

taking into account their characteristics. Visualization is the most effective tool: it is easier for a child to learn when he sees what he is doing and what he is working with. In the near future the education system in Ukraine, in particular the study of English, will be better adapted to inclusive education.

**References:**

1. English Prime: <https://englishprime.ua/uk/vosem-sovetov-kak-pomoch-rebenku-vyuchit-anglijskij-yazyk/>.
2. English teacher blog: <https://nus.org.ua/articles/yak-navchaty-ditej-z-autyzmom-v-inklyuzyvnyh-klasah-chastyna-1/>.
3. Kanner, L. Autistic disturbances of affective Contact // Classic readings in autism / Ed. By A. Donnellan. N.Y.: Coriginal Workc publ. 1985. P. 11-50.

**ПОЗАМОВНІ ЧИННИКИ ТА ЇХ РОЛЬ  
У ФОРМУВАННІ І ФУНКЦІОНУВАННІ ТЕРМІНІВ  
(НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКИХ ТЕРМІНІВ КОСМЕТОЛОГІЇ  
ТА ЕСТЕТИЧНОЇ МЕДИЦИНИ)**

**Шундікова І.І.**

*кандидат філологічних наук,  
асистент кафедри романо-германської філології,  
Тернопільський національний педагогічний  
університет імені Володимира Гнатюка  
м Тернопіль, Україна*

Дослідження термінів, які функціонують у різноманітних професійних сферах, привертає увагу не тільки лінгвістів, а й дослідників суспільних наук.

На соціокомунікативну природу терміна вказує багато дослідників. Для прикладу, на думку Т. Кабре, фахові знаннєві одиниці, зокрема терміни, є мультимісними і містять лінгвістичний, когнітивний, і соціокомунікативний компоненти [1, с. 17].

Схожа думка в Ф. Годіна, який вказує на доцільність вивчення соціального аспекту термінів, зазначаючи, що використання соціолінгвістичних принципів у дослідженні термінологічних варіацій у різноманітних контекстах дозволяє виявити рівень знань, фаховий та соціальний статус і стосунки співрозмовників [3].

Ця зацікавленість зумовлена тим, що мова – це соціальне явище, а терміни безпосередньо пов'язані з професійним чинником та здійснення ролі засобів інформаційного обміну.

До одного із виразних прикладів експліцитного впливу соціуму на функціонування термінів у цьому дослідженні слугує англomовна термінологія косметології та естетичної медицини.

Нині понятійний апарат цих галузей розвивається в унісон з науковим прогресом, розширенням культурних зв'язків, глобалізацією економіки, поширеністю мультилінгвізма, мобільністю населення.

До головних позамовних факторів впливу, що спричинили еволюцію фахової мови галузей косметології та естетичної медицини, належать соціокомунікативні, соціоекономічні, соціопсихологічні та соціоісторичні чинники. Метою статті слід вважати – обговорення впливу соціальних змін на функціональні та семантичні особливості англійських термінів цих галузей, які використані у текстах реклами, а також визначити їхній вклад у розвиток ключових цінностей сучасного глобалізованого світу.

Розвідка виконана у рамках напрямку соціотермінознавства.

Актуальність дослідження полягає у виявленні впливу позамовних факторів на розвиток терміносистеми. Предметом розвідки є функціональні та семантичні особливості термінів косметології та естетичної медицини в англійських рекламних текстах, спричинені сьогочасними соціокомунікативними процесами, та роль зазначених термінів у формуванні ведучих цінностей глобалізованого суспільства. Об'єкт дослідження – галузеві терміни, що функціонують в рекламних текстах, вилучених з англійських журналів (*Cosmopolitan, FFM, Esquire, Girls'Life*) які опубліковано у 2015-2020 роках.

Здійснений аналіз продемонстрував, що термінологія косметології та естетичної медицини, з одного боку, зазнає впливу суспільних змін, що виявляється кризою, поширення термінів-англіцизмів в інші мови та запозичення і термінологізацію іншомовної лексики, семантичні процеси метафоризації.

З другого боку, терміни, що функціонують і взаємодіють з іншими лексичними одиницями у рекламних контекстах, беруть участь у насадженні таких атрибутів сучасного глобалізованого суспільства, як індивідуалізм, споживацька свідомість, толерантність, гендерна уніфікація, соціальна самоідентифікація за допомогою торгових брендів.

Отже, результати здійсненої розвідки підтверджують взаємодію і взаємовплив соціальних чинників та особливостей мовного функціонування.

**Ключові слова:** рекламний текст, термінологія косметології та естетичної медицини, термін, соціотермінознавство, позамовні чинники.

#### **Література:**

1. Cabré Castellví M. T. Theories of terminology: their description, prescription and explanation. *Terminology*. 2003. № 9(2). S. 163-199. <https://doi.org/10.1075/term.9.2.03cab>.
2. Gaudin F. Pour une socioterminologie. Des problèmes sémantiques aux pratiques institutionnelles. Coll. Publications de l'Université de Rouen. No 182. Rouen, Université de Rouen, 1993. 255 p.