

ЗБІРНИК НАУКОВИХ СТАТЕЙ МАГІСТРІВ

Частина 2



**Полтава
2021**

**Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
(ПУЕТ)**

**ЗБІРНИК
НАУКОВИХ СТАТЕЙ МАГІСТРІВ**

Частина 2

**Полтава
ПУЕТ
2021**

УДК 339.1+640+664+37+657+005+004+80(062.552)
3-41

Друкується відповідно до Наказу по університету № 140-Н від 25 серпня 2021 р.

Редакційна колегія:

Головний редактор – **О. О. Нестуля**, д. і. н., професор, ректор Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» (ПУЕТ).

Заступник головного редактора – **О. В. Манжура**, д. е. н., доцент, проректор з науково-педагогічної роботи ПУЕТ.

Відповідальний секретар – **Н. М. Бобух**, д. філол. н., професор, завідувач кафедри української, іноземних мов та перекладу ПУЕТ.

Відповідальний редактор:

А. С. Ткаченко, к. т. н., директор Навчально-наукового інституту денної освіти ПУЕТ.

Члени редакційної колегії:

Л. М. Шимановська-Діаніч, д. е. н., професор, завідувач кафедри менеджменту ПУЕТ;

Т. В. Онійко, д. і. н., професор, завідувач сектору документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах кафедри менеджменту ПУЕТ;

Л. С. Франко, ст. викладач, завідувач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин ПУЕТ;

М. Є. Розоза, д. е. н., професор, завідувач кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем ПУЕТ;

Т. А. Костишина, д. е. н., професор, завідувач кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії ПУЕТ;

Г. В. Лаврик, д. ю. н., професор, завідувач кафедри правознавства ПУЕТ;

Н. М. Бобух, д. філол. н., професор, завідувач кафедри української, іноземних мов та перекладу ПУЕТ;

О. В. Ольховська, к. ф.-м. н., завідувач кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій ПУЕТ;

О. В. Яриш, к. е. н., доцент, завідувач кафедри фінансів та банківської справи ПУЕТ;

А. І. Мілька, к. е. н., доцент, завідувач кафедри бухгалтерського обліку і аудиту ПУЕТ;

Н. В. Карпенко, д. е. н., професор, завідувач кафедри маркетингу ПУЕТ;

Г. О. Бірта, д. с.-г. н., професор, завідувач кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи ПУЕТ;

Г. П. Хомич, д. т. н., професор, завідувач кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства ПУЕТ;

Т. В. Капліна, д. т. н., професор, завідувач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи ПУЕТ;

Г. П. Скляр, д. е. н., професор, завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу ПУЕТ;

І. М. Петренко, д. і. н., професор, завідувач кафедри педагогіки та суспільних наук ПУЕТ.

Збірник наукових статей магістрів. Навчально-науковий
3-41 інститут денної освіти : у 2 ч. – Полтава : ПУЕТ, 2021. – Ч. 2. –
310 с.

ISBN 978-966-184-417-8

У збірнику представлено результати наукових досліджень магістрів спеціальностей: Підприємництво, торгівля та біржова діяльність; Готельно-ресторанна справа; Харчові технології; Освітні педагогічні науки; Облік і оподаткування; Менеджмент; Інформаційна, бібліотечна та архівна справа; Публічне управління та адміністрування; Комп'ютерні науки; Філологія; Фінанси, банківська справа та страхування; Економіка; Підприємництво, торгівля та біржова діяльність; «Товарознавство та експертиза в митній справі»; Маркетинг.

УДК 339.1+640+664+37+657+005+004+80(062.552)

Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПУЕТ заборонено

ISBN 978-966-184-417-8

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», 2021

2. Алексеева И. С. Введения в переводоведение / И. С. Алексеева. – Москва : Академия, 2014. – 352 с.
3. Казакова Т. А. Теория перевода [Электронный ресурс] / Т. А. Казакова.
4. Карасик В. И. Мовне коло. Особистість. Концепти. Дискурс / В. И. Карасик. – Москва : Гнозис, 2004. – 390 с.

