

# ІНОЗЕМНІ МОВИ ХХІ СТОЛІТТЯ

ПРОФЕСІЙНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ДІАЛОГ КУЛЬТУР

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ  
ІМЕНІ МИХАЙЛА ТУГАН-БАРАНОВСЬКОГО

Кафедра іноземних мов

# **Іноземні мови ХХІ століття: професійні комунікації та діалог культур**

Збірник наукових праць

Видавець ФОП Чернявський Д.О.  
Кривий Ріг  
2016



MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE  
DONETSK NATIONAL UNIVERSITY OF ECONOMICS AND TRADE NAMED  
AFTER MYKHAILO TUGAN-BARANOVSKY

Foreign Languages Department

**Foreign Languages of XXI Century:  
Professional Communications and Dialogue of  
Cultures**

Collection of Scientific Works

Kryvyi Rih – 2016

УДК 811-027.63«21»:(316.774-027.561+[366.636:008(100)])(045)

I - 67

ББК 81.2+71

### **Колектив авторів**

**I-67** Іноземні мови ХХІ століття: професійні комунікації та діалог культур // Збірник наукових праць. – Видавець ФОП Чернявський Д.О., Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2016. – 268 с.  
**ISBN 978-617-7250-58-5**

Збірник містить матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Іноземні мови ХХІ століття: професійні комунікації та діалог культур» та призначений для широкого кола читачів, які цікавляться проблемами вивчення іноземних мов та перекладу в Україні та за кордоном.

The collection of scientific works contains proceedings of All-Ukrainian research and practical Internet conference “Foreign languages of XXI century: professional communications and dialogue of cultures” and is designed for a large circle of readers who are interested in the state of learning foreign languages and translation both in Ukraine and abroad.

**УДК 811-027.63«21»:(316.774-027.561+[366.636:008(100)])(045)**

**ББК 81.2+71**

© Колектив авторів, 2016

© Донецький національний університет економіки і торгівлі  
**ISBN 978-617-7250-58-5** імені Михайла Туган-Барановського, 2016

## ЗМІСТ

### ПРИКЛАДНА ЛІНГВІСТИКА

<b>Андриющенко Євгенія.</b> Математичні терміни та проблеми їх перекладу	7
<b>Бауліна Юлія.</b> Реалії та способи їх відтворення іншою мовою	12
<b>Белецька Олена.</b> Особливості перекладу юридичної термінології з англійської мови на українську	18
<b>Богатирьова Марина.</b> Складнощі перекладу англійських юридичних термінів	22
<b>Демчук Катерина.</b> Особливості перекладу англійської фінансово-економічної термінології українською мовою	26
<b>Журко Альона.</b> Основні аспекти перекладу англійської туристичної лексики	30
<b>Зубенко Юлія.</b> Особливості перекладу англійських ідіом українською мовою	34
<b>Кадров Сергій.</b> Використання фразових дієслів в англійській мові	38
<b>Крукович Світлана.</b> Особливості перекладу абревіатур та скорочень з англійської на російську мову	42
<b>Кузьменко Андрій.</b> Аспектуальна функція англійських фразових дієслів як важливий фактор їх адекватної семантизації	46
<b>Куропятник Ольга.</b> Фразеологія в англійській мові	50
<b>Матюшевська Катерина.</b> Словотвір в сучасній англійській мові	56
<b>Пекалюк Катерина.</b> Лінгвістичні особливості англомовних юридичних термінів	60
<b>Пилипенко Ганна.</b> Особливості відтворення англійської юридичної термінології українською мовою	64
<b>Плис Наталія.</b> Складнощі перекладу економічних термінів з англійської мови на українську	68
<b>Поляков Олексій.</b> Аналіз функцій прикладної лінгвістики	71
<b>Попозогло Тетяна.</b> Економічна термінологія німецької мови	75
<b>Сосідко Олена.</b> Способи словотворення в англійській маркетинговій термінології	79
<b>Teslenko Oleh.</b> The role of a translator in international economic activity	83
<b>Харламов Іван.</b> Лексикологія як частина прикладної лінгвістики	86
<b>Чеботар Анна.</b> Системи машинного перекладу	89
<b>Черненко Яна.</b> Особливості перекладу англійської термінологічної лексики галузі медицини	93
<b>Шелевер Аліна.</b> Особливості перекладу рекламних слоганів	97
<b>Шерстюк Катерина.</b> Особливості перекладу англійських прислів'їв українською мовою	101
<b>Шокер Римма.</b> Особливості перекладу ділових листів з англійської на українську мову	105

### ІНОЗЕМНІ МОВИ ЯК ЗАСІБ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

<b>Baranets Pavlo.</b> The role of the English language in economic professions	109
---	-----

<b>Bezboroda Yelyzaveta.</b> Organization of a business conference in English	112
<b>Boichenko Anastasiia.</b> Business correspondence as a vital part of business	117
<b>Hetman Ivan.</b> Features of the foreign economic activity and its taxation	121
<b>Dremluha Valeriia.</b> Major trends of learning english for future commodity experts	124
<b>Kovalevska Sofiia.</b> The role of a translator in the modern world	129
<b>Kozlova Valentyna.</b> Falsification of alcoholic drinks in Ukrainian market and ways of its identification	133
<b>Konoplianko Viktoriia.</b> Foreign language as a means of stimulating of an economist's professional and personal development	137
<b>Kot Daria.</b> The use of the English language in the process of tour guide`s work	143
<b>Nikolaichuk Yuliia.</b> Currency regulation and currency control in Ukraine	144
<b>Reshetniak Maryna.</b> The role of English in business	148
<b>Savenko Vyacheslav.</b> Offshore schemes as a way of taxation optimization	151
<b>Сапожник Карина.</b> Особливості англійської терміносистеми у галузі міжнародного туризму	155
<b>Яновська Таміла.</b> Особливості перекладу документації на прикладі контракту	159

### ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ

<b>Alekseieva Natalia.</b> Successful academic writing: sentence	167
<b>Burovytska Yulia.</b> Methodological aspects of ESP teaching	170
<b>Бурак Дмитро.</b> Інноваційні методи вивчення англійської мови	174
<b>Havrylenko Anastasiya.</b> Learning strategies for tesl	178
<b>Herasymova Olha.</b> The main idea of the whole thesis	182
<b>Карпюк Валентина.</b> Інноваційні технології у викладанні німецької мови в старшій школі	186
<b>Malykhin Olexandr.</b> Academic writing: selecting supporting material for essay	192
<b>Siniahovska Inha.</b> Main types of purposes for academic writing	197
<b>Udovichenko Hannah, Tymchenko Vita.</b> Invention techniques	201
<b>Shevchuk Iryna.</b> Academic writing: paragraph structure	206
<b>Sherstiuk Ludmyla.</b> Affective strategies in future philology teachers training	210

### МОВА І ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

<b>Bero Valeriia.</b> Outdoor advertising as one of the most affective kinds of advertisement in tourism	214
<b>Булгакін Данило.</b> Вплив англійських соціальних мереж на молодь	217
<b>Журко Альона, Барановський Віктор.</b> Вплив спілкування з носіями мови на вивчення англійської	222
<b>Кульпанов Андрій.</b> Роль англійської реклами в засобах масової комунікації	226
<b>Mykhailych Diana.</b> The influence of english-language music on English learning	231
<b>Олійник Валерія.</b> Вплив англійської мови на молодіжний сленг	234
<b>Українець Наталя.</b> Вплив англійського молодіжного жаргону на жаргон	238

української молоді

### МІЖКУЛЬТУРНИЙ ДИСКУРС

<b>Bass Daria.</b> Cultural features comparing	243
<b>Карамушка Юлія.</b> Лексико-стилістичні особливості англомовних газетних заголовків	247
<b>Keting Oleksandr.</b> Scholarships accounting in Ukrainian budgetary institutions	251
<b>Koshkina Diana, Petrunek Evheniya.</b> Different forms of greeting in English	256
<b>Ткач Дар'я.</b> Використання англійського сленгу українським населенням	259
<b>Шевченко Єлизавета.</b> Основні відмінності американської та британської англійської	263



# ПРИКЛАДНА ЛІНГВІСТИКА

УДК [81' 373.46-029:51]:81' 25-021.475.4(045)

**Євгенія Андрющенко**

студентка

Донецький національний університет економіки і

торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: С. А. Остапенко

## МАТЕМАТИЧНІ ТЕРМІНИ ТА ПРОБЛЕМИ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ

В статті розкривається поняття терміну, способи творення та походження математичних термінів. Авторка висвітлює основні способи та проблеми перекладу математичних термінів. Значна увага приділяється синонімії та особливостям подання термінів-синонімів у словниках.

**Ключові слова:** термін, словотвірні моделі, інтернаціоналізм, лексичний еквівалент, калькування.

Один із розділів науки, що становить інтерес до лінгвістики, є математика. Знання основної термінології, методів та понять математичної статистики є необхідним у роботі перекладача-лінгвіста, оскільки розділи математичної статистики досить широко використовуються при аналізі отриманих результатів, як вузькоспеціалізованих, так і загальних для характеристики певного дослідження.

Вміння доводити теореми, оперувати основними математичними термінами на сьогодні є першочерговою задачею для математиків. В процесі мислення формуються базові компоненти логіки, які згодом допоможуть у повсякденному житті або ж своєму сектору економіки планувати ділову активність у найприбутковішому для вас амплуа. При роботі із різного роду документацією математичні терміни використовуються не так часто, як того вимагають критерії високого рівня освіченості, особливо терміни англійською мовою.

Звідси і випливає основна мета даного дослідження – встановити структурні особливості, порівняти значення та походження термінів, висвітлити основні проблеми перекладу математичних термінів.

Використання термінології певних розділів математики у навчальному процесі, в процесі трудової діяльності, що дозволить підвищити обізнаність і визначає практичне значення дослідження.

У ході дослідження розкриваються проблеми перекладу математичної термінології англійською мовою, а саме: способи творення слів, походження термінів, варіанти перекладу, значення синонімів та особливості подання їх у словниках.

Термін – це емоційно нейтральне слово чи словосполучення, яке вживається для точного вираження понять та назв предметів [3]. Переклад термінів вимагає знання тієї галузі, якої стосується переклад [6], розуміння

змісту використаних термінів англійською мовою та знання термінології рідною мовою. При перекладі науково-технічної літератури важливе значення має взаємодія терміну з контекстом [1, 2], завдяки чому виявляється значення слова. У процесі перекладу терміну визначають такі основні етапи: 1) переклад значення мовою оригіналу; 2) смислове забарвлення терміну в контексті.

Одним із головних прийомів перекладу є використання лексичного еквіваленту

Головним прийомом перекладу термінів є переклад за допомогою лексичного еквіваленту. Серед досліджуваних слів 87 лексичних одиниць мають суто математичний зміст. Наприклад: *mediam, money, bisectrix, atom*.

У процесі дослідження було проаналізовано ряд літературних джерел [3; 6; 7; 8; 9], з яких наведемо ряд прикладів походження математичних термінів: *class* (лат. *classis* - розряд, група), *diagram* (гр. *diagramma* – креслення), *cipher* (фр. *chiffre* – цифра, араб. *Сієр* – нуль), *perspective* (фр. *perspective*, лат. *perspicere* - бачити наскрізь). Очевидно, що більшість термінів запозичені з інших мов, тобто ці терміни іншомовного походження. Згадуючи історію розвитку математики, не можна не виокремити Грецію, країну в якій математика посідала одне із головних місць серед наук, що і пояснює наслідування термінології з латинської та грецької мов. Багатозначні математичні терміни, наприклад, *exponent* означає: 1) представник, прихильник; 2) виконувач, майстер (людина, що володіє мистецтвом, майстерністю у своїй області); 3) приклад, тип; 4) *mat.* експонент, показник степеня; *lemma* несе такі значення: 1) анотація, короткий зміст; тема, предмет; 2) *mat.* лема.

Особливості перекладу та використання слів у різних контекстах обумовлюють наявність великої кількості термінів-синонімів. Наприклад: *zero* має синоніми: *cipher, nil, nought, null*.

Терміни характеризуються різною будовою, тому вони поділяються на групи: 1) до першої групи належать слова, які складаються із одного слова, отримали назву «проті»: *degree* - градус; 2) до другої групи належать слова, які складаються з двох слів та пишуться разом або через дефіс, отримали назву «складні»: *antiderivative* – неозначений інтеграл; 3) до третьої групи належать терміни-словосполучення, які складаються з декількох компонентів: *differential coefficient* - похідна.

Багатоскладові терміни, що належать до третьої групи термінів за будовою, є найбільш проблемними при перекладі. Багатоскладовими термінами можуть бути:

а) словосполучення, коли змістовий зв'язок між компонентами виражений приєднуванням.

Наприклад: *total differential* – повний диференціал.

б) словосполучення, компоненти яких граматично оформлені за допомогою прийменника або наявністю закінчень.

Наприклад: *complete the square* – доповнити до повного квадрату.

Відповідно контексту смислового забарвлення терміни-словосполучення є цілісними лексичними одиницями.

Багатоскладові терміни поділяться на такі групи:

1) терміни-словосполучення, компонентами яких є самостійними словами. Вони мають своє значення або ж можуть вживатися окремо, наприклад: *constant* – вільний член, константа; *power* – сила, влада, ступінь тощо.

Але терміни-словосполучення, що складаються з таких компонентів, набувають нового значення й мають свою змістову самостійність, наприклад: *more power to your elbow* – бажаю успіху; *product design* – дизайн, зовнішній вигляд виробу.

Розчленування та виділення компонентів у самостійні слова-терміни є особливістю першої групи.

2) терміни-словосполучення, які мають у своєму складі технічний термін, а другим компонентом виступає слово загальнонавчальної лексики. Словосполучення такого типу можуть складатися із двох іменників або іменника та прикметника. Даний спосіб творення математичних термінів кращий за перший, де два компоненти є самостійними термінами. Для перекладу візьмемо *plane geometry* – геометрія площини; *imaginary point* – уявна точка. Перший компонент вживається в основному значенні, а другий виступає різногалузевим терміном. Так, *quantum theory* – квантова теорія, *quantum of output* – обсяг продукції. До другого типу належать також терміни-словосполучення, другий компонент яких вживається в основному значенні, а у словосполученні з першим компонентом він є самостійним терміном, спеціальним для певної галузі техніки. Тому маємо, що *factor group* – фактор-група; *cube root* – кубічний корінь.

Представляючи у ролі самостійного терміну другу компоненту словосполучення, виявляємо характерну особливість другого типу термінів-словосполучень.

*divides* замість *proportional dividers* – циркуль-вимірювач;

*radical* замість *radical sign* – знак радикалу.

3) терміни-словосполучення, обидва компоненти яких є словами загальнонавчальної лексики, тому лише їх одночасне вживання характеризує їх як математичний термін. Даний тип є найменш продуктивним, тому використовується досить рідко.

Терміни третього типу термінологічно не розкладаються і зв'язок між компонентами є тісним.

*residue class* – суміжний клас; *differectial coefficient* – похідна.

Широке використання власних висловів та математичних штампів є характерною особливістю математичних текстів. Фактично, шаблонність є головною характерною рисою математичних текстів, адже вони відбивають найсуттєвіші зв'язки між об'єктами математичних досліджень. Наприклад: *LET* «символ» *BE* «назва», *with respect to* «твердження»: *Let  $GL(n)$  be the algebra of  $n \times n$ -matrices with respect to matrix multiplication.*

Також для англійських текстів характерне широке використання структур типу А є Б, тобто простих двоскладних речень зі складеним присудком, що складається з дієслова-зв'язки та іменної частини. Наприклад: *Functional equations<sup>A</sup> are equations<sup>B</sup>, both sides of which are terms formed from a finite number*

of unknown functions (of a finite number of variables) and from a finite number of independent variables.

В англomовних математичних текстах дуже поширені неозначено-особові конструкції типу: *it was decided, it is to be noted, it is necessary: It may be necessary first to reduce the original system equation or equations to the form (1) by the introduction of new "state variables", and equations.* Слід також зауважити, що в літературі математичного спрямування зустрічається велика кількість умовних речень: *If is positive and is an irrational number, the generalized power is defined by the equation  $d^n = e^{n \log a}$ .*

Основна кількість термінів утворилась за рахунок загальноновживаних слів, взаємного проникнення із різних галузей техніки, запозичень із міжнародної лексики за словотвірними моделями, які характерні для сучасної англійської мови.

Зауважимо, що творення слів здійснюється суфіксальним, префіксальним та суфіксально-префіксальними способами. Наприклад, (*chart, nul, leg*), префіксальний спосіб творення (*polygon, index, pre-image*), суфіксальний спосіб творення (*argument, mapping, gradient*), префіксально-суфіксальний спосіб творення (*perimeter, incomparability, supplement*).

Префіксальний спосіб словотворення представлено такими префіксами: *para-* (3) – *parabola*, *per-* (1) – *periphery*, *poly-* (1) – *polygon*, *post-* (1) – *postulate*, *pre-* (3) – *precision*, *pro-* (3) – *proportion*, *in-* (4) – *incomparability*, *mid-* (1) – *midline*, *one-* (1) – *one-one*, *ortho-* (1) – *orthogonality*, *bi-* (3) – *bisecant*, *ad-* (1) – *adjoint*, *de-* (2) – *descriptive*, *inter-* (1) – *interval*, *sup-* (1) – *supplement*, *re-* (2) – *remainder*, *geo-* (1) – *geometry*.

