

**Formulation of a research problem.** Crime fiction is one of the biggest selling literary genres nowadays. People get so much enjoyment from reading about criminals, murders and the solving of mysteries. The primary interest of readers lies in the methodical discovery by rational means of the exact circumstances of a mysterious event or series of events, usually posing a puzzling problem concerning a crime.

The period 1920-1945 is known as the *Golden Age of mystery fiction*. Many different kinds of books were published then. The group of writers known as «intuitionists» are famous or mystery plots