УДК 81'373.47:81.42]:[811.111:81'25]

МОВНІ ЗАСОБИ ЕКСПРЕСИВНОСТІ АНГЛОМОВНОГО ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ В СОЦІОКУЛЬТУРОЛОГІЧНОМУ ФЕНОМЕНІ СУЧАСНОГО КОМУНІКАТИВНОГО ПРОСТОРУ: ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ

О. М. Клімова, магістр спеціальності Філологія освітня програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша англійська»

Н. С. Сухачова, к. філолог, н., доцент – науковий керівник

Анотація. У статті висвітлено проблематику застосування мовних засобів експресивності в соціокультурному середовищі, визначено способи перекладу цих засобів українською мовою з англійської. Доведено необхідність вивчення мовних засобів експресивності у публіцистичному дискурсі. Досліджено вплив експресивності публіцистичного дискурсу на сприйняття читачів.

Ключові слова: мовні засоби експресивності, публіцистика, соціокультурологічний феномен, комунікативний простір.

Abstract. The article highlights the problems of using linguistic means of expression in the sociocultural environment, identifies ways of translation of these tools from English into Ukrainian. The necessity of studying linguistic means of expressiveness in journalistic discourse has been proved. The influence of expressiveness of journalistic discourse on readers' perception has been studied.

Keywords: linguistic means of expressiveness, publicistic text, sociocultural phenomena, communicative space.

Постановка проблеми. Сучасне суспільство вимагає від сфери публіцистики нових мовних засобів викладу інформації, які б збагачували, робили яскравішим та живішим спілкування між автором та читачами.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Теоретичною основою дослідження стали праці Н. В. Глінки, Я. В. Гнезділової, Г. Мендлера та інших вітчизняних та зарубіжних науковців.

Формулювання мети. Метою нашої статті є дослідження мовних засобів експресивності у англomовному публіцистичному дискурсі та їх впливу на соціокультурне середовище.

Виклад основного матеріалу дослідження. Все частіше застосовуються засоби реалізації експресивності з метою привертання уваги слухачів та читачів. У результаті цього, значно підсилюється емоційне та логічне навантаження висловлювань. Досліджуючи публіцистичні твори, ми повинні розуміти, що автор неминуче висловлює тільки свою суб'єктивну думку щодо теми його дослідження. Ця авторська експресивність знаходить своє вираження у мові, у стилі викладу інформації.

Засновником теорії експресивності у мові є відомий французький лінгвіст Шарль Баллі, представник Женевської лінгвістичної школи. Вчений зазначав, що стилістика вивчає експресивні факти мовної системи з огляду на їхній емоційний зміст, тому головне її завдання – вивчати експресивну систему мовленнєвих фактів. Він пропонує відрізнати експресивність мови від експресивності індивідуального мовлення [1, с. 24].

Сьогодні існує велика кількість засобів, що використовуються для реалізації експресивності. Серед переліку тих, що вживаються найчастіше, слід виокремити наступні групи: експресивна лексика, елементи розмовної мови, експресивні словосполучення як інструмент образного мислення (фразеологізми), а також експресивний синтаксис – сукупність продуктивних і часто вживаних емоційно насичених синтаксичних одиниць, які надають особливу виразність тексту та виконують певні стилістичні функції у сприйманні та розумінні висловлювання, а також вставні конструкції [2, с. 23].

Емоційно-експресивна оцінка забезпечується та підсилюється шляхом вживання різних фонетичних, словотвірних, морфологічних, лексико-фразеологічних засобів, а також синтаксичних і стилістичних конструкцій, які виконують дуже продуктивну роль [2, с. 35].

Також велику роль відіграють неологізми, а саме: словотвірні семантичні неологізми, індивідуально-авторські okazіоналізми. Без сумніву, подібні лексичні одиниці не можуть не привернути увагу читача та слухача.

Окрім неологізмів, для реалізації експресивності, створення настрою конкретної історичної доби, гумористичного та іронічного забарвлення тексту вживають архаїзми, історизми та анахронізми.

У ролі експресивних засобів часто використовують терміни, через можливість їх вживання у переносному значенні. Потужної метафоризації зазнають терміни таких галузей, як спорт, медицина, мистецтво, хімія та інші. Крім того, досить часто вживається розмовна лексика, яка поживляє текст.

Досить прикрим є те, що сьогодні значної популярності набули жаргонізми, сленгізми, а також лексика кримінальної сфери. Вживання таких слів має досить негативний вплив на літературні норми мови. Слід зазначити, що подібні слова виховують в аудиторії мовний несмак, популяризують грубе, ненормативне мовлення.