Суфіксація включає суфікси: *-ment* (3) – *supplement*, *-er* (7) – *remainder*, *-y* (2) – *unity*, *-ature* (2) – *signature*, *-ion* (1) – *precison*, *-ity* (14) – *proximity*, *-tion* (7) – *implication*, *-th* (1) – *girth*, *-ing* (3) – *meaning*, *-or* (1) – *generator*, *-ness* (1) – *closeness*, *-al* (5) – *cardinal*, *-ate* (2) – *conjugate*, *-tive* (4) – *descriptive*, *-ient* (2) – *gradient*, *-ant* (2) – *discriminant*.

Використання декількох способів перекладу характеризує математичні терміни наступним чином:

- слово входить в українську мову, підпадаючи під правила цієї мови: *geometry* – геометрія;
- подається еквівалент: *degree* – градус, *digit* – цифра;
- слово набуває кількох значень:

а) термін зі зміною вимови, відповідно до вимог введеної мови;

б) еквівалент

Наприклад [8, 9]: *index* – 1. індекс; 2. показник.

*transitive* – 1. транзитивний; 2. похідний.

*power* – 1. *мат.* степінь; 2. *фіз.* сила, потужність; 3. *економ.* продуктивність.

Англійські загальнонаукові інтернаціоналізми набувають у науково-технічних текстах певного смислового забарвлення. Вони збагачуються зв'язками, створюють нові словосполучення й часто потребують нових варіантів перекладу, яких немає в словнику, що спричинює складнощі під час

перекладу. Враховуючи специфіку смислового значення у контексті сказаного, можна уникати помилок при перекладі українською мовою. Тому знання специфіки творення слів-термінів інтернаціонального походження є необхідним знаряддям для безпомилкового перекладу літератури.

Латинська мова виступає домінантом стосовно походження термінології. Використання суфіксів і префіксів надає точнішого значення словам і впливає на їх формування. Найпродуктивнішими суфіксами в галузі науково-технічної термінології є : *-er, -ity, -tion, -ing, -al, -tive* та префікси : *in-, para-, pre-, pro-, bi-*.

Переклад слів здійснюється наступними засобами:

- прийомом опису: *In the comparison of 7 to 3, 7 is named the Antecedent, and 3 the Consequent.* – При порівнянні чисел 3 і 7, 7 називається антецедентом чи попереднім членом відношення, а 3 – консеквентом, чи наступним членом відношення;
- перекладом за допомогою використання родового відмінку: *modular surface* – рельєф функції;
- прийомом калькування: *diagram* – діаграма;
- перекладом за допомогою використання різних прийменників: *first class degree* – диплом з відзнакою.

Проаналізувавши ряд робіт стосовно проблем перекладу математичних термінів, можна стверджувати, що математична термінологія, як в англійській мові, так і в українській, передає повноту й точність тлумачення слова, але може мати інколи декілька значень.

Багато слів іншомовного походження збігаються з написанням інтернаціональних слів, але мають різні значення. Схожість графічної форми цих слів часто буває причиною помилок. Наприклад: *accuracy* – це точність (а не акуратність), *cardinal* – головний, кардинальний, основний (а не кардинал). Тому, за умови збереження стилістичних норм та стилю української науково-технічної літератури, необхідним є обґрунтоване вживання слів іншомовного походження у вірному смислового забарвленні.

Відмінності на різних рівнях мови при перекладі текстів і використанням математичних термінів надають українській мові більшу гнучкість структурного оформлення, більшу свободу на граматичному рівні. Тому знання всіх особливостей перекладу термінології та контекстного значення є необхідними інструментами в арсеналі професійного перекладача.

#### Список використаних джерел:

1. ДСТУ 1.5:2003. Національна стандартизація. Правила побудови, викладання, оформлення та вимоги до змісту нормативних документів.
2. ДСТУ 1.7:2003. Національна стандартизація. Правила і методи прийняття та застосування міжнародних і регіональних стандартів.
3. ДСТУ 3966:2009. Термінологія. Засади і правила розроблення стандартів на терміни та визначення понять.
4. Products / ISO standards / By TC / CASCO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.iso.org/iso/ru/iso\\_catalogue/catalogue\\_ics/catalogue\\_detail\\_ics.htm?cnumber=31705&ICS1=37&ICS2=080](http://www.iso.org/iso/ru/iso_catalogue/catalogue_ics/catalogue_detail_ics.htm?cnumber=31705&ICS1=37&ICS2=080)

5. Каталог нормативних документів 2011: у 3 т. – К. : ДП «УкрНДНЦ», 2011. – Т.1. – Кн. 1. – 421 с.
6. Кочан І. Термінологія: національна чи міжнародна? / І. Кочан // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». – 2009. – № 648. – С. 3-8. – (Серія «Проблеми української термінології»).
7. ISO 6196-4:1998. Micrographics. Vocabulary. Part 04. Supports and conditionnement (E/F/R).
8. ДСТУ ISO 6196-4:2005. Мікрографія. Словник термінів. Частина 04. Матеріали та пакування.
9. ДСТУ ISO 6196-1:2004. Мікрографія. Словник термінів. Частина 01. Загальні терміни.
10. Казаченкова Л. А. Как сохранить цифровой ландшафт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.litera-ml.ru>
11. ISO 6196-5:1987. Micrographics. Vocabulary. Part 05. Quality of images, legibility, inspection (E/F/R).
12. ДСТУ ISO 6196-5:2005. Мікрографія. Словник термінів. Частина 05. Якість зображень, читаність, контроль.
13. Закон України «Про страховий фонд документації України» від 22.03.2001 № 2332-III.

### **Yevheniia Andriushchenko. Mathematical terms and problems of their translation**

The article deals with the notion of term, terms origin and ways of formation. The author highlights main ways and problems of terms translation. Great attention is paid to synonymy and specificity of terms-synonyms presenting in dictionaries.

**Key words:** term, word-building pattern, internationalism, lexical equivalent, calque.

УДК 81'25 (045)

**Юлія Бауліна**

студентка

Донецький національний університет економіки і

торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: С. А. Остапенко

### **РЕАЛІЇ ТА СПОСОБИ ЇХ ВІДТВОРЕННЯ ІНШОЮ МОВОЮ**

В статті узагальнюються думки науковців щодо визначення поняття «реалія», класифікації реалій та способів перекладу. Авторка вказує на труднощі та особливості відтворення реалій іншою мовою та ілюструє результати дослідження яскравими прикладами.

**Ключові слова:** реалія, класифікація, транскрипція, транслітерація, калька, безеквівалентна лексика

Проблема мовних реалій та способу їх перекладу є однією з найбільш спірних у перекладознавстві. Актуальність даної теми полягає в тому, що реалії завжди представляють в процесі перекладу особливу складність. У статті ми розглянемо: загальне визначення терміну «реалія», класифікацію реалій, способи відтворення реалій. У повсякденному житті реалії мають важливе значення. Взагалі, вони потрібні для розуміння та інтеграції культур.

Метою цієї роботи є: визначити зміст поняття “реалія”, структуру та типи реалій; узагальнити думки авторів-фахівців, які займались перекладом реалій; зробити аналіз перекладу реалій з англійської мови на українську.

Реалія – це предмет, матеріально існуюча або яка колись існувала. Згідно зі словниковим визначенням, реаліями є предмети матеріальної культури. У лінгвістиці і перекладознавстві реаліями називають слова і вирази, що позначають ці предмети, а також стійкі вирази, що містять в собі такі слова [1].

Слова-реалії – перекладознавчі категорії, які відіграють першорядну роль у відображенні соціально-історичного та культурного контексту, надають національного забарвлення. Водночас реалія часто стає каменем спотикання для перекладача, оскільки її правильне витлумачення вимагає виходу за межі тексту в широкий контекст і за текст [3, с. 433-454].

Цією проблемою займалось багато перекладачів, але у кожного своя думка і свій підхід. Наприклад, Л. Соколов вважав, що реалії – це побутові і специфічно національні слова й звороти, що не мають еквівалентів у побуті. А думка С. Ковганюка інша, для нього реалії це – назви предметів і явищ матеріальної і духовної культури певного народу. Вл. Россельс бачить в реаліях «іншомовні слова, які позначають поняття, предмети, явища, які не використовуються тим народом, на мову якого твір перекладається» [6, с. 169]. Тобто автори, які займались дослідженням реалій дають неповні і приблизні визначення.

Р. Зорівчак [5] зазначає, що під реалією як перекладознавчим терміном слід розуміти «моно-і полілексемну одиницю, основне лексичне значення якої вміщає традиційно закріплений за нею комплекс етнокультурної інформації, чужої для об'єктивної дійсності мови-сприймача». Важливо, що поняття реалії є змінною, відносною категорією, яка набуває чіткості при бінарному контрактивному зіставленні конкретних мов і культур. Залежно від словникового складу цільової мови, особливостей матеріальної і духовної культури, що сприймає, від інтенсивності культурних та етнічних контактів відповідних мовних колективів обсяг реалій мови-джерела постійно змінюється.

Як термін, слово «реалія» з'явилося у 40-х роках у перекладознавчих працях. Уперше його вжив відомий фахівець А. Федоров у праці «О художественном переводе» (1941). Узагальнюючи перекладацьку працю, автор зазначає: «це діяльність, що вимагає певних знань, не тільки практично мовних, а й літературознавчих і історико-лінгвістичних, не кажучи вже про необхідність широкого культурного світогляду, що дозволяє усвідомити всі особливості соціальних умов... історичні і географічні реалії і та ін.». У своїх подальших працях А. Федоров залишається вірний такому розумінню терміна реалія. Для нього реалії лише предмет матеріального світу. Також, термін «реалія» зустрічається у кандидатській дисертації Г. Шаткова 1952 року, присвяченій проблемам, які виникають при перекладі безеквівалентної лексики, де дослідник зазначив: «Найтиповішою безеквівалентною лексикою слід вважати імена власні і слова, що позначають національно-специфічні реалії» [2, с. 23].

С. Влахов і С. Флорін вважають, що «реалії входять як самостійне коло слів до безеквівалентної лексики; терміни, вигуки, екзотизми, аббревіатури, звернення частково покривають коло реалій, але з цим, частково виходять за межі безеквівалентної лексики» [3]. Щодо змісту поняття реалії, існує декілька визначень, тому що різні фахівці зараховують до реалій різне коло слів.

Наприклад Л. Соболев вважає, що «реалія – це побутові і специфічні національні слова й звороти, що не мають еквівалентів у побуті, а отже, і в мовах інших народів, і слова із національного побуту, яких нема в інших мовах, тому що нема цих предметів і явищ в інших країнах» [4, с. 290].

На думку С. Ковганюка «реалії – це назви предметів і явищ матеріальної і духовної культури певного народу, які в перекладі залишаються незмінними» [5, с. 106], а Вл. Россельс зазначив, що «реалія – це предмет, поняття, явище, характерне для історії, культури, побуту і життя того чи іншого народу, країни, яке не зустрічається в інших народах [6, с. 169].

Такі автори, як С. Влахов і С. Флорін відносять до складу безеквівалентної лексики, окрім реалій, термінів, вигуків, екзотизмів, звернень, фразеологізмів, звукоімітації. Також, деякі автори, такі як А. Суперанська, В. Комісаров зараховують до безеквівалентної лексики імена людей, прізвиська тварин, назви рослин, історичні події, документи, організації, партії, символи, транспортні засоби та ін.

Як ми бачимо, у кожного вченого своя думка, але відмінними рисами реалії є характер її змісту (зв'язок означуваного предмета з певною країною, народністю, соціальною спільністю) і приналежність її до певного періоду часу.

С. Влахов та С. Флорін на основі цих ознак запропонували предметну, тимчасову і місцеву класифікацію реалій.

*До предметної класифікації реалій* відносять географічні реалії: назви об'єктів фізичної географії (степ – steppe, пасат – trade wind, лісопосадка – windbreak); назви об'єктів, пов'язаних з діяльністю людини (ранчо – rancho, дувал – duval); назви ендеміків (секвойя – sequoia, ігуана – iguana); найменування понять мистецтва і культури (богатир – hero, арлекін – harlequin, балалайка – balalaika, бандура – pandora, кобза – kobza); етнографічні реалії (поняття, що належать побуті і культурі народу): побутові (рикші – Richshaw, кімоно – kimono, каптан – coat); трудові (ялик – skiff, ковбой – cowboy, ударник – percussionist); етнічні поняття (козак – Cossack, гот – Goth, янки – Yankee); міри і гроші (фунт – round, сажень – yards, франк – franc). Суспільно-політичні реалії: поняття, пов'язані з адміністративно-територіальним устроєм (губернія – province, штат – state); найменування носіїв та органів влади (віче – council, кнесет – Knesset, рада – council); військові (Кунінг – Kooning, витязь – knight, самурай – samurai); найменування організацій, звань, титулів, станів, каст (ерл – Earl, наймит – hireling, князь – prince).

*Тимчасовий поділ реалій* містить сучасні реалії, які вживаються деяким мовним колективом і позначають поняття, що існують в даний час та історичні реалії, що позначають поняття, характерні для минулого певної соціальної групи.



У площині однієї мови слід розглядати свої і чужі реалії, які, в свою чергу поділяються на національні (відомі всім жителям держави, всьому народу), локальні (характерні одному прислівнику або діалекту), мікролокальні (належать для певної місцевості).

З позиції двох мов реалії діляться на зовнішні, які є чужими для цієї пари (наприклад «самурай» для російської та англійської мов), і реалії, чужі для однієї мови і свої для іншої («рада» для української та російської мов).

Розглядаючи декілька мов, можна виділити регіональні реалії («євро» для країн, що прийняли цю валюту як національну) і інтернаціональні, присутні в лексиці багатьох мов, що ввійшли в їх словник, але зберегли вихідне забарвлення (ранчо, текіла).

Розглянемо *місцевий поділ реалій*. Якщо звернутися до галузі кухні, тобто українських страв, можна побачити, що іноземці користуються аналогом інших страв, які компонують одне до одного. А саме:

Varenyky (іареники) розуміють як – ravioli-like pasta stuffed with potato, cabbage, mushrooms, meat or cheese, or with cherries as a sweet dish.

Borsch (борщ) – soup based on beetroot with meat and other vegetables; served with sour cream.

Deruny (деруни) – pancakes made from grated potato and flour and fried; served with sour cream.

Mlyntsi (млинці) – pancakes, often made with soured milk for a lighter batter. Thinner pancakes are called nalysnyky, which are rolled and served with a stuffing, usually fruit or jam.

Salo (сало) – pork fat – no description of Ukrainian cuisine would be complete without it. Spices are rubbed into the skin. It's eaten in thin slices on black bread with garlic and salt.

Holubtsi (голубці) – cabbage rolls stuffed with rice and vegetables, or possibly with spiced minced meat, and stewed slowly in the oven.

Domashnia kovbasa (домашня ковбаса) – a domestic sausage, but it can be called salami.

З усього вище зазначеного можна зробити висновки:

1. Колорит є основною рисою реалії. Саме передача колориту при перекладі тексту з однієї мови на іншу і становить головну проблему перекладача при роботі з реаліями.

2. В Україні багато іноземців-туристів, яким цікава українська культура і звичайно ж українська кухня. Навіть якщо назви блюд зовсім різні, вони намагаються з'ясувати чи є у них подібні страви.

Існує два основних ускладнення передачі реалій при перекладі: необхідність поряд з предметним значенням реалії передати і колорит (конотацію) – її національне та історичне забарвлення, і відсутність у мові перекладу відповідності (аналога) через відсутність у носіїв цієї мови об'єкта, що позначається цією реалією.

Однак, деякі реалії мають у мові перекладу одиничні відповідності («House of Commons» – «Палата громад»). Одинична відповідність означає, що в більшості випадків дана одиниця вихідної мови перекладається однією і тією

ж одиницею мови перекладу. Практично не виникає труднощів при перекладі реалій, що мають одиничні відповідності.

Перекладачі класифікували можливості перекладу реалій різними способами, але все ж таки змогли виділити основні чотири випадки: транслітерацію або транскрипцію, створення нового (або складного) слова на основі вже існуючих в мові елементів, уподібленим перекладом, що уточнюється в умовах контексту і гіпонімічним перекладом (заміна видового поняття на родове).

Транскрипція припускає введення в текст перекладу за допомогою графічних засобів мови перекладу відповідної реалії з максимально фонетичним наближенням до її оригінальної фонетичної форми: укр. «Пельмені» і англ. «Pelmeny», англ. «LG» і укр. «Ел Джі», укр. «Вареники» і англ. «Varenyky». Бажаність застосування транскрипції при передачі реалій обумовлена тим, що при вдалому транскрибуванні перекладач може не припуститись помилки обох згаданих вище труднощів, тобто колориту передачі і смислового змісту.

Слід зазначити, що транскрипцію слід застосовувати з обережністю, оскільки в деяких випадках передача колориту, не будучи визначальним фактором, може відтіснитись на другий план передачі смислового змісту реалії, не виконавши комунікативне завдання перекладу.

Перевантаження тексту транскрибуванням слів може призвести до перевантаження тексту реаліями, яка не зближуватиме читача з оригіналом, а тільки буде віддаляти від нього.