Фразеологізми, які є досить ефективним засобом реалізації експресивності, також набули поширення. Найчастіше використовують розмовно-побутові фразеологізми, що виконують виражену оцінну функцію та фразеологізми з античної міфології.

До синтаксичних засобів реалізації експресивності відносяться такі синтаксичні конструкції, за допомогою яких привертається увага читача, спонукаючи його до роздумів. Питальні речення досить часто реалізують широку гаму емоційно-оцінних значень із високим ступенем експресивності. Кількісний показник питальних речень серед переліку опрацьованих нами прикладів є досить високим. Питальні конструкції сприяють розкриттю емоційно-оцінного значення за допомогою авторизо-

вано-оцінних запитань, які не тільки слугують міркуванням, питанням, а й підкреслюють потрібну думку, виражають припущення, обурення, осуд, незадоволення, здивування, заперечення [7, с. 34].

Окличні речення реалізують емотивно-експресивну функцію мови, передають емоційне ставлення автора до зображуваної ним події чи особи, дають оцінку (презирство, іронію, віру), спонукають до дії. Окличні речення як мовні одиниці, що виражають емоційні переживання того, хто говорить, або його емоційно-інтелектуальне ставлення до фактів і явищ дійсності та вимовляються з особливою, так званою, окличною інтонацією, активно вживаються в репортажах [6, с. 45].

Адекватний переклад неможливий без врахування експресивно-стилістичних особливостей оригіналу. Стилістична належність слова і його експресивна насиченість часто тісно переплітаються. При перекладі важливим є поняття експресивної конкретизації, яке полягає у заміні стилістично-нейтрального англійського слова чи виразу експресивно-емоційним українським словом. Цей прийом лексико-фразеологічної трансформації залежить від особливостей лексики кожної мов. Важливо зазначити той факт, що лексика української мови, як правило, відзначається більшою експресивністю, ніж англійська. Лексика української мови багата на експресивно-емоційні та експресивно-оцінні слова; в англійській мові їх функцію виконують стилістично нейтральні слова. Це пов'язано, в першу чергу, із частотним використанням суфіксів суб'єктивної оцінки, яких в англійській мові досить невелика кількість.

Англійській лексиці менш властива внутрішня, незалежна від контексту експресивність. Явище експресивної конкретизації безпосередньо пов'язане із більшою предметно-логічною конкретністю побутової (розмовної) лексики української мови.

Передача експресивно-стилістичної оцінки є важливою не лише при перекладі художньої літератури, публіцистичних матеріалів, але й науково-популярних текстів. Якщо у художній літературі стилістичне забарвлення слів та їх образна основа посилюють експресивно-емоційний вплив на читача, то у

суспільно-політичному дискурсі вони більше впливають на ідейно-смыслову сторону висловлювання.

Існує велика кількість способів перекладу засобів реалізації експресивності, які ми детально проаналізуємо. До основних способів перекладу способі перекладу засобів реалізації експресивності належать: транслітерація, транскрипція, калькування, описовий переклад, підбір еквівалента. Наприклад: транслітерація (*holding* «холдинг»), калькування (*kanngaroo court* «кенгуровий суд» (пародія на судове засідання; незаконний розгляд справи), описовий переклад метафори *lunar politics* «відірвана від життя політика», підбір еквівалента (*meeek as a lamb* «покірний як ягня»).

У публіцистиці головну роль виконує авторська мова (позиція автора є активною, відкритою, його оцінки завжди чіткі та визначені). Авторська мова виконує різноманітні стилістично-естетичні та комунікативні функції.

Найбільш уживаними структурами у публіцистичних текстах на різну тематику є:

1) окличні та питальні (здебільшого риторичні) речення, в яких виражаються емоційні реакції на певні факти дійсності, актуалізується увага читача тощо;

2) спонукальні конструкції, що містять накази, волевиявлення, заклики до дії, активної громадянської позиції;

3) вставні одиниці, які у публіцистичних текстах, крім традиційної, виконують спеціальну стилістичну функцію, а саме: забезпечують динамічність або конкретність викладу;

4) нанизування однорідних членів речення, що сприяє виразненню предмета мовлення, привертає увагу до поставлених проблем;

5) повтор, який належить до традиційних прийомів образного вираження та смыслові актуалізації в газетних текстах, виступає засобом нарощення авторського впливу, посилення патетично-урочистого або емоційно-збудженого ефекту мовлення, допомагає зосередити увагу читача на значущих елементах повідомлення.