У деяких випадках необхідно поєднувати транскрипцію з додатковими засобами осмислення, зокрема це стосується перекладу реалій, які є «хибними друзями перекладача». До цієї групи належать: назви мір, ваг та інших величин виміру, співзвучні у вихідній мові та мові перекладу, але які не збігаються за кількістю. Наприклад, перекладаючи слово «Pfund» (500гр.) російською мірою «фунт» (409,5гр.). Бажано, наприклад, у виносці вказати на цю різницю.

Говорячи про транскрипцію, необхідно згадати про явище міжмовної омонімії, тобто про наявність в мові перекладу слів близьких фонетично.

Застосування транслітерації при передачі реалій досить обмежене, про неї можна говорити при перекладі понять, що стосуються в основному суспільно-політичного життя і власних назв: рос. «Лондон» і англ. «London», англ. «Sarafan» і рос. «Сарафан». До того ж можна зазначити, що в окремих випадках важко відрізнити транслітерацію від транскрипції внаслідок відносної подібності цих прийомів.

Переклад реалії (або заміна, субституція), тобто засіб передачі її мовою перекладу, вживають у тих випадках, коли транскрипція (транслітерація) за тих чи інших умов неможлива або небажана. У цих випадках запроваджують неологізм – найбільш придатний після транскрипції шлях збереження змісту й колориту реалії. Насамперед такими «новими» словами можуть бути кальки та півкальки: кальки – це запозичення шляхом буквального перекладу слова або звороту з наступним складанням перекладених частин без будь-яких змін; півкальки – це свого роду часткові запозичення, також нові слова або усталені

словосполучення, але «складені частково із свого власного матеріалу, а частково з матеріалу іншомовного слова».

Класичний приклад – це слова *housewife* – домогосподиня; *misleader* – лжекерівник, *Skyscraper* – хмарочос. Дуже поширені кальки усталених словосполучень: *People of good will* – люди доброї волі; *the United Nations Organization* – Організація об'єднаних націй; *Carpet-bagger* – саквояжник, *mother-in-law* – свекруха, *the commander-in-chief* – головний командувач. При калькуванні існує небезпека з'явлення в перекладі буквализму, який зовсім непотрібен. І перекладач повинен використовувати цей засіб перекладу лише тоді, коли в українській мові дійсно відсутнє відповідне слово або словосполучення.

Частіше ніж будь-який інший спосіб передачі реалій застосовується приблизний переклад. Якщо застосувати цей спосіб, то вдасться передати предметний зміст реалії, хоча і не досить точно. Також колорит дуже часто є втраченим, тому що відбувається заміна очікуваного конотативного еквіваленту на нейтральний за стилем, тобто на слово або словосполучення з нульовою конотацією. Можливі декілька випадків: принцип заміни одиницею відповідно роду та виду дозволяє передати зміст реалії одиницею з більш поширеним (дуже рідко – більш вузьким) значенням, підставляє родові поняття замість видового. По суті справи, замінюючи вид родом, більш часткове більш загальним, перекладач застосовує відомий у теорії перекладу прийом генералізації: *Cottage* – будинок. Якщо дозволяє контекст, то такий переклад можливий.

Переклад реалій досі залишився відкритим для дослідників. Так сталося не тільки через різні погляди перекладачів на дане питання, а ще й від великої кількості факторів і нюансів, що впливають на це рішення. Дане питання, за своєю суттю, складається з декількох спірних моментів. Багато перекладачів сперечалися і зараз сперечаються про тлумачення самого поняття «реалія»; безліч суперечливих думок існує з питання класифікації реалій (зокрема, на основі яких ознак слід поділяти на групи ці мовні одиниці). Питання про розмежування та виділення способів перекладу реалій дуже спірне, застосування того чи іншого прийому і фактору, що накладають на їх вживання певні обмеження, вважають спірним. Щодо структури реалій, то у перекладознавців також немає загальної думки. В результаті аналізу висловів та думок фахівців стосовно структури реалій, можемо зробити висновок, що реаліями можуть бути окремі слова, словосполучення, речення, скорочення (аббревіатури) і, інколи, фразеологічні звороти, а застосування того чи іншого засобу перекладу залежить від деяких факторів, а саме: від характеру тексту; від важливості реалії в контексті; від характеру реалії; від структури мови оригіналу і мови перекладу; від орієнтованості на читача.

У даній роботі перераховані і детально розглянуті способи, які застосовуються при перекладі основної маси реалій. Однак, внаслідок різноманітності цих мовних одиниць і їх індивідуальних особливостей, прийоми передачі реалій на мову перекладу можуть видозмінюватися і стикатися один з одним.

### Список використаних джерел:

1. Бреус С. В. Основы теории и практики перевода с российской мови на английську / С. В. Бреус. – М. : УРАО, 2002. – 207 с.
2. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) / В. Н. Комиссаров. – М. : Высш. шк., 1990. – С. 23-24
3. Влахов С., Флорин С. Неперекладне в перекладі. Монографія / С. Влахов, С.Флорин. – М. : Вища школа, 1986. – 384 с.
4. Соболев Л. Н. О переводе образа образом / Л. Н. Соболев // Вопросы художественного перевода. – М. : Советский писатель, 1955. – С. 270-290
5. Зорівчак Р. П. Реалія в художньому мовленні; перекладознавчих аспект / Р. П. Зорівчак // Іноземна філологія. – Львів., 1994. – С. 106-107
6. Россельс Вл. Перевод и национальное своеобразие подлинника / Вл. Россельс // Вопросы художественного перевода. – М. : Советский писатель, 1955. – С. 169

### **Yuliia Baulina. Realia and ways of its rendering into other language**

The article deals with the theoretical generalization of scientists' ideas concerning the notion of "realia" definition, realia classification and ways of translation. The author points at the difficulties and peculiarities of realia rendering in other language and illustrates the results of her research with vivid examples.

**Key words:** realia, classification, transcription, transliteration, calque, nationally biased units

УДК 81'25-021.321:81'373.46-029:34=811.111=811.162.2(045)

**Олена Белецька**

студентка

Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського  
м. Кривий Ріг, Україна  
Науковий керівник: О. М. Бондаревська

### **ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ЮРИДИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ НА УКРАЇНСЬКУ**

У статті розглянуто особливості перекладу юридичної термінології з англійської мови на українську. Матеріалом дослідження є основні терміни, які вживаються в юридичній справі. Досліджено також шляхи перекладу англійської юридичної термінології на українську, винайдено, що в юридичній термінології зустрічаються переважно складні терміни та терміни-словосполучення.

**Ключові слова:** юриспруденція, юридичний текст, термін, термінологія, юридичний переклад.

У словниковому складі мови велике місце належить термінологічній лексиці, кількість якої весь час помітно зростає. До термінологічної лексики належать усі слова, що об'єднуються в мові під загальною назвою терміни.

У зв'язку з постійним розвитком сучасної української мови з'являється все більше і більше термінів, не тільки технічних і наукових, а й економічних і юридичних.

Переклад тексту з дотриманням стильових ознак законодавчого характеру є також однією з найважливіших проблем, що з'являються у процесі перекладу тексту.

Особливості перекладу юридичних термінів з англійської мови на українську вивчали такі вчені як В. Карабан, Ж. Голікова, В. Комісаров на інші.

Метою даної статті є узагальнення досліджень щодо особливостей перекладу англійських юридичних термінів українською мовою, а також дослідження особливостей передачі англійських юридичних термінів українською мовою.

Відповідно до положень Енциклопедичного юридичного словника юридичні терміни поділяються на три різновиди за ознакою «зрозумілості» тієї або іншої частини населення:

1. Загальнозначущі терміни: до цієї групи термінів відносяться, наприклад: біженець, свідок, працівник; accomplice, accreditation.

2. Спеціальні юридичні терміни володіють особливим правовим змістом, наприклад: необхідна оборона, задоволення позову; coerced acquiescence, to retaliate accusation.

3. Спеціально-технічні терміни відбивають область спеціальних знань – техніки, економіки, медицини і т.д., наприклад: недоброякісна продукція, правила техніки безпеки; non-patentable, nuclear-free [6].

Виникають значні труднощі визначення загальнонаукової, галузевої, загальнотехнічної і вузькоспеціальної термінології. Загальнотехнічні і загальнонаукові терміни – терміни, які вживаються в декількох галузях техніки і науки.

Галузеві терміни – це терміни, які вживаються лише в одній галузі знань. Наприклад: правові норми, прийнятий закон; pugatory. Вузькоспеціальні терміни – це терміни, які характерні для спеціальності даної галузі. Наприклад: позов, нунціатура; chaplain, charge-sheet [5].

Термін може бути утвореним на основі рідної мови або запозиченим як із нейтрального термінологічного банку (міжнародні греко-латинські терміноелементи), так і із іншої мови. Такий термін повинен відображати ознаки даного поняття, його значення для спеціаліста еквівалентне значенню поняття.

Усі терміни за своєю будовою поділяються на:

1. Прості, які складаються із одного слова: punishment- покарання.

2. Складні, які складаються з двох слів і пишуться разом або через дефіс: the High Court – Високий суд.

3. Терміни-словосполучення, які складаються із декількох компонентів: actual implementation – реальне здійснення [4].

*Прийом опису* – передача слова за допомогою поширеного пояснення значення англійського слова. Цей прийом вживається як у випадку відсутності відповідного за значення слова в рідній мові, так і при поясненні слова у словнику.

Приклад:

*Accrual right* – право на витягнення доходу;

*account* – несплачена боргова вимога;

*official accusation* – офіційне звинувачення (у скоєнні злочину);

*acknowledgment of will* – неофіційне признание заповідачем перед свідком, що може це підтвердити, що підпис під заповітом належить заповідачеві;

*on account of whom it may concern* – за рахунок тих, кого це може стосуватись (страхова формула);

*Прийом калькування* – переклад англійського слова чи словосполучення за його частинами з наступним складанням цих частин. Такий переклад відтворює англійське слово дослівно.

Приклад:

*Multiple accredit* – множинне акредитування;

*accomplice of attempt* – співучасник у замаху;

*according to law* – у відповідності до закону;

*Прийом транскрибування* – передача літерами рідної мови звучання англійського слова.

Приклад:

*Special Industry Corporated* – Спеціал Індастрі Корпорейтед

*Переклад за допомогою використання різних прийменників.*

Приклад:

*Accreditee person* – особа, в присутності якої виконується акредитування;

*to acknowledge the compliment* – відповісти на почесі;

*acquisition by conquest* – заволодіння майном шляхом захоплення [1].

Значні труднощі викликають терміни, до складу яких входять групи слів, так звані багатокомпонентні терміни.

Існує ряд термінів-словосполучень, які не допускають дослівного перекладу, хоч мають еквіваленти в рідній мові. Окремі елементи таких термінів відрізняються від компонентів еквівалента рідною мовою. Такі терміни рідко стрічаються в юридичній термінології [2].

Приклад:

*Private nuisance* – джерело небезпеки.

Найбільш складними для перекладу є терміни, які мають різні значення не тільки у різних галузях науки і техніки, а й навіть в одній галузі:

*Notice* – 1. попередження, повідомлення, заява, сповіщення, попереджати, сповіщати; 2. сповіщення про готовність судна до завантаження; нотіс; 3. знання, обізнаність.

*Charge* – 1. обтяження річчі, заставне право, обтягувати заставою; 2. забов'язання, відповідальність; покладати відповідальність; 3. розпорядження, вимога, доручення; доручати, вимагати; 4. обвинувачення, пункт обвинувачення; звинувачувати; 5. аргументування в позовній заяві у спростуванні передбачуваних доводів відповідача; 6. письмова деталізація вимог сторони стосовно заведеного діла; 7. завершальне звернення судді до присяжних (перед вимовою вердикту); 8. звертання стягнення; 9. завідування, керівництво, ведення, піклування; 10. обличчя, що знаходиться на піклуванні; 11. ціна; витрата; нарахування; збори; пільги; назначати ціну; покладати витрати на когось.

*Account* – 1. рахунок; розрахунок; 2. належний платіж; несплачена боргова вимога; 3. звіт; робити звіт; пояснювати; 4. позов з вимогою до звіту; 5. відповідати; нести відповідальність.

Таке слово, яке має кілька словникових відповідностей, варіантів, аналогічних йому за значенням, перекладається шляхом відбору варіанта-аналога, який найточніше передавав би значення терміну у залежності від слів, які знаходяться у тісному зв'язку з даним словом. Найбільш тісний зв'язок існує між підметом та присудком, присудком і прямим додатком, означенням і означувальним словом [3].

В загалом юридичні терміни мають такі самі шляхи передачі з англійської мови на українську як і всі інші терміни. Головною проблемою перекладу юридичних термінів та термінів-словосполучень є їхня багатозначність не тільки серед різних галузей науки але й всередині самої юридичної галузі тексту. Точне значення терміну в даному випадку можна виявити лише за допомогою контексту та інших термінів, що пов'язані між собою у терміні-словосполученні.

Таким чином, передача англійських термінів на українську мову вимагає знання тієї галузі, якої стосується переклад, розуміння змісту термінів англійською мовою і знання термінології рідною мовою. При передачі науково-технічної та юридичної літератури з англійської мови на українську важливе значення має взаємодія терміна з контекстом, завдяки чому виявляється значення слова.

#### Список використаних джерел:

1. Голікова Ж. А. Перевод с английского на русский / Ж. А. Голікова. – Москва, 2013. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://padaread.com/?book=17975>
2. Карабан В. Переклад англійської наукової і технічної літератури [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.litera-ml.ru>
3. Карабан В. Теорія і практика перекладу з української мови на англійську мову [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.library.univer.kharkov.ua/OpacUnicode/index>.
4. Комісаров В. Н. Общая теория перевода [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://pnu.edu.ru/media/filer\\_public/2013/04/12/komissarov.pdf](http://pnu.edu.ru/media/filer_public/2013/04/12/komissarov.pdf)
5. Мостовий М. І. Лексикологія англійської мови [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.twirpx.com/files/languages/english/vocabulary/lexicology>.
6. Енциклопедичний юридичний словник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kul.kiev.ua/images/science/encik/grandencik.html>

#### **Olena Beletska. Translation features of the legal terminology from English into Ukrainian**

In the article the features of legal terminology translation from English into Ukrainian are determined. Research materials are the main terms used in legal proceedings. The ways of the English translation of legal terminology into Ukrainian are studied and legal terms as one of the most difficult terms and phrases are discovered.

**Key words:** law, legal texts, the term, terminology, legal translation.

**Марина Богатирьова**  
старший викладач кафедри  
соціально-політичних та економічних дисциплін  
Криворізького факультету Національного  
університету «Одеська юридична академія»

## **СКЛАДНОЩІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ ЮРИДИЧНИХ ТЕРМІНІВ**

У статті розглядаються особливості перекладу та розуміння англійських юридичних термінів. Пояснюється, які фактори впливають на мову, чому саме існує різноманітність юридичних термінів і які складнощі виникають при вивченні англійської юридичної термінології. Розкриваються проблеми, які виникають при розумінні термінів, та пропонуються можливі варіанти уникнення цих проблем; наводяться змістовні та зрозумілі приклади перекладу юридичної термінології.

**Ключові слова:** словниковий запас, фразові дієслова, ідіоми, правові терміни, юридичний жаргон.

Важливість вивчення термінології в сучасному світі незаперечна, оскільки термінологія, з одного боку, є сполучною ланкою між різними галузями знань, а з іншого боку – сприяє чіткому розмежуванню понять. Термінологія не стоїть на місці, вона постійно розвивається, розширює свої кордони. Її дослідженням займаються як лінгвісти, так і термінологи – представники відповідних галузей науки і техніки.

Актуальність теми визначається тим фактом, що термінологія права широко використовується не лише у професійному середовищі, а й в інших сферах мовної комунікації, тому існує великий попит на вивчення мови права для спеціальних цілей.

Юридична термінологія є унікальним об'єктом дослідження, оскільки характеризується великою різноманітністю сфер застосування порівняно з іншими терміносистемами.

Об'єктом дослідження є англійська юридична термінологія.

Предмет дослідження – способи перекладу юридичної термінології.

Метою даної статті є розкриття основних проблем вивчення юридичної термінології на прикладі англійської.

Англійська мова містить у собі елементи різних європейських мов, а також запозичені слова з безлічі інших мов. Неможливо зрозуміти, як ці фактори впливають на мову, без уявлення про історію Британських островів.

Юридична англійська відображає змішування мов, що вплинуло на англійську мову в цілому. Однак, сучасна юридична англійська мова запозичила конкретні вислови з французької мови та латини. Після вторгнення норманів в Англію в 1066 році французька стала офіційною мовою Англії, хоча більшість звичайних людей продовжували говорити англійською мовою. Протягом майже 300 років французька мова була мовою юридичного виробництва, у результаті чого багато слів мають свої корені в цьому періоді.



Вони включають *property, estate, chattel, lease, executor* та *tenant*. У цей період латинська мова залишалася мовою офіційних документів і законодавчих актів.

Однак через те, що суспільство не навчилося вільно розмовляти латинською мовою, вона не ставала мовою юридичних виробництв або дискусій.

Таким чином, протягом кількох століть після Нормандського вторгнення в Англії існувало три мови, якими користувалися в різних сферах. Англійська мова була розмовною мовою більшості населення, але майже все написане було французькою або латиною. Англійську мову не використовували в юридичній сфері. У 1356 р. був прийнятий (французькою) Статут Заяв. У ньому було заявлено, що все юридичне виробництво повинно бути англійською мовою, але записане латинською. Проте використання французьких юридичних висловів тривало і в XVII столітті в деяких галузях закону. У цей період з'являються нові сфери права, зокрема – комерційне право, воно почало розроблятися на англійській мові і залишалося відносно вільним від основ французької термінології.

У цей період друковане слово стало більш поширеним явищем, деякі письменники свідомо використовували слова, запозичені з латинської, з метою зробити тексти більш витонченими. Автори також використовували латинські слова, щоб підкреслити свій стиль, щоб справити враження на читачів. Деякі юридичні слова взяті з латині, наприклад, *adjacent, frustrate, inferior, legal, quiet* та *subscribe*. Навіть сьогодні латинська граматики визначає незвичайний порядок слів у правових документах. Вона також є причиною частого використання «shall constructions» у юридичних документах. Англійська мова була прийнята для різних видів юридичних документів у різний час. Заповіти почали писатися англійською мовою близько 1400 року. Статути писали на латині приблизно до 1300 року, а французькою аж до 1485 року, англійською і французькою мовами протягом кількох років і від 1489 року тільки англійською мовою.

Що робить англійську мову складною?

Це схоже з грою в шахи, якої навчаєшся весь день для того, щоб стати на все життя майстром. Англійська мова також вважається простою для початківців мовою, однак дуже важко досягти рівня носіїв мови.

Чому?

Ймовірно, існують чотири основних фактори, через які складно опанувати англійську мову. До них відносяться:

1. Відсутність чітких правил граматики. Англійська є продуктом різних мовних традицій. Одним із результатів цього є відносна нестача послідовних граматичних правил. Прийменники є яскравим прикладом цього.

2. Великий словниковий запас. Є багато різних способів сказати те ж саме англійською мовою. Це знову ж таки пов'язано з тим, що англійська мова спирається на різні мовні традиції. Наприклад, якщо ви хотіли сказати, що щось законно припустиме, ви могли б використати давньоскандинавське (скандинавське) – похідне слово – *lawful* – законно. Крім того, можна скористатися латинським – похідним словом – *legitimate*. Або, якщо ви хотіли

більш експресивне слово, ви могли б використати старе англійське слово – *right*. Можна взяти інший приклад: коли йдеться про працевлаштування, який термін використати: *calling, career, profession, employment, job, work, occupation* чи *vocation*?

3. Використання фразових дієслів англійською мовою. Наприклад, «ви поклали депозит» – *put down a deposit* – і «ви уклали договір» – *enter into a contract*. Ці комбінації повинні вивчатися окремо, тому що вони пов'язані з використанням дієслова з прийменником або прислівником і, як було зазначено вище, для їх використання не існує чітких граматичних правил.

4. Використання ідіом. Ідіоми – це групи слів, спільне значення яких відрізняється від значень окремих слів. Наприклад, вираз *over the moon* означає "щасливий". Ідіоми часто зустрічаються в звичайному спілкуванні англійською мовою, вони вважаються характерним елементом мовлення носія англійської мови. Ідіоми зустрічаються рідше в юридичній англійській мові, але існують в юридичному жаргоні. Наприклад, вираз *on all fours* – «на четвереньках» – використовується для позначення фактів справи, які відповідають саме до фактів попереднього випадку.

Що робить юридичну англійську мову складною?

Одна з головних причин того, що юридичну мову іноді буває важко зрозуміти, полягає в тому, що часто юридична англійська дуже відрізняється від звичайної англійської мови.

Зазвичай виділяють такі відмінності:

1. Мова юридичного листування відрізняється тим, що має тільки їй властиві структури, що в ній знаки пунктуації використовується недостатньо, іншомовні фрази іноді використовуються замість англійських фраз (наприклад, *inter alia* – «серед іншого», а не *among others* – «серед інших»), незвично використовуються займенники (*the same, the aforesaid, etc.*), також можливо знайти незвичайний набір фраз (*null and void, all and sundry*).

2. Велика кількість складних слів і фраз. Наприклад:

*Due notice. Proper notice* – «Належне повідомлення; повідомлення згідно з вимогами договору та/або закону»

*Hold harmless* – «відшкодувати збитки»

*In lieu of* – «замість»

*Legally binding* – «юридично обов'язковий»

*Matters of a product liability nature* – «питання, що стосуються виробництва, дефектів у виробках»

*Pursuant to* – «відповідно»

*Set forth herein* – «викладені в цьому документі; містяться в цьому договорі або документі»

*Without prejudice to the generality of the foregoing* – «не маючи жодного впливу на загальний зміст попереднього положення в договорі»

3. Правові терміни являють собою технічні слова і фрази, які мають точні та фіксовані правові значення і зазвичай не можуть бути замінені іншими словами. Деякі з них будуть знайомі непрофесіоналам (наприклад *patent, share,*

*royalty*). Інші, як правило, відомі тільки юристам (наприклад, *bailment*, *abatement*).

4. Юридичний жаргон включає слова, що використовуються юристами, але є незрозумілими для інших людей. Слово «жаргон» тотожне слову «сленг». Відомі приклади жаргонізмів – *boilerplate clause* і *corporate veil*. Жаргон включає в себе ряд архаїчних слів, котрі більше не використовуються у звичайній англійській мові. Це, наприклад, *annul* («заявляти, що договір або шлюб більше не є юридично дійсним») і *bequest* («передати в якості спадкового майна щось інше, крім землі»). Юридичний жаргон також включає в себе деякі незрозумілі слова, які є вузькоспеціальними і тому не зустрічаються, крім як в юридичних документах. Наприклад, *emoluments* («заробіток людини, у тому числі тарифи, заробітна плата, прибуток і допомоги в натуральній формі») і *provenance* («походження та рання історія»). Жаргонні слова повинні бути замінені на нормативні мовні еквіваленти, де це, звичайно, можливо.

5. Наявність специфічного значення у слів в юридичній мові. І це специфічне, «юридичне» значення може кардинально відрізнитися від загальноприйнятого значення.

Існує невелика група слів, які мають одне значення як юридичний термін і зовсім інше значення у повсякденному англійському мовленні. Одним з прикладів є слово *distress*, яке як юридичний термін означає «вилучення товарів в якості забезпечення виконання зобов'язання». У розмовній англійській мові воно означає «тривога, біль або виснаження». Ось ще кілька прикладів:

*Consideration* – юридичний англійській термін означає «акт; терпіння; розгляд; обіцянка однієї сторони договору, що передає певне майно, а також обіцянка іншої сторони, що купила даний товар». Розгляд має важливе значення для дійсності будь-якого договору.

*Consideration* розмовною англійською мовою означає:

«(1) думка, (2) факт, взятий до уваги при прийнятті рішення, (3) вдумливість по відношенню до інших».

*Construction* в юридичному перекладі з англійської означає «тлумачення». 'To construe' – це інфінітив дієслова-терміна.

*Construction* розмовною англійською мовою означає:

«(1) дії побудови [напр. будинку]; (2) будівлі або інші споруди; (3) галузь зведення будівель».

*Redemption* в юридичній англійській мові означає «повернення або вилучення майна, запропонованого в якості забезпечення сплати іпотечного боргу або зобов'язань».

*Redemption* розмовною англійською мовою означає «християнське спасіння».

*Tender* в юридичному перекладі з англійської означає «пропозицію постачання товарів або послуг». Зазвичай тендер повинен бути проведений, щоб укласти договір.

*Tender* розмовною англійською мовою означає «(1) ніжний і добрий; (2) (їжа) легко для того, щоб відрізати або розжувати; (3) (частини тіла) болючий дотик; (4) молоді та вразливі; (5) легко пошкоджуються».

Ряд слів і фраз, які використовуються в розмовній англійській мові, також використовуються в юридичній англійській мові, але в незвичайних контекстах. Приклади включають в себе *furnish, prefer, hold*.

Таким чином, можна зробити такий висновок: складнощі перекладу англійських юридичних термінів, текстів і документів обумовлені різноманітністю мовних традицій, що вплинули на англійську мову, наявністю великої кількості складних слів і фраз, використанням фразових дієслів, а також полісемією.

#### Список використаних джерел:

1. A Dictionary of Law. Sixth edition. Edited by Elizabeth A. Martin, Jonathan Law. Oxford University Press, 2006.
2. Манакин В. Н. Сопоставительная лексикология / В. Н. Манакин. – К. : Знання, 2004. – 58 с.
3. Федотова И. Г. Юридические понятия и категории в английском языке: Учебное пособие. Изд. 3-е, перераб. и доп. / И. Г. Федотова, Г. П. Толстопятенко. – Дубна : Феникс+, 2006.

#### **Maryna Bohatyrova. English legal terms translation difficulties**

The peculiarities of translation and understanding English legal terms are discussed in the article. It is explained what factors influence the language, why there are a variety of legal terms and what difficulties emerge in the study of legal English. In the article problems that arise in understanding are revealed, and possible ways of avoiding these problems are suggested; the article includes meaningful and comprehensible examples of legal terminology translation.

**Key words:** vocabulary, phrasal verbs, idioms, legal terms, legal jargon.

УДК 8125-021.475.4:(81'373.611:(003.084+801.631.51)=811'111=811.161.1

**Катерина Демчук**

студентка

Донецький національний університет економіки

і торгівлі ім. М. Туган-Барановського

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: Д. В. Фурт

#### **ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКОЇ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІЙ ТЕРМІНОЛОГІЇ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ**

У статті розглянуто особливості англійськомовних запозичень в фінансово-економічну термінологію; розглянуто причини та наслідки англійськомовних запозичень; проаналізовано особливості перекладу українською мовою.

**Ключові слова:** українська термінологія, фінансово-економічна термінологія, англійська мова, англійськомовні запозичення.

Українська мова пройшла довгий шлях розвитку. Сьогодні особливо гостро стоїть питання створення її терміносистеми. Такі науковці як В. Левицький, І. Пулюй, Р. Цегельський та інші були ініціаторами створення терміносистеми в дусі народної мови з її особливостями та за її законами, також були і прихильники запровадження в українську мову інтернаціональної термінології, серед них І. Горбачевський, С. Рудницький, А. Семенов та інші.

Перші спроби зібрати та впорядкувати українську наукову термінологію почалися з II половини XIX ст. М. Левченко у статті «Заметка о русинской терминологии» вперше говорив про необхідність створення наукової термінології, яка буде зрозуміла для простих людей.

За останнє десятиріччя минулого століття було випущено близько трьохсот словників з різних галузей знань, серед них найбільший вклад належить медицині, у цій сфері було випущено близько 40 словників, та фінансово-економічних словників було видано, близько 30. У своєму дослідженні науковець В. Алпатов підкреслює важливість таких словників, як:

- 1) поліфункціональний академічний «Російсько-український словник наукової термінології» у трьох книгах: Суспільні науки (1994); Біологія. Хімія. Медицина (1996); Математика. Фізика. Техніка. Науки про Землю та Космос (1998);
- 2) «Російсько-український та українсько-російський словник (сфера ділового спілкування)» за редакцією В. Брицина та О. Тараненка;
- 3) «Фінансовий словник» за редакцією А. Загороднього, Г. Вознюка та Т. Смовженко;
- 4) «Українсько-латинсько-англійський медичний тлумачний словник» у 2-х томах науковців Львівського медичного університету;
- 5) п'ятимовний тлумачний словник з інформатики Р. Іваницького та Т. Кияка (1995);
- 6) «Українсько-російсько-англійсько-німецький тлумачний та перекладний словник термінів ринкової економіки» за редакцією Т. Кияка (2001) [1].

Розширення міжнародного співробітництва України з іншими країнами світу протягом останніх десятиліть спричинило стрімке зростання в українській мові англійської лексики, адже виникла потреба найменування нових явищ, які вже існують у англійській світовій практиці.

Зокрема, такі науковці як С. Рижикової, Л. Чурсіної, Д. Мазурик, О. Стишов та О. Тодор займалися питанням словотвірного освоєння запозичень.

Отже, метою статті є з'ясування питання перекладу англійських запозичень фінансово-економічної термінології, пояснити потреби вживання іншомовних запозичень та розкрити наслідки їх введення для української мови.

Протягом віків Україна не мала реальної власної державності, а отже, і своєї державної мови. Тому галузеві терміносистеми розвивалися дуже повільно. Поступово українська мова насичувалася новими термінами; великим кроком у термінології стався тоді, коли в Європі запрацювала банківська система і з'явилася потреба у тлумаченні нових термінів. Великий вплив у вивченні особливостей іншомовних запозичень, зокрема англійських, зробили такі науковці, як В. Сімонов, Л. Струганець, Н. Попова.

В. Сімонок, проаналізувавши запозичені слова з англійської, німецької та французької мов, які потрапили до словникового складу сучасної української літературної мови, дійшов висновку, що запозичення слів є ефективним сучасним способом збагачення лексичного складу мови. Науковець вважає, що чим глобальніші зміни в житті, тим інтенсивніше змінюється лексика [6].

Л. Струганець стверджує, що серед найважливіших способів оновлення лексичної системи сучасної української мови є наступні: створення неологізмів на базі власних мовних одиниць; запозичення слів з інших мов; залучення лексичних елементів із периферійних ділянок мовної системи [7, с. 57].

Н. Попова, розглядаючи історію іншомовних запозичень з англійської мови в українську, визначає склад англіцизмів, які потрапили до української мови в останнє десятиліття ХХ й на початку ХХІ століття і здійснює лексико-семантичний аналіз новітніх англіцизмів. Науковець дійшла висновку, що в українській мові збільшується кількість англословних слів та розширюється актуальність слів англійського походження, що функціонували в українській мові обмежено [5].

Сьогодні англословні запозичення притаманні всім європейським мовам. Через зміну в економіці, глобалізацію та розширення міжнародного співтовариства з іншими країнами, в Україні виникла потреба у збагаченні мови новими категоріями та термінами, притаманними для економіки вільного підприємництва. В сучасну українську мову активно вливаються нові поняття, такі як, вексель, офшори, кліринг, маркетинг, баланс, інтерфейс.

Економічна термінологія, зокрема фінансово-економічна, – це поняття досить широке і включає у себе термінологію таких галузей знань, як фінанси, менеджмент, маркетинг, облік, банківська справа тощо. Тому проблема упорядкування англословних слів у сучасній фінансово-економічній терміносистемі не є ще достатньо дослідженою. На жаль, як і раніше актуальною залишається проблема унормування термінів. Ми не маємо відповідної словотвірної, структурно-морфологічної та лексико-семантичної характеристики термінів, але є необхідність опису фінансово-економічних термінів, їх адекватного перекладу та тлумачення.

Загалом запозичення в термінології – це природне явище, об’єктивний і неминучий фактор її формування, однак доцільним воно може бути тільки за умови відповідності комунікативним потребам суспільства й збереження національної специфіки терміносистеми [4, с. 6].

У англословних словах є ряд особливостей, які суттєво відрізняються від нашої мови, серед яких:

- 1) звукосполучення дж: *budget* (бюджет), *gentleman* (джентльмен), *leverage* (леверидж), *management* (менеджмент);
- 2) звукосполучення ай, ей: *insayd* (інсайд), *file*(файл), *outright* (аутрайт), *safe* (сейф), *hockey*(хокей);
- 3) суфікс -инг (-інг): *banking* (банкінг), *kliring* (кліринг), *listing* (лістинг), *marketing* (маркетинг), *holding* (холдінг);
- 4) суфікс –ep(ор): *adjusters*(аджастер), *franchise*(франшизер), *realtor*(ріелтор);

Англословні запозичення, пройшли етап адаптації за допомогою українських словотвірних засобів. У таблиці 1.1. наведені правила адаптації англійських термінів та їх українські відповідники.

Правила адаптації	Приклади
Слова, які закінчуються на твердий приголосний,	<i>Маркетинг, агент,</i>

співвідносяться з іменниками чоловічого роду.	<i>вендор.</i>
Запозичення, які закінчуються на м'який приголосний «л», відносяться до чоловічого роду.	<i>Онколь.</i>
Терміни, які закінчуються на голосний «і» чи «у» середнього роду, в українській мові не змінюються.	<i>Екскроу, ноу-хао, делівері.</i>
Слова, які в англійській мові закінчуються на «s», в українській мові набувають форму однини.	<i>Rights (Райтс), futures (ф'ючерс).</i>
Англомовні терміни, які вживаються в однині при перекладі українською мовою можуть бути, як однині, так в множині: 1) У множині слова виступають тоді, коли для англійського терміна в українській мові можна знайти відповідник, який має обидві форми числа. 2) В однині англомовний термін зустрічається тоді, коли запозиченому терміну відповідають українські абстрактні іменники.	<i>мітинги (збори), моніторинги (спостереження).</i>  <i>пудлінг (усереднення), бакетинг (незаконна діяльність брокерів).</i>

Табл. 1.1. «Правила адаптації запозичених слів» [2]

В українській практиці використовують такі способи перекладу термінів: транслітерація, калькування та запозичення. Транслітерація (від лат. *trans* – крізь, через, та *litera* – літера) – один із найпоширеніших способів перекладу фінансово-економічних термінів. Спосіб транслітерації полягає в тому, щоб за допомогою українських літер передати букви, які утворюють англійське слово і навпаки. Наприклад: *boss* (бос), *grant* (грант), *Coca-Cola* (Кока-Кола), *overdraft* (овердрафт) тощо.

Калькування – спосіб перекладу лексичної одиниці шляхом заміни її складових частин (морфем або слів) їх лексичними відповідностями у мові перекладу. Наприклад: *business* (бізнес), *service center* (сервісний центр), *dumping prices* (демпінгові ціни), *transaction costs* (транзакційні витрати), тощо.

У словнику української мови, за редакцією І. Білодіда запозичення визначається як, закономірний процес розвитку мови, у якому відбувається засвоєння іншомовних слів. Це явище виправдане у випадках, коли предмет чи поняття входить в іншомовне середовище разом із терміном. Такі терміни називають інтернаціоналізмами – специфічні терміни на позначення неукраїнських предметів чи понять (екзотизми) [8, с. 5]. Наприклад, *фундація* (пожертвування коштів на заснування чого-небудь), *офшор* (території, які забезпечують пільговий фінансовий режим із закордонними партнерами), *пертурбації* (несподівана зміна звичайного стану), тощо. Але цей метод не досконалий, адже у цього способу є багато варіацій.

Найбільш недоцільним є використання запозичень, котрі дублюють уже існуючі поняття в українській мові [3], наприклад, *дилер* (*dealer*) – посередник; *офіс-менеджер* (*office manager*) – керівник офісу; *консалтинг* (*consulting*) –

консультування; *офшорний(offshore)* – іноземний; *менеджер(manager)* – управлінець, тощо.

Отже, процес глобалізації, вступ до ЄС, міжнародне співробітництво з різними країнами спричинило тісну культурну і соціально-економічну взаємодію інтернаціональних запозичень, які відобразились на мовному рівні українців. Чисельність англомовних запозичень, які відносяться до економічної, фінансової, кредитної, банківської термінології зумовлені виникненням нових явищ в українській мові. При утворенні нового терміна в основі залишається іншомовне слово, а українізація терміна відбувається за допомогою транслітерації, калькування, або запозичення. Ці методи не є досконалыми і через неправильний переклад певних слів гальмують розвиток української фінансово-економічної терміносистеми.

#### Список використаних джерел:

1. Алпатов В. М. Історія лінгвістичних навчань / В. М. Алпатов. – Навчальний посібник. – 2-е изд., Испр. – М. : «Мови російської культури», 1999. – 368 с.
2. Архипенко Л. М. Адаптація англомовних економічних термінів в українській мові / Л. М. Архипенко // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского Серия: Филология. Социальные коммуникации, 2011. – Т. 24, № 4. – Часть 1. – С. 415-419.
3. Вакуленко М. О. Сучасні проблеми термінології та української наукової термінографії / М. О. Вакуленко. – К. : Київ, 2009. – 69 с.
4. Панько Т. І. Українське термінознавство / Т. І. Панько, І. М. Кочан, Г. П. Мацюк. – Л. : Світ, 1994. – 216 с.
5. Попова Н. О. Аспекти лінгвістичних досліджень чужомовних запозичень в українській мові / Н. О. Попова // Вісник Міжнародного Слов'янського університету. Серія: Філологія. – Харків: МСУ, 2003. – Т. IV, № 1. – С. 48–52.
6. Сімонок В. П. Семантико-функціональний аналіз іншомовної лексики в сучасній українській мовній картині світу / В. П. Сімонок. – Х. : Основа, 2000. – 331 с.
7. Струганець Л. В. Динаміка лексичних норм української літературної мови ХХ ст. / Л. В. Струганець. – Тернопіль : Астон, 2002. – 352 с.
8. Хижняк Р. В. Англомовне підгрунття української фінансової термінології / Р. В. Хижняк, 2013.

#### **Kateryna Demchuk. The peculiarities of English financial and economic terminology translation into Ukrainian language**

The peculiarities of English borrowings in the financial and economic terminology is considered; the reasons and consequences of English borrowings are reviewed; the features of translation are analyzed.

**Keywords:** Ukrainian terminology, economic and financial terminology, English language, English borrowing.

УДК 81'25:81'276-029:338.48(045)

**Альона Журко**

студентка

Донецький національний університет економіки

та торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: Д. В. Фурт



## ОСНОВНІ АСПЕКТИ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ЛЕКСИКИ

У статті розглядаються особливості перекладу англійської терміносистеми туризму українською мовою. Розкриваються проблеми, які виникають при перекладі, та пропонуються можливі варіанти уникнення цих проблем; наводяться змістовні та зрозумілі приклади перекладу туристичної термінології.

**Ключові слова:** туристична лексика, термінологія, перекладацькі відповідники, описовий переклад.

Знання англійської мови в нашому світі відіграє важливу роль у пристосуванні кожної людини до сучасних умов і дає величезні переваги майже у всіх сферах життя тим людям, які її опанували. Найбільшого розвитку англійська зазнала у сфері туризму. Але туристична лексика охоплює велику кількість понять, тому на сьогодні вони ще не мають досить чітких відповідників в українській мові. Актуальність цього дослідження полягає в тому, що проблема перекладу термінів у сфері туризму в нашій країні є недостатньо розвиненою та мало дослідженою. Це приваблює увагу як науковців, так і звичайних людей, які прагнуть пізнавати світ та постійно дізнаватися щось нове.

Вивчивши англійську мову, можна спокійно вирушати у подорож до будь-якої, навіть не англійської країни світу, але перебування в інших країнах є дещо проблемним, адже завжди виникають труднощі у порозуміння між людьми. Це відбувається через те, що кожна сфера діяльності має свої специфічні та неоднозначні варіанти перекладу слів та виразів, які іноді важко зрозуміти та правильно перекласти. Для уникнення непорозумінь у спілкуванні між людьми при перекладі необхідно знаходити точні відповідники термінів.

Тож метою роботи є аналіз перекладу туристичних термінів з англійської на українську мову.

Англійська мова, як найуживаніша мова світу, розглядається та аналізується такими науками як: лінгвістика – наука про мову взагалі й окремі мови світу як індивідуальних її представників [4]; етнолінгвістика – це розділ мовознавства, що досліджує зв'язки між мовними та культурними явищами, тобто це напрям лінгвістичних досліджень, що вивчає мову у її відношенні до культури, взаємодію етнокультурних та етнопсихологічних чинників у функціонуванні та еволюції мови [3]; лінгвістична стилістика – мовознавча наука про стилі, стилістичні засоби мови і прийоми їх використання [5].

Вчення І. Гердера, В. фон Гумбольдта, Фердинанда де Соссюра та багатьох інших поклали фундамент у розвитку цих наук. Але найважливішою науковою дисципліною, яка безпосередньо стосується вивчення мовних явищ при опануванні англійської мови є перекладознавство – самостійна галузь прикладної лінгвістики, присвячена найважливішим поняттям, проблематиці та термінології перекладознавства [6]. Вивчення перекладознавчої науки полегшує розуміння туристичних термінів.

Термін – це слово або словосполучення, що визначає чітко й однозначно окреслене поняття і його співвідношення з іншими поняттями в межах

спеціальної сфери [8]. Сучасне термінознавство досить сильно акцентує увагу на функціонуванні термінів у мовленні. Для кожної сфери діяльності є важливим комплексний аналіз цих термінів. Останнім часом завдяки певним дослідженням було виявлено, що у сучасній мові майже 90 % нових слів – це спеціальна, тобто термінологічна, лексика. При цьому все більше термінів проникає у загальноживану мову, а термінологічні проблеми починають впливати на мову в цілому, тому дослідження термінології певної сфери діяльності, аналіз особливостей її формування, розвитку та функціонування на даний час є дуже актуальними. Переклад термінів вимагає відмінних знань перекладача тієї галузі науки або техніки, якої стосується переклад, а також розуміння змісту термінів англійською мовою та знання фахової термінології рідною мовою.

При перекладі нових туристичних термінів виникають певні проблеми:

- існують поняття, які не мають відповідника в країні перекладу;
- існують терміни, які не мають перекладного відповідника в офіційній мові;
- існують послуги специфічні тільки для однієї чи кількох країн світу;
- існують терміни, котрі мають більше одного значення, залежно від контексту;
- існують вимоги, що регулюються законодавством тієї чи іншої країни; в такому випадку потрібно шукати юридичні перекладацькі відповідники в мові перекладу.

Природним інструментом в області упорядкування лексики є тлумачні термінологічні словники, які у роботі з туристичною термінологією дозволяють уникнути деяких труднощів. Вже на етапі збирання лексичного матеріалу із сфери української термінології туризму, можна помітити, що словників з цієї термінології практично не існує. Певні пояснення щодо значення того чи іншого терміну можна отримати з підручників із галузевих дисциплін туризму. Проте кількість термінів, яку вони вміщують, звичайно недостатня для повноцінного вивчення матеріалу.

Існує кілька способів перекладу термінів. До них відносяться: вибір словникового відповідника при перекладі однозначних слів, вибір варіантного відповідника при перекладі неоднозначних слів, транскодування, описовий переклад та калькування. Крім того, перекладацькі трансформації також включають контекстуальні зміни, смисловий розвиток, генералізацію, конкретизацію, антонімічний переклад, додавання, вилучення та перестановку слів, а також заміну однієї частини мови на іншу [1, с. 104].

Одним з найбільш вживаних при перекладі терміносистеми сфери туризму є описовий переклад, при якому лексична одиниця мови оригіналу замінюється словосполученням, що описує її значення, тобто надає майже повне пояснення відповідної лексичної одиниці в мові перекладу [5]. Використовуючи даний спосіб перекладачу слід пам'ятати, що перекладений термін повинен повністю передавати всі ознаки терміна мови оригіналу та точно відбивати зміст поняття. Крім того, слід враховувати, що при перекладі

не слід надто докладно описувати термін мови оригіналу, а також не вживати складні синтаксичні конструкції.

Розглянемо більш детально кілька прикладів описового перекладу терміносистеми туризму. Так, англійський термін *Bed Only (BO)* перекладається українською як розміщення в готелі без харчування; термін *Half board (HB)* означає що у готелях передбачена подача сніданку та вечері, а напої за додаткову плату; термін *double (DBL)* перекладається як двомісний номер, який має одне двомісне ліжко; *Cabana* – це споруда на пляжі (або біля басейну), зразок бунгало, що стоїть окремо від основної будівлі і інколи обладнаний як спальня; *Suite Senior* перекладається як номер підвищеної комфортності, як правило, двокімнатний: вітальня і спальня; *Main building (MB)* перекладається як центральний корпус, *Anex* – додатковий корпус. Англійське словосполучення *duty free* можна перекласти як система безмитної торгівлі в аеропортах, на бортах літаків. Англійський термін *tax free* також перекладається за допомогою опису – система часткового повернення податку на додану вартість в деяких країнах при купівлі та вивозі товару іноземцями.

Посади в іноземних готелях також вимагають певних пояснень засобами мови перекладу. Таким чином, посада *food and beverage manager* матиме наступний український переклад: менеджер служби постачання чи ресторану, який відповідає за всі точки харчування (бари, буфети, ресторани тощо). *Lodging facilities manager* перекладається українською мовою як менеджер по розселенню та номерному фонду, відповідає за службу порт'є та покоївок.

Описовий спосіб перекладу застосовується також при передачі гірськолижних термінів. Так, англійський термін *powder* перекладається українською як катання по м'якому глибокому снігу з поворотами малого та середнього радіусу. Термін *free riding* – катання будь-якими типами схилів, по різних видах снігу, з різними радіусами поворотів. Словосполучення *snow scoot* передається наступним поясненням: сніжний самокат, що має дві лижі та руль, але не має сидіння, на якому їздять стоячи. Англійський гірськолижний термін *fun park* теж перекладається із застосуванням описового способу: схил чи його частина, віддана у повне розпорядження сноубордистам [8, с. 2].

Отже, застосовуючи описовий спосіб перекладу, необхідно попередньо переконатись, що потрібний термін не має перекладацького відповідника, занесеного до словника; необхідно мати ґрунтовні знання у сфері туризму для того, щоб точно передати зміст поняття, позначеного терміном мови оригіналу.

Не зважаючи на те, що описовий переклад робить термін більш зрозумілим пересічному читачеві, необхідно пам'ятати про стислість та конкретність професійних текстів та поєднувати опис з іншими, більш лаконічними способами перекладу. Окремі туристичні терміни можуть перекладатись із застосуванням кількох способів перекладу (наприклад, транслітерація та описовий спосіб чи калькування з подальшим поясненням).

Виходячи з вищевказаного можна дійти висновку, що в Україні сфера туризму являється досить молодою та недостатньо розвиненою, а її терміносистема лише набуває певного розвитку, тому при перекладі певних термінів все ж виникають труднощі. Але це лише спонукає дослідників до

більш детального та ретельного аналізу способів та методів перекладу туристичної лексики та створення її українських перекладацьких відповідників.

#### Список використаних джерел:

1. Головин Б. Н. Лингвистические основы учения о терминах: Учебное пособие для филологических спец. вузов / Б. Н. Головин, Р. Ю. Кобрин. – М. : Высшая школа, 1987. – 104 с.
2. Етнолінгвістика [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki>
3. Мовознавство [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki>
4. Перекладознавство [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki>
5. Описовий переклад або експлікація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://coolreferat.com/eto>
6. Термін та його значення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki>
7. Туристичні терміни [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://otitour.com/turistichni-termini>
8. Beaver A. A. Dictionary of Travel and Tourism Terminology. – Wallingford : CABI Publishing, 2005. – 409 p.

#### **Alona Zhurko. The main aspects of English tourism vocabulary translation**

The main features of English tourism vocabulary translation are considered. The problems that appear during the translation are disclosed and possible ways to avoid these problems are suggested; the examples of tourist terminology translation are given.

**Key words:** tourism vocabulary, terminology, translation coincidences, descriptive translation.

УДК 81'25-021.321:81'373.72-029:811.111=811.161.2(045)

**Юлія Зубенко**

студентка

Донецький національний університет економіки і

торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: Д. В. Фурт

#### **ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ ІДИОМ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ**

У статті розглянуті основні особливості перекладу англійських ідіом українською мовою та аналізовано їх походження. Наведені думки деяких вчених щодо вивчення ідіом та проблеми, пов'язані з їх вивченням. Також у статті описано різні способи перекладу англійських ідіом українською мовою з прикладами цих виразів.

**Ключові слова:** ідіома, переклад, англійські ідіоми, українські ідіоми, переклад англійських ідіом, переклад українських ідіом.

Попри те, що ідіоми є популярними як усними, так і писемними виразами, їх структурно-семантичні особливості все ще залишаються маловивченими. Залишається багато відкритих теоретичних і практичних питань правильного перекладу цих виразів українською мовою. В українських філологів все ще не існує комплексного дослідження і кінцевого рішення

багатьох проблем, пов'язаних з особливостями перекладу англійських ідіом. Саме це обумовило вибір цієї теми та пояснює її актуальність.

Метою даної роботи є вивчення походження деяких англійських ідіом та пошук їх аналогів в українській мові. Для досягнення цієї мети були поставлені наступні цілі: зібрати англійські ідіоми; виявити їх походження; знайти українські аналоги; підібрати відповідні приклади з використанням ідіом у виразах.

У термінологічній енциклопедії під редакцією О. Селіванової, ідіома розглядається як стійкий неподільний зворот мови, що передає єдине поняття; це стійкі словосполучення, семантика яких не виводиться зі значень її складників, а інтегрована ними формально та виникає внаслідок утрати мотиваційних відношень [1, с. 173]. Більшість ідіом вживаються в розмовній мові та не характерні письмовій мові або офіційним ситуаціям, саме тому можна сказати, що ідіоми роблять спілкування більш «живим», образним та різноманітним.

Вивченням англійських ідіом займалися наступні науковці: А. Шерік, який є співавтором Довідника англійських, німецьких та українських ідіом та виразів та А. Кунін – доктор філологічних наук та автор відомого «Англо-російського фразеологічного словника».

В кожній мові є властиві лише їй ідіоматичні вирази, тому важливо знати їх значення. Довгий час багатьма вченими вважалось, що перекласти подібні вирази на іншу мову неможливо. Однак згодом було виявлено, що існують ідіоми, схожі одна на одну в різних мовах. Це відбувається у випадках, якщо ідіоми мають одне спільне першоджерело (наприклад, Біблію). Для визначення походження таких виразів використовують факти мови, данні історії та етнографії, котрі відображають особливості життя народу. Мова є живим організмом, який постійно розвивається, деякі ідіоми зникають, поступаючись місцем більш новим і перед нами знов постає проблема їх вивчення.

Британський автор відомого словника ідіом Вільям Колінз зазначає, що при вивченні ідіом, виникає дві проблеми. Перша – проблема походження. Як зауважує Піарсел Сміт, навіть фахівці не в змозі чітко і впевнено пояснити значення численних ідіоматичних виразів. По-друге, існує проблема зв'язку походження та використання. Часто стає необхідним, вивчаючи ідіому, наявне значення якої зрозуміло і широким загальним використовується правильно, визнати, що зв'язок між походженням та значенням невідомий [2, с. 11].

Дж. Сейдл і У. Макморді зазначають, що принцип, за яким слова об'єднуються у фразеологізми, часто є дивним, нелогічним або навіть граматично не правильним [3, с. 4].

Однак, слід зазначити, що британські та американські мовознавці надають перевагу «більш широкому» підходу до проблеми вивчення ідіом. Лінгвісти з заходу ідіомами вважають не лише різноманітні фразеологізми, до них відносять також і паремії – прислів'я, цитати, приказки, крилаті вислови тощо. Наприклад, Ричард Спіерс на початку книги «Словник американських ідіом», пояснюючи вибір висловів для видання, стверджує, що у кожній мові є фрази або речення, які не можуть бути переведені буквально. Серед них багато кліше, прислів'їв, фраз, сленгових виразів, фразових дієслів і приказок тощо.

Фрази або речення такого типу зазвичай називають ідіоматичними. Цей словник являє собою збірник ідіоматичних фраз і речень, які часто зустрічаються в американській англійській мові [4, с. 7].

При перекладі англійських ідіоматичних виразів українською мовою використовуються різні способи перекладу.

Одним із способів є пошук абсолютних еквівалентів.

*As slippery as an eel* («слизький як вугор»). Цей вираз означає, що хтось є дуже спритним і йому вдається «виходити сухим з води». Наприклад: *You'd be mad to go into business with him. He's as slippery as an eel.* – Треба бути божевільним, щоб започаткувати бізнес з ним. Він слизький, як вугор.

*Food for thought* – їжа для роздумів. Наприклад: *My adviser gave me some food for thought about job opportunities.* – Мій радник дав мені деяку їжу для роздумів про можливості працевлаштування.

*Blow off steam* – випускати пар. Наприклад: *We realize the need for fun and adventure and to blow off a little steam too.* – Ми розуміємо необхідність веселощів і пригод та й трохи випустити пар теж не буде зайвим.

*Cry one's eyes out* – Виплакати всі очі. Приклад використання: *Anna was so homesick that she was crying her eyes out.* – Анна настільки сумувала за домівкою, що виплакала всі очі.

Прикладами використання даного способу можуть також бути: *to play with the fire* – грати з вогнем; *there's no smoke without fire* – немає диму без вогню; *thread of Ariadne* – нитка Аріадни; *as cold as ice* – холодний як лід; бездушний, крижаний; *the early bird* – рання пташка (про людину).

Ще одним способом перекладу ідіом є пошук відносних еквівалентів – при перекладі відбувається заміна певних слів аналогами, зберігаючи значення оригіналу.

*Dog-eat-dog world* (дослівно «світ, де собаки їдять собак»). Ця ідіома народилася ще в середньовіччі, коли деякі жорстокі аристократи розважалися тим, що мучили голодом собак до тих пір, поки вони не починали боротися за кожен шматок їжі і не з'їдали одна одну. Такий світ є «нещадним», «вовчим» світ, де кожен сам за себе і готовий знищити іншого заради вигоди. Український аналог – «людина людині – вовк». Наприклад: *It is dog-eat-dog world in the advertising and public relations business.* – Щоб домогтися успіху в галузі реклами та зв'язків з громадськістю, потрібно йти по головах інших.

*Cry over spilt milk* (плакати над пролитим молоком). Ця ідіома хоч і не має дуже близького аналога, але існує безліч приказок зі схожим змістом. Аналог цієї ідіоми в українській мові – втраченого не повернеш, сльозами горю не допоможеш, після бійки кулаками не махають. Тобто, не має сенсу сумувати через те, що вже сталося і чого виправити не можна. Ще один вислів, який більш точно описує сенс української приказки «сльозами горю не допоможеш» – *it's no use crying over spilt milk*. Приклад використання ідіоми: *Well, the car is ruined and that's too bad, but there's no use crying over spilt milk. We're just going to have to get a new car.* – Що ж, машина розбита і це дуже погано, але сльозами горю не допоможеш. Нам просто потрібно придбати нову машину.

Таким способом перекладаються й наступні вирази: *to show one's teeth* – огризатися; *whip and carrot policy* – політика батога і пряника; *a wolf in sheep's clothing* – вовк в овечій шкурі; *put by for a rainy day* – відкласти на чорний день тощо.

Наступним способом перекладу ідіом є підбір фразеологічних аналогів. Його використовують в разі відсутності фразеологічного еквіваленту, при перекладі слід підібрати в українській мові фразеологізм з таким самим переносним значенням, який ґрунтується на іншому образі. Таким способом можна перекласти наступні вирази.

*Face like thunder* («обличчя як грім»). Якщо в когось обличчя подібно грому, то це означає, що людина дуже зла і її обличчя спотворює гримаса люті, загалом, він похмуріше хмари (в українській мові «метати грім і блискавку»). Наприклад: *He burst into the room with a face like thunder.* – Він увірвався в кімнату з грізним обличчям.

*To beat about the bush* – ходити навкруги. Наприклад: *My boss didn't beat around the bush this morning – he just told me straight: If you want a better salary, go and work somewhere else!* – Мій бос не ходив навкруги цього ранку – він сказав мені прямо: Якщо ти хочеш вищу зарплату, шукай іншу роботу!

За таким принципом також можна перекласти такі вирази: *to hit somebody where it hurts* – задіти за живе; *don't halloo till you are out of the wood* – не кажи «гоп», поки не перестрибнеш; *a bird in the hand is worth in the bush* – краще синиця в руках, ніж журавель у небі.

Описовим способом перекладу фразеологізмів користуються для пояснення сенсу фразеологічної одиниці, у випадку, коли в українській мові немає відповідного аналогу, вираз не підлягає дослівному перекладу.

*To show the white feather* («показати біле перо»). Це означає, що хтось проявив боягузтво, повів себе негідно. Наприклад: *The minute Bob put up his fists, Bill showed the white feather and backed down.* – Як тільки Боб підняв свої кулаки, Біл злякався і відступив.

*Cut off with the shilling* – залишитися без спадку, пов'язано з тим фактом, що якщо батько хоче залишити сина без спадку, він не може просто не згадати його в заповіті, оскільки в цьому випадку заповіт може бути оскаржений. Тому він пише «А моєму синові заповідаю один шилінг», показуючи, що він не забув сина, а скільки він йому залишив, на те його батьківська воля.

*Grin like a Cheshire cat* – посміхатися на весь рот.

*A white elephant* – обтяжливе майно; тягар, подарунок, від якого не знаєш, як позбутися.

Вільний переклад – це описовий переклад у поєднанні в калькуванні. Цей спосіб використовують для перекладу наступних ідіом.

*The ruling clique* – правляча верхівка, правляча кліка. Наприклад: *A ruling clique is a group of people who jointly rule an oligarchic form of government.* – Правляча кліка – це група людей, які спільно управляють олігархічною формою правління.

*Green idea* – незріла ідея. Наприклад: *You have a green idea, we must discuss many things before we can start working on this project.* – Твоя ідея ще

незріла, нам треба обговорити багато речей, перш ніж ми зможемо почати працювати над цим проектом.

Отже, вивчення цієї теми є досить перспективним, тому що мови постійно розвиваються, з'являються нові ідіоми і новий об'єкт дослідження. Ідіоми є важливим предметом вивчення для тих, хто хоче досконало знати мову, спілкуватися більш «природно» з її носіями. Вони допомагають зрозуміти національну культуру країни, мову якої ви вивчаєте. Дають можливість уникнути труднощів при прочитанні автентичних текстів, перегляді телепередач і фільмів англійською мовою. А також, зробити мову більш образною, емоційною шляхом використання її виразних засобів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика. Термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля, 2006. – 173 с.
2. Collins V. H. A book of English idioms / V. H. Collins. – London : Longmans, 1960. – 258 p.
3. Seidl Jannifer, McMordie W. English idioms and how to use them / J. Seidl, W. McMordie. – М. : Вища школа, 1983.
4. American idioms dictionary / Lexicographer Spiers R. A. – М. : Російська мова, 1991.

#### **Yuliia Zubenko. Features of the English idiom translation into Ukrainian**

The main peculiarities of English idioms translation into Ukrainian are described and their origin is analyzed. The views of some scholars on the study of idioms and the problems associated with their study are given. Different ways of translating English idioms into Ukrainian are described and examples of these expressions are given.

**Key words:** idiom, translation, English idioms, Ukrainian idioms, English idioms translation, Ukrainian idioms translation.

УДК [81'367.625:81'373.7]:811.111(045)

**Сергій Кадров**

студент

Донецький національний університет економіки

і торгівлі ім. М. Туган-Барановського

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: К. О. Новікова

#### **ВИКОРИСТАННЯ ФРАЗОВИХ ДІЄСЛІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ**

Стаття присвячена використанню фразових дієслів в англійській мові. Розглянуто варіативність фразових дієслів у різних жанрах і регістрах писемного та усного мовлення. Наводиться класифікація фразових дієслів за різними ознаками.

**Ключові слова:** фразове дієслово, перехідність, неперехідність, прийменник, роздільні дієслова, нероздільні дієслова.

У сучасному світі англійська мова займає вагомe місце в житті людей. Ще зовсім недавно вона була просто іноземною мовою, зараз же – це мова міжнародного спілкування.

Однією із особливостей граматики англійської мови є наявність фразових



дієслів. Вони широко використовуються не тільки в розмовній англійській мові. Багато з таких дієслів стали невід'ємною частиною мови газет, юриспруденції та економіки. Це пояснюється тим, що багато фразових дієслів з плином часу змінили «своє обличчя», тобто перейшли з одного стилістичного пласта в інший, знайшли нові значення і втратили старі.

Метою даної роботи є аналіз різновидів фразових дієслів англійської мови та їх класифікація. Розглянуто варіативність фразових дієслів у різних жанрах і регістрах писемного та усного мовлення.

За дослідженнями вчених А. Кеннеді, Дж. Поуві, С. Гурського, роль та частота вживання фразових дієслів в англійській мові значно зросли за останні кілька десятиліть років. Це свідчить про те, що вони виконують важливу лексичну функцію, завдяки більшій стислості й у той же час більшій виразності.

Нові словосполучення виникають, поширюються та реєструються в спеціальних тлумачних словниках фразових дієслів, наприклад: "Oxford Phrasal Verbs Dictionary for learners of English" [8], "Cambridge International Dictionary of Phrasal Verbs" [9]. Деякі фразові дієслова витісняють "прости" дієслова на другий план. При порівнянні фразових дієслів з їх однослівними еквівалентами виявляємо відмінність у їх значенні та вживанні. Однослівні синоніми є офіційними за стилем і їх вживання видається недоречним у багатьох контекстах. Отже, питання: використовувати чи не використовувати фразові дієслова у мовленні, більше не стоїть. Питання полягає у їх належному вживанні та правильному розумінні.

Для того, щоб розмовна мова була яскравою і лексично багатою, необхідно наситити її не тільки різноманітними граматичними конструкціями, але і достатньою кількістю синонімів, щоб уникати повторів. В якості синонімів можуть виступати не тільки слова, властиві писемному мовленню, але й англійські фразові дієслова, які є найбільш вживаними для англійської розмовної мови. Знання англійських фразових дієслів також зменшує кількість проблем у розумінні іноземної мови.

Лексико-стилістичний набір фразових дієслів в англійській мові надзвичайно широкий. Їх динамічний характер і можливість прикріплення різного роду ознак до смислового елементу робить їх більш прийнятними для використання у порівнянні із відповідними простими дієсловами. Фразові дієслова дуже різноманітні як за своєю сполучуваністю, так і за додатковими значеннями, які в них полягають або які вони набувають у тексті. Також вони можуть виражати характер дії, перехід з одного стану в інший, спонукання до дії та інші значення, але у всіх випадках дія незмінно характеризується значенням, укладеним в самому дієслові.

Фразові дієслова являють собою комбінацію дієслова з прийменником, прислівником або з цими двома частинами мови одночасно [1]. Фразові дієслова в англійській мові дуже активно вживаються в як розмовній мові, так і часто зустрічаються в літературі. Однак не варто думати, що фразові дієслова вживаються тільки в розмовному стилі. Їх можна зустріти в юридичних документах, звітах і завжди вони мають свою специфіку. Одне і теж по складу фразове дієслово може мати різні значення.

Англійські фразові дієслова – це ідіоматичні вирази, що об'єднують дієслова, прийменники, і таким чином вони утворюють нові дієслова, чие значення не завжди можна зрозуміти, подивившись значення кожного слова фразового дієслова в словнику [4].

Прийменник у складі фразового дієслова визначає або змінює дієслово, до якого належить. Наприклад, фразове дієслово *lay into* означає «бити», «лаяти», «сварити», що сильно відрізняється від дієслова *to lay* – «класти», «покласти».

Англійські фразові дієслова можуть складатися з одного або двох прийменників, таким чином вони утворюють невелику фразу, з-за чого вони й отримали таку назву – фразові дієслова. Важливо пам'ятати, що фразове дієслово – це все ж дієслово, незважаючи на наявність в його складі прийменника. Наприклад, слова – *go*, *go off* і *go in for* всі є дієсловами, але абсолютно різними, з різними значеннями – «ходити», «їти, поїхати», «займатися». Тому кожне фразове дієслово слід сприймати і вивчати як окрему лексичну одиницю.

Характерною відмінністю фразових дієслів є те, що у сполученні з певним прийменником дієслово отримує зовсім інше значення, що відрізняється від основного. Тому вивчення фразових дієслів у англійській мові викликає певні труднощі, оскільки необхідно запам'ятовувати дієслова з їх новим значенням. Наприклад:

*Go* – йти, *go on* – продовжувати; *look* – дивитися, *look for* – шукати. Слід відзначити, що не у всіх фразових дієслів англійської мови повністю змінюється зміст. Деякі з них є еквівалентними нашим дієсловам з префіксами. Наприклад:

*Come* – приходити, *come back* – повертатися; *take* – брати, *take out* – вибирати. Ці дієслова можуть мати ті ж форми, що і прості дієслова.

Фразові дієслова англійської мови можна розділити на кілька груп:

1) **Неперехідні дієслова** – такі дієслова, які не приймають прямого доповнення. Наприклад: *Although the work was very difficult, he didn't give up.* «Хоч робота була дуже важкою, він **не здався**». *She didn't want to get up.* «Вона не хотіла **прокидатись**».

2) **Перехідні** – приймають пряме доповнення. Наприклад: *He has turned down my offer.* «Він **відхилив мою пропозицію**». *I would like to take up yoga classes.* «Я би хотіла **займатися йогою**».

Іноді одне й те ж фразове дієслово може бути і перехідним, і неперехідним в різних контекстах. Наприклад: *get up* – **прокидатись** (неперехідний), *get someone/ something up* – **підіймати когось/щось** (перехідний).

За критерієм перехідності фразові дієслова бувають роздільні і нероздільні. Це залежить від того, де поставити пряме доповнення – до, чи після прийменника.

3) **Нероздільні дієслова** – такі дієслова, які приймають пряме доповнення після прийменника. Наприклад: *While cleaning the attic, he came across some old pictures of his grandfather.* «Коли він прибирався на горищі, він **випадково знайшов старі фотографії свого дідуся**». *I turned out the light.* – «Я **вимкнув**

світло».

4) **Роздільні дієслова.** Деякі розділові дієслова приймають додаток, який вживається між дієсловом і прийменником, такі дієслова називаються *обов'язково роздільні*. Наприклад: *His dog woke him up very early in the morning.* «Його собака **розбудила його** дуже рано вранці». Інші розділові дієслова приймають додаток, який може вживатися як між дієсловом і прийменником, так і після дієслова з прийменником. Хоча, якщо додаток є займенником, він має вживатися між дієсловом і прийменником. Такі дієслова називаються *необов'язково роздільними*. Наприклад: *They put the meeting off. They put off the meeting. They put it off.* – «Вони **відклали збори**».

4) Мультифразові дієслова – складаються з трьох частин. Наприклад: *get down to* – «**приступити**» (до роботи, розмови, обговорення, справи), *fill in on* – «**надавати інформацію**», *get back at* – «**помститися, відплатити**», *put up with* – «**терпіти, миритися з чим-небудь**».

5) Прийменникові дієслова. Вони просто маскуються під фразові дієслова, оскільки вимагають після себе вживання тих чи інших прийменників, проте мають буквальный переклад. Наприклад: *begin with* – «**починати з**», *believe in* – «**вірити в**», *forgive for* – «**пробачити за**», *talk about* – «**говорити про**». Ці дієслова не можна розділити доповненням. Об'єкт, з яким відбувається дія, завжди стоїть після прийменника. Наприклад: *believe in love* – «**вірити в любов**», «*talk about money*» – «**говорити про гроші**».

Слід розуміти, що ця класифікація досить спрощена, фахівці виділяють набагато більше груп фразових дієслів.

Фразові дієслова отримали дуже широке поширення в мові ЗМІ завдяки стислості і водночас великій виразності. Чого не скажеш про юридичні документи, очевидно, що в них фразові дієслова не мають експресивного забарвлення. Мова документів не потребує яскравості та виразності. Тут функція фразового дієслова – вираз думки коротко, лаконічно, зрозуміло.

Фразових дієслів в англійській мові більше 12 тис. Для впевненого володіння усним мовленням досить знати декілька сотень, а писемного мовлення – близько тисячі. Широке вживання фразових дієслів характерно для розмовної мови (усної та писемної), багато їх у фільмах і особливо широко вони використовуються в Сполучених Штатах. У суворій офіційній вимові їх, як правило, уникають, підбираючи інші синоніми.

#### Список використаних джерел:

1. Англійські фразові дієслова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://teacheng.info/reference/phrasal-verbs>.
2. Буртник Т. С. Вживання фразових дієслів в англійській мові [Електронний ресурс] / Т. С. Буртник. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/36\\_PVMN\\_2013/Philologia/3\\_154467.doc.htm](http://www.rusnauka.com/36_PVMN_2013/Philologia/3_154467.doc.htm).
3. Захарова Л. М., Рутенко А. О. Фразові дієслова та їх особливості [Електронний ресурс] / Л. М. Захарова, А. О. Рутенко. – Режим доступу: <http://confesp.fl.kpi.ua/node/1235>.
4. Морфологія. Фразові дієслова англійської мови [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.chasipodii.net/mp/article/2199/>.

5. Попадюк І. М. Значення компонентів фразових дієслів в англійській мові [Електронний ресурс] / І. М. Попадюк. – Режим доступу: [http://www.vuzlib.su/articles/5587-Значення\\_компонентів\\_фразових\\_дієслів\\_в\\_англійській\\_мові/1.html](http://www.vuzlib.su/articles/5587-Значення_компонентів_фразових_дієслів_в_англійській_мові/1.html).
6. Фразові дієслова англійської мови: види [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://faqukr.ru/osvita/35806-frazovi-dieslova-anglijskoi-movi-vidi.html>.
7. Фразові дієслова в англійській мові [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://engrammar.ru/blog/article.php?article=290>.
8. Oxford Phrasal Verbs Dictionary for learners of English. Словник фразових дієслів англійської мови. Oxford University Press, 2003. – 378 р.
9. Cambridge International Dictionary of Phrasal Verbs. Словник фразових дієслів англійської мови. Cambridge University Press, 2002. – 400 р.

### **Serhii Kadrov. The usage of phrasal verbs in English**

The present article is concerned with the usage of phrasal verbs in English. The variety of phrasal verbs in different genres and registers of oral and written speech is stated. The classification of phrasal verbs according to different aspects is figured out.

**Key words:** phrasal verb, transitivity, intransitivity, preposition, separable phrasal verbs, inseparable phrasal verbs.

УДК 81'25-021.475.4:(81'373.611:(003.084+801.631.51))=811'111=811.161.1

**Світлана Крукович**

студентка

Донецький національний університет економіки і

торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: С. А. Остапенко

### **ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АБРЕВІАТУР ТА СКОРОЧЕНЬ З АНГЛІЙСЬКОЇ НА РОСІЙСЬКУ МОВУ**

Стаття надає дефініцію поняття аббревіатури, розкриває різницю між аббревіатурами та скороченнями. Авторка наголошує на видах та джерелах походження скорочень. Значна увага приділяється способам перекладу аббревіатур та акронімів на російську мову: транслітерації, запозиченням акроніму в початковому вигляді, створенню адекватної аббревіатури з вже відомих російських термінів, експлікації.

**Ключові слова:** аббревіація, акронім, транслітерація, експлікація, переклад.

Поняття «переклад» знайоме людству ще з античних часів. Найдавніші свідчення про використання перекладу – це написи, знайдені на гробницях правителів Елефантини, що відносяться до III тисячоліття до н. е. З плином часу мистецтво перекладу розширювалось, адже людство відкривало для себе все більші території, а з ними і все більше мов і діалектів.

На сьогоднішній день людству відомо від 2,5 до 5 тис. різних мов. Тож на сьогодні в перекладі зустрічаються різноманітні культури, способи мислення, різні літератури, епохи, рівні розвитку, традиції чи установки. Тому переклад – це складний та багатогранний вид людської діяльності, а не просто «перенесення з однієї мови в іншу».

Із початком ХІХ набуває розвитку наука, розпочинається технологічний прогрес. Починають виникати все більше нових термінів та понять, які інколи складаються з декількох слів. Для спрощення їх сприйняття та уникнення надлишкової інформації починають виникати *скорочення* та *абревіатури*.

*Абревіатура* (від лат. – скорочую) – скорочене складне слово (іменник), утворене з початкових літер чи початкових слів, на основі яких твориться скорочення. Головною ознакою абревіатур є вимова за назвами букв. Абревіатури виявляють цілий ряд граматичних особливостей. У науковій і технічній літературі займають особливе місце тексти, орієнтовані не стільки на носіїв певної мови, скільки на представників певної професійної групи з певними екстралінгвістичними знаннями.

Абревіація швидко стає загальноживаною, і тепер виникає нова проблема – переклад абревіатур та скорочень з однієї мови на іншу. Особливо вона відчутна зараз, коли технології та наука розвиваються семимільними кроками. А через те, що основний вклад у цей розвиток вноситься в англійськомовних країнах, то абревіатури та скорочення також з'являються англійською мовою. Складність цього питання пояснюється суперечливістю думок, а часом і суперечливий підхід до скорочених лексичних одиниць в різних мовах. Отже, переклад скорочень і абревіатури завжди був актуальною темою для вивчення, але в останнє десятиліття йому приділяється особлива увага, а тема «Особливості перекладу абревіатур та скорочень з англійської на російську мову» є актуальною темою сьогодення.

До числа найбільш ґрунтовних праць та досліджень з цього питання можна віднести роботи Д. Алексєєва, Є. Волошина, Є. Гороть, В. Павлова, Т. Пайлза, М. Сєгаля, Л. Шєляховського, Р. Уельза, О. Есперсєна.

З початком нового тисячоліття розвиток новітніх технологій, зокрема Інтернету та інших комунікаційних засобів, набув нових обертів. Внаслідок цього, у сучасному житті кожна людина користується різноманітними пристроями (мобільні телефони, комп'ютери, тощо), які полегшують спілкування або ж виконання певної роботи та задоволення власних потреб. У процесі використання таких пристроїв, а також спілкування в Інтернеті людина часто вживає різні скорочення та абревіатури, кількість яких постійно збільшується. Тому проблема перекладу таких мовних одиниць залишається актуальною й сьогодні та потребує постійного вивчення і вдосконалення.

Проблема зв'язку звучання і значення по-різному вирішується вченими для різних видів скорочень, але найбільш спірною вона є при вивченні абревіатур. Єдність форми і змісту, тобто зв'язок між звучанням і значенням, грає важливу роль у вирішенні проблеми абревіації. Головним при цьому є положення про зв'язок абревіатур з феноменами дійсності через відповідні повні найменування. Цей зв'язок, на думку В. Волошина, проявляється у тому, що значення початкового словосполучення закріплюється не лише за абревіатурою в цілому, але й за кожним її компонентом – звуком чи звукосполученням, що виділяється у складі абревіатури. Відповідні компоненти початкового словосполучення мають найменування «розшифровка». Тому

аббревіатуру можна зрозуміти лише в результаті такої «розшифровки», за виключенням особливих випадків.

З точки зору лінгвістики аббревіатури не є самостійними, звичайними словами. Такими є вихідна форма, тобто слова, з яких складається аббревіатура. Відомо, що аббревіатури не мають кореня, афіксів, тобто таких граматичних елементів, які характеризують слово як особливого роду мовну одиницю. Проте, слід підкреслити, що із плином часу аббревіатури стають загальнозрозумілими і без розшифрування. Їх починають використовувати як повнозначні терміни. Або ж іноді поряд з скороченням просто не виявляється повної форми, тому що в ряді випадків лексичне скорочення з часом може стати самостійним словом, тобто основним способом вираження даного поняття. Повна вихідна форма може зникнути, і скорочення, на нашу думку, перетворюється на самостійне слово за таких обставин:

1) якщо скорочення набуло суспільної значимості;

2) якщо є можливість прочитати скорочення як слово за нормами звукової системи мови;

3) якщо має місце регулярна відтворюваність у процесі комунікації, яка є «необхідною умовою самого існування і функціонування мови як засобу спілкування». Прикладами аббревіатур, які стали самостійними словами, можуть служити: у англійській мові *maser* – мазер, *laser* – лазер, *radar* – радар, *OTAN* – НАТО, *SECAM* – система кольорового телебачення СЕКАМ, *ONU* – ООН.

Основна мета вживання аббревіатур – економія часу, мови та письмового тексту. У процесі вимови аббревіатура приблизно у п'ять разів коротша, аніж відповідне їй поняття, а на письмі економія ще більш вражаюча. Але переваги такої економії помітні до тих пір, доки ці аббревіатури зрозумілі співрозмовнику або перекладачу.

В англійській науковій та технічній літературі значна роль виділяється найрізноманітнішим видам скорочень. Оскільки вони функціонують самостійно, фіксуються в лексикографічних джерелах і нерідко стають відомими, ніж їхні джерела (*radar* – радар, *sonar* – сонар, *laser* – лазер), їх можна вважати лексичними одиницями науково-технічної мови. В англійській мові скорочення, по звуковому та графічному оформленню, прийнято ділити на *аббревіатури* та *акроніми*.

*Аббревіатури* (abbreviations) утворюються від перших літер головних слів словосполучення: *kVA* (kilovolt-ampere) кіловольт-ампер, *DDR SDRAM* (Double Data Rate Synchronous Dynamic Random Access Memory) синхронна динамічна пам'ять із довільним доступом та подвоєною швидкістю передачі даних, *AA* (antenna array) антенна решітка. Наведені приклади не є основними, вони наведені для ознайомлення, тому що аббревіатур існує незчисленна кількість. *Акроніми* (acronyms), в свою чергу, представляють собою скорочення, які сприймаються та читаються як звичайні слова (лексичні одиниці). Вони утворюються шляхом різних поєднань букв. До акронімів можна віднести наведені вище приклади – *radar*, *laser*, *sonar*. Треба зазначити, що перекладами на російську мову будуть саме ці акроніми, а не багатослівні терміни: *radar* (*Radio Detection and Ranging* – радіовиявлення та визначення відстані), *laser*

(*Light Amplification by Stimulated Emission of Radiation* – оптичний квантовий генератор), *sonar* (*SOund Navigation And Ranging* – засіб звукового виявлення підводних об'єктів за допомогою акустичного випромінювання).

У науково-технічних текстах використовуються скорочення двох видів:

1) текстові (авторські), які функціонують в межах тільки цього тексту; текстові (авторські) скорочення пояснюються в тексті або надаються у вигляді окремого списку скорочень до даного тексту;

2) загальноприйняті, які фіксуються в офіційних довідниках і є частиною лексичної системи мови. Скорочене вживання довгих однослівних і багатослівних термінів є результат дії тенденції, що приводить до створення зручних для вимови, читання і сприйняття термінів-скорочень.

За структурою науково-технічні скорочення можна розділити на:

1) літерні – *AIDS* (*Acquired Immune Deficiency Syndrome* – синдром придбаного імунodefіциту – СНІД)

2) складові – *magtape* (*magnetic tape* – магнітна стрічка)

3) усічені слова – *aut* (*automatic* – автоматичний)

4) букви і склади – *cir bkr* (*circuit breaker* – вимикач)

5) буквено-цифрові – *AI* (*A one* – першосортний)

Особливу увагу слід приділити перекладу на російську мову акронімів, тому що цей вид скорочень особливо популярний в письмовій мові статей, анотацій і т.і. Взагалі, в даний час існують три основні тенденції перекладу аббревіатур та акронімів на російську мову:

1) транслітерація;

2) запозичення акроніму в початковому вигляді (на іноземній мові);

3) створення адекватної аббревіатури з вже відомих російських термінів;

4) експлікація.

Переклад шляхом транслітерації вважається найбільш простим способом перекладу, оскільки цей шлях перекладу ми використовуємо в тому випадку, коли скорочення загальновідоме. А також це найпростіший спосіб перекладу, через те, що перекладачу не треба шукати його значення в словнику. В процесі перекладу він лише замінює англійські букви літерами рідної мови. Але такий спосіб перекладу використовується не дуже часто.

На сьогоднішній день в мові вже є багато аббревіатур, запозичених з англійської мови і які вживаються як самостійні лексичні форми. Але досі не вирішено, як правильно запозичати аббревіатури: транслітерацією чи в оригінальному написанні. Наприклад, комп'ютерний термін *Unicode* (*universal code* – універсальне кодування) вживають як *Юнікод*, *Унікод* і навіть не змінюючи – *Unicode*. Як приклад прямого запозичення можна взяти аббревіатуру *PR* (*public relations* – зв'язки з громадськістю). Останню аббревіатуру ще й транскрибують як *niap*, але в російській і нашій транскрипції вона не має усталеного написання. Треба розуміти, що такі аббревіатури найчастіше виникають у терміносистемах нових галузей знань, такі як інформаційні, комп'ютерні галузі, інші наукові напрями.

З усього вищезазначеного можна зробити висновок, що на сьогоднішній день найбільш розповсюдженим способом перекладу аббревіатур і скорочень,

які використовуються в науковій та публіцистичній літературі, є пряме запозичення, тобто транслітерація. Проте слід зазначити, що останнім часом дуже активно розвивається такий спосіб перекладу, як експлікація – повний переклад, при якому не лише розшифровується скорочення, але й дається його пояснення. Без сумніву, переклад аббревіатур і скорочень – це дуже клопітка праця, від успішного виконання якої залежить правильне розуміння літератури в різних галузях, а значить і продуктивного науково-технічного прогресу.

#### Список використаних джерел:

1. Реферат на тему «Особливості перекладу аббревіатур та скорочень з англійської на російську мову» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrefs.com.ua/page,8,177635-Osobnosti-perevoda-abbreviatur-i-sokrasheniiy-s-angliyskogo-na-russkiiy-yazyk.html>
2. Богачик М. Особливості перекладу комп'ютерних скорочень в англійських текстах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://naub.oa.edu.ua/2014/osoblyvosti-perekladu-kompyuternyh-skorochen-v-anhlomovnyh-tekstah/>
3. Усачов В. Використання аббревіації та скорочень в англійських текстах, термінологічні особливості [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/3\\_ANR\\_2014/Philologia/6\\_152605.doc.htm](http://www.rusnauka.com/3_ANR_2014/Philologia/6_152605.doc.htm)
4. Чернишева О. Структурні особливості аббревіатур у сучасній англійській мові на базі мікрополя «Комп'ютерні технології та глобальна мережа Інтернет» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/285>

### **Svitlana Krukovich. Peculiarities of abbreviations and acronyms translation from English into Russian**

The article gives the definition of the notion of abbreviation, interprets the difference between abbreviations and acronyms. The author points at the types and sources of abbreviation. Great attention is paid to ways of abbreviations and acronyms translation into Russian: transliteration, borrowing, creation of adequate abbreviation from well-known Russian terms, explication.

**Key words:** abbreviation, acronym, transliteration, explication, translation.

УДК [81'366.58-029:81'373.7]:81'37(045)

**Андрій Кузьменко**

студент

Донецький національний університет економіки і

торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: О. М. Бондаревська

### **АСПЕКТУАЛЬНА ФУНКЦІЯ АНГЛІЙСЬКИХ ФРАЗОВИХ ДІЄСЛІВ ЯК ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР ЇХ АДЕКВАТНОЇ СЕМАНТИЗАЦІЇ**

Стаття присвячена сучасним англійським фразовим дієсловам і труднощам, з якими стикаються студенти під час їх засвоєння. В ній приведена класифікація семантичних типів фразових дієслів, фразові дієслова, які найбільш часто зустрічаються на практичних заняттях, а також запропоновано більш системний підхід при ознайомленні студентів з функціонуванням даної мовної конструкції.

**Ключові слова:** фразові дієслова, англійська мова, семантичні типи, функція посилення, мовні труднощі.



Характерною рисою сучасної англійської мови і прямим наслідком процесу її аналітики є активне вживання поєднань дієслова і прислівника, наприклад, *go away, set up, point out, let down, call off, etc.* У них постпозитивний компонент використовується для різноманітної якісно-кількісної модифікації дієслів різної семантики. У спеціальній літературі подібні комплекси отримують такі назви: фразові дієслова, складні дієслова, аналітичні дієслова з прийменниковими елементами, дієслова з післядієсловами і т.д. У сучасних зарубіжних навчальних посібниках з англійської мови вони зазвичай називаються *phrasal verbs, multi-part verbs, multi-word verbs, compound verbs*.

Мова носіїв англійської мови насичена фразовими дієсловами, які складають найбільш яскраву особливість сучасного дієслівного вживання. Відповідно виникає необхідність тримати їх в центрі уваги в ході роботи над лексичним аспектом мови і формувати у студентів вищої школи, які бажають оволодіти іноземною мовою на професійному рівні, вміння правильно оперувати фразовими дієсловами різних семантичних типів. Зауважимо, наприклад, що їх активне і адекватне використання в мовленні (поряд з ідіомами) на усній частині іспиту IELTS оцінюється як показник відповідного (необмеженого) рівня володіння мовою.

На жаль, багато студентів не отримують, а навчальні та довідкові посібники не дають, достатнього уявлення про значення дієслів типу *go away* та *set up*, а також ролі постпозитива в їх складі і сфері їх функціонування. Їх знання і вміння уривчасті і обмежені. Вони зводяться лише до знання окремих лексичних одиниць зазвичай зі сфери спільного вживання (*run away, bring up a child, give up sports*) і вмінню їх вживати в обмеженому колі знайомих ситуацій. При цьому відсутнє уявлення про сполучення «дієслово + постпозитив» як цілісної мовної підсистеми, всередині якої, зокрема, діють відносини синонімії (*add together = add up, double up = double over, lock away = lock up*) та антонімії (*move up – move down, breeze in – breeze out*). На практичних заняттях в ході роботи з іншомовним текстом багато учнів демонструють тенденцію або ігнорувати присутність прислівників після дієслова взагалі, або вважати дієслово і постпозитив двома абсолютно семантично незалежними членами пропозиції. Становище ускладнюється властивою багатьом схильністю запам'ятовувати для англійських слів єдиний варіант слова-відповідників в рідній мові і щоразу користуватися ним при перекладі фрази незалежно від контексту. Наприклад, *take* зазвичай перекладається як «брати», навіть в поєднаннях *take away, take out, bring* перекладається як «приносити», навіть в поєднаннях *bring over, bring out*. Дана практика, безумовно, не застосовується в оперуванні ні простими дієсловами, ні, тим більше, поєднаннями типу *take away*, другий компонент яких має здатність позначати різні явища, об'єкти і відносини між ними в залежності від конкретної ситуації спілкування (*take away*: забирати / відвозити з кімнати / з будинка / міста, прибирати зі столу, відсмикувати руку, виносити сміття, позбавляти життя, відбирати).

Семантичні відносини між складовими частинами англійських фразових дієслів виключно різноманітні. Тут видається доречним привести варіант найбільш загальної їх класифікації та висвітлити деякі моменти, що представляють труднощі для бажаючих опанувати англійську мову.

Першу групу складають дієслівно-прислівникові комплекси, що будуються на основі первинного значення компонентів і позначають просторово-спрямований рух: walk in, run out, step across, etc. Другу групу утворюють поєднання, в яких значення дієслова має чітко виражений переносний (метафоричний, метонімічний) характер, в той час як другий компонент зберігає властивий прислівнику просторовий зміст: breeze in (вбігти, влетіти). До третьої групи відносяться поєднання, в яких основним семантичним змінам піддається постпозитивний елемент, який отримує яскраве аспектуальне наповнення. Серед аспектуальних відтінків можна виділити наступні: вираз початку виникнення дії (cry out), вираз продовження дії (walk on), вираз завершення, закінчення дії (burn away), позначення повної вичерпаності дії (tire out), вираз інтенсифікації дії (work away), вираз повторності дії (read over / again). У багатьох випадках у змісті фразового дієслова укладені відразу кілька тісно пов'язаних аспектуальних характеристик. Значення фразових дієслів четвертої групи засноване на моменті ідіоматизації обох частин, але вмотивованість яких зберігається: come about (відбуватися, траплятися), ride out (вийти зі скрутного становища), give away (видавати секретну інформацію). Нарешті, п'яту групу утворюють фразові дієслова, які характеризуються максимальним ступенем ідіоматизації складових: give up (кинути), take in (обдурити), put up with (терпіти, примиритися) [2].

Прості типи дієслівних комбінацій вже здатні викликати труднощі і привести до помилки. Деякі учні, наприклад, можуть некоректно використовувати постпозитив дієслівних комбінацій в ролі прийменника. До подібного ж роду граматичних помилок віднесемо неправильне розташування постпозитива у випадках, коли між ним і дієсловом вклинюються займенники або ціла іменна група (He was going to give up her замість He was going to give her up), обставинні модифікатори або слова-інтенсифікатори (go ahead straight замість go straight ahead).

Безумовно, фразові дієслова останньої групи, при вивченні іноземної мови, призводять до певних труднощів, оскільки значення цілого комплексу не виводиться із сукупності значень його складових. Якщо студент не знайомий з фразовим дієсловом, що зустрівся в тексті, він нездатний адекватно перевести висловлювання. Найчастіше він намагається зв'язати з лексичним оточенням два окремих слова, не розуміючи, що перед ним єдине семантичне ціле. Ми не один раз стикалися з подібною ситуацією на практичних заняттях.

Досить часто студентів бентежить вживання дієслова в поєднанні з різними прислівниками (часто протилежними по первинному просторовому змісту) в одному і тому ж значенні: swallow up = swallow down (ковтати, поглинати), slow up = slow down (знижувати швидкість), buy back / in / off / out / over / up (спокутувати гріхи). Нарешті, повне здивування можуть викликати ситуації, коли в рамках одного заняття студентам пропонується мовний

матеріал, в якому в рівному лексичному оточенні і з одним і тим же значенням (тобто в якості семантичних еквівалентів) зустрічаються як дієслівно-прислівникові сполучення, так і просте дієслово: *start a business – start up a business, went to Beckenham – went down to Beckenham*.

Для усунення вищезазначених труднощів у поводженні з фразовими дієсловами, необхідно приділити увагу ознайомленню студентів з аспектуальною функцією сучасного англійського постпозитиву, особливо, функцією посилення, інтенсифікації дієслівної дії. Нагадаємо, що вона з'явилася як результат зв'язку між просторовою локалізацією дії і зазначенням на неї як на закінчений акт, який досяг своєї кінцевої мети.

Здатність до вираження аспектуальності супроводжується стиранням (в деяких випадках повним) основного просторового значення у *up, out, away, on* і т.д. Це служить потужним джерелом синонімії в корпусі дієслівно-прислівникових поєднань (*straighten up = straighten out, gather up = gather together, finish up = finish off*). Сучасні дослідження показують, що *up* – найчастіше застосовуваний постпозитив – здатний виступати в ролі інтенсифікатора практично з будь-якою дієслівною основою без семантичних обмежень [1, с. 5].

Вивчати англійську мову на високому рівні корисно, і активне вживання фразових дієслів є наслідком розвитку загальної стройової тенденції до аналітизації. До того як модель «дієслово + постпозитив» стала провідним засобом просторової та іншої модифікації дієслівної дії, цю функцію виконували препозитивні з'єднання «просторовий префікс + дієслово» [3; 4]. У сучасній англійській мові легко знаходимо приклади дієслів старої префіксальної моделі: *overlook, underline, outdo, upset*. Вони залишаються комунікативно затребуваними з тієї причини, що володіють не просторовим, але абстрактним змістом. Особливе місце серед них займають дієслова з *over-, under-* та *out-*, що регулярно передають оцінні значення надмірності, недостатності дії і переваги: *overdo – underdo – outdo, overestimate – underestimate*. Таким чином, і просторовий префікс і постпозитив в парах типу *overcome – come over, undergo – go under* є структурними варіантами з'єднання одних і тих же елементів. Однак, учням необхідно не забувати про той факт, що за своїм значенням ці комплекси ні в якому разі не тотожні.

Без перебільшення можна сказати, що питання англійських фразових дієсловах – одне з найважливіших питань теоретичного вивчення і практичного освоєння англійської мови. Тому потрібно формувати велику усвідомленість у студентів при вивченні фразових дієслів. Необхідний більш системний підхід. Перш за все, мова йде про формування у них уявлення про фразові дієслова як цілісної мовної системи, членам якої притаманні відносини синонімії та антонімії. У центрі особливої уваги – тип, значення і функціональне навантаження постпозитивного елемента, особливо, аспектуальна функція. Фразові дієслова займають значне місце в дієслівній лексиці сучасної англійської мови і є надзвичайно вживаними, зважаючи на свою велику різноманітність, ідіоматичність значень і неоднорідність функціонування

### Список використаних джерел:

1. Бабелюк О. А., Практика усного та писемного англ.мовлення: фразові дієслова та синоніми / О. А. Бабелюк, О. В. Коляска // Вінниця : Нова Книга, 2012. – С. 17-20.
2. Баханська Т. А. Розвиток підсистем англійських префіксальних дієслів і відповідних дієслівно-прислівникових поєднань типу overcome – come over / Т. А. Баханська // Нижній Новгород : РАІК, 2002. – С. 56-57.
3. Івашкин М. П. Синхронно-діахронічний аналіз перехідних процесів в англійській мові / М. П. Івашкін. – М. : Прометей, 1988. – С. 12-13.
4. Harris A. C Historical syntax in cross-linguistic perspective / A. C. Harris. – Cambridge, 1995. – pp.10-11.
5. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.osvita.org.ua/articles/1678.html>

### **Andriy Kuzmenko. Aspectual function of English phrasal verbs as an important factor of their adequate semantization**

The article is devoted to modern English phrasal verbs and difficulties that students face in the process of language learning. The author gives a classification of semantic types of phrasal verbs, comments the most frequent mistakes that students make and suggests more systematised approach by acquaintance of the students with functioning of the certain linguistic construction.

**Key words:** phrasal verbs, English, semantic types, intensifying function, language difficulties.

УДК 81'373.7:811.111(045)

**Ольга Куропятник**

студентка

Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського  
м. Кривий Ріг, Україна  
Науковий керівник: О. М. Бондаревська

### **ФРАЗЕОЛОГІЯ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ**

В статті розкривається поняття фразеології та стійких виразів. Авторка висвітлює основні способи та проблеми становлення фразеологізмів в англійській мові. Значна увага приділяється принципам виділення фразеологічних одиниць та компонентному аналізу значення.

**Ключові слова:** фразеологія, метод ідентифікації, типологія, лінгвістика, калькування

Англійська мова має тисячолітню історію. За цей час у ній накопичилася велика кількість виразів, які люди знайшли вдалими, влучними і гарними. Так і виник особливий шар мови – фразеологія, сукупність стійких виразів, що мають самостійне значення [5].

Вивчення англійської мови широко поширене в нашій країні. Добре знання мови, в тому числі й англійської, неможливе без знання його фразеології. Знання фразеології надзвичайно полегшує читання як публіцистичної, так і художньої літератури. Розумне використання фразеологізмів робить мову виразнішою.

За допомогою фразеологічних виразів, які не перекладаються дослівно, а сприймаються переосмислено, посилюється естетичний аспект мови.

Світ фразеології сучасної англійської мови великий і різноманітний, кожен аспект його дослідження, безумовно, заслуговує на належну увагу.

Метою даної роботи є дослідження шляхів становлення фразеологізмів в англійській мові.

Для тих, хто вивчає англійську мову як іноземну, цей шар мови представляє труднощі при освоєнні, але зате після освоєння фразеологізмів можна почати говорити як англійці і розуміти їх з півслова, тому що мовна готовність різко зростає. Можливо коротко і дуже точно висловити свою думку, будучи впевненими у правильності її вираження. У багатьох випадках знання англійської фразеології допомагає уникнути русизмів, тобто дослівних перекладів пропозицій з російської на англійську мову.

Таким чином, з усього перерахованого вище можна зробити висновок, що актуальність теми незаперечна.

**Фразеологія** – розділ мовознавства, що вивчає стійкі поєднання в мові. Фразеологією називається також сукупність стійких поєднань в мові в цілому, у мові того чи іншого письменника, в мові окремого художнього твору тощо [1]. Як самостійна лінгвістична дисципліна фразеологія виникла порівняно недавно.

Предмет і завдання, обсяг і методи вивчення фразеології ще недостатньо чітко визначені, і тому не отримали повного висвітлення. Менше за інших розроблені питання про основні особливості фразеологізмів у порівнянні з вільними словосполученнями, про класифікацію фразеологічних одиниць та співвідношення їх з частинами мови і т. д. У мовознавців не склалося єдиної думки про те, що таке фразеологізм. Одні дослідники (Л. Сміт, В. Жуков, В. Телія, Н. Шанський тощо) включають до складу фразеології стійкі поєднання, інші (Н. Амосова, А. Бабкін, А. Смирницький та ін.) – тільки певні групи. Так, деякі лінгвісти (у тому числі й академік В. Виноградов) не включають в розряд фразеологізмів прислів'я, приказки та крилаті слова, вважаючи, що вони за своєю семантикою та синтаксичною структурою відрізняються від фразеологічних одиниць [1].

До завдань фразеології, як лінгвістичної дисципліни, входить всебічне вивчення фразеологічного фонду тієї чи іншої мови. Важливими аспектами дослідження цієї науки є: стійкість фразеологічних одиниць, системність фразеології і семантична структура фразеологічних одиниць, їх походження та основні функції. Особливо складною галуззю фразеології є переклад фразеологічних одиниць, що вимагає чималого досвіду у сфері дослідження цієї дисципліни.

Фразеологія розробляє принципи виділення фразеологічних одиниць, методи їх вивчення, класифікації та фразеографії – опису в словниках.

Фразеологія користується різними методами дослідження, наприклад компонентним аналізом значення. На базі існуючих у мовознавстві методів дослідження розробляються «власне фразеологічні прийоми аналізу та опису» [2]:

**1. метод ідентифікації** – встановлення тотожностей слів і синтаксичних конструкцій, які утворюють фразеологізми, з їх вільними аналогами;

**2. метод аплікації**, що є різновидом методу ідентифікації, метод обмежений у виборі змінних, що встановлює відмінні структурно-семантичні організації фразеологізму від сполучень, утворених відповідно, до регулярних закономірностей вибору і комбінації, і т.і. Фразеологія пропонує різні типи класифікацій фразеологічного складу мови залежно від властивостей фразеологізмів та методів їх дослідження [2].

Предметом історії фразеології є вивчення первинних, вихідних форм і значень фразеологізмів, визначення їх джерел за всіма доступними пам'ятників, виявлення сфер їх вживання в різні епохи існування мови, а також встановлення обсягу фразеологічного складу і його системної упорядкованості в ту чи іншу історичну епоху розвитку мови.

Як відомо, фразеологізми виникають з вільного поєднання слів, яке вживається в переносному значенні. Поступово переносність забувається, стирається, поєднання стає стійким.

В англійській мові існують такі типології фразеологізмів:

**1. Типологія, заснована на граматичній схожості компонентного складу фразеологізмів [3]:**

*a) поєднання прикметника з іменником:*

the Indian summer – бабине літо;

*b) при перекладі на російську мову поєднання іменника в називному відмінку з іменником у родовому відмінку:*

apple of discord – яблуко розбрату;

*c) поєднання прийменниково-відмінкової форми іменника з прикметником:*

be on a good footing – бути на короткій нозі з ким-небудь;

*d) поєднання дієслова з іменником (з приводом і без приводу):*

come to one's senses – братися за розум;

*e) поєднання дієслова з прислівником:*

fly high – бути дуже честолюбним;

*f) поєднання дієприкметника з іменником:*

one's heart is bleeding – серце кров'ю обливається.

**2. Типологія, заснована на відповідності синтаксичних функцій фразеологізмів і частин мови, якими вони можуть бути заміщені [3]:**

*a) іменні фразеологізми:*

swan-song – лебедина пісня;

(в реченні вони виконують функції підмета, присудка, доповнення; за характером зв'язків з іншими словами в поєднанні можуть управляти яким-небудь членом і бути керованими);

*b) дієслівні фразеологізми:*

hold one's ground – триматися дуже твердо, не здавати своїх позицій;

(в реченні виконують роль присудка; в поєднанні з іншими словами можуть узгоджуватися, управляти і бути керованими);

*c) ад'єктивні фразеологізми:*

in blooming health – кров з молоком;

(мають значення якісної характеристики і, подібно прикметником, виступають в реченні у функції визначення або іменної частини присудка);

*d) прислівникові або адвербіальні фразеологізми:*

*up one's sleeves* – через рукави;

(подібно прислівникам, характеризують якість дії і виконують у реченні роль обставин);

*e) вигуківі фразеологізми:*

*good luck!* – в добрий час!

(подібно вигукам, такі фразеологізми виражають волевиявлення, почуття, виступаючи як окремі, нерозчленовані речення).

Також можна систематизувати фразеологізми і за іншими ознаками. Наприклад, з точки зору звукової організації всі фразеологізми поділяються на впорядковані за своєю фонетикою і нейтральні.

У складі перших об'єднуються фразеологізми з вираженою ритмічною організацією, з римуючими елементами, зі звуковими повторами.

Цікава класифікація фразеологізмів за їх походженням.

У цьому випадку можна виділити споконвічно британські фразеологізми (*Fleet Street* – вулиця Лондона, де раніше знаходилися редакції найпопулярніших газет) та фразеологізми, запозичені з інших мов (*Tête-à-tête* – з фр. Віч-на-віч)

Фразеологія англійської мови, як і лексика, являє собою струнку систему. Вона володіє автономністю, оскільки фразеологізми принципово відрізняються, з одного боку, від окремих слів, з іншого – від вільних словосполучень, і в той же час входить у більш складну систему загальнонаціональної мови, перебуваючи в певних відносинах з різними його рівнями.

Наприклад, як і слова, фразеологізми складаються з фонем, які виконують функцію, що розрізняє сенс; це визначає системні зв'язки фразеології з фонематичним рівнем мови.

Фразеологізми по-різному співвідносяться з різними частинами мови, що характеризує їх системні зв'язки на морфологічному рівні. Виконуючи певні синтаксичні функції в реченні, фразеологізми перебувають у системних відносинах з іншими мовними одиницями на синтаксичному рівні. У складі фразеологічної системи англійської мови виділяються різноманітні парадигми (групи) фразеологізмів, що об'єднуються за їх характерними ознаками [5].

Крім вже згаданих груп фразеологізмів, можна розглянути і ряд інших, виходячи з власне лінгвістичних ознак: фразеологізми однозначні і