Висновки. Мовні засоби реалізації експресії застосовуються все частіше для привернення уваги слухача чи читача. Слід зазначити, що в результаті цього значно підсилюється емоційне або логічне навантаження висловлювання. Протягом останніх років проблеми експресивності викликає у лінгвістів велике зацікавлення, адже зростає увага до «мовної особистості», а точніше, до опису мови як засобу виявлення. Саме вміння правильно висловлюватись допомагає нам досягати поставлених цілей та реалізувати себе в тій чи іншій галузі. Тому, експресивність розглядається як прояв індивідуальності мовця, що виявляється в почуттях, емоціях і оцінках суб'єкта. Оскільки експресивність може бути притаманна одиниці будь-якого рівня мови, то логічно видається класифікація експресивних засобів відповідно до рівнів мовної структури, що передбачає виділення таких видів експресивних засобів: лексичні, фразеологічні, словотвірні, морфологічні та синтаксичні.

Перекладацький аспект засобів реалізації експресивності англomовного публіцистичного дискурсу передбачає аналіз форми та значення мовної одиниці та підбір відповідника в мові перекладу. Найтиповішими способами перекладу засобів реалізації експресивності є: транскрипція, еквівалентний переклад, та описовий переклад. Варто додати, що при передачі експресивності також вживається антонімічний переклад. Важливо пам'ятати, що використання засобів перекладу залежить від перекладача та його відчуття мови або розуміння того чи іншого способу реалізації експресивності.

Список використаних джерел

1. Баллі Ш. Французька стилістика / Баллі Ш. – Москва : Вид-во іноземної літератури, 1961. – 393 С.
2. Глінка Н. В. Експресивні засоби й стилістичні прийоми вираження експресивності та особливості їх перекладу / Глінка Н. В. // Вісник НТУ «КПІ». – 2013. – № 2. – С. 34–39.
3. Глінка Н. В. Семантико-стилістичні особливості англomовних текстів публіцистичного стилю / Глінка Н. В. // Новітня освіта. – 2014. – № 1. – С. 6–12.

4. Гнезділова Я. В. Емоційність та емотивність сучасного англомовного дискурсу: структурний, семантичний і прагматичний аспекти : дис. / Гнезділова Я. В. – Київ, 2007. – 291 с.
5. Гончар О. С. Публіцистичний дискурс та його функції [Електронний ресурс] / Гончар О. С. – 2010. – URL: <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/novitfilolog/21/7.pdf>. – Назва з екрана.
6. Шаховський В. І. Емотивний компонент значення та методи його описання : навч. посіб. до спецкурсу / Шаховський В. І. – Волгоград : Зміна. 1983. – 96 с.
7. Mandler G. Mind and Body: Psychology of emotion and stress / Mandler G. – London : Academia Press, 1975. – 330 p.

УДК 81'37:[811:111:33]

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВИ БРЕНДУ

Т. О. Колісник, магістр спеціальності 035 Філологія освітня програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»

В. Л. Іщенко, к. філол. н., доцент – науковий керівник

Анотація. У статті визначено, що мова бренду є системою знаків, символів та експресивних засобів, яка функціонує в різних комунікативних ситуаціях та здійснює прагматичний вплив на реципієнтів інформації. Мовні засоби даного типу мови утворюються згідно моделей англійської загальнолітературної мови. Виявлено, що з огляду на структуру брендонімі утворюються за однокомпонентними та багатоконпонентними моделями. Встановлено, що з точки зору морфологічного складу назви брендів у більшості випадків є багатоконпонентними номінальними конструкціями, рідше – конструкціями з дієсловами та чисельниками.

Ключові слова: назва бренду, структура, семантика, компонент, морфологічний склад.

Abstract. The article defines the brand language as a system of signs, symbols and means of expression, which operates in various communicative situations and exerts a pragmatic influence on the recipients of information. Linguistic means of this type of language are formed according to the models of general literary language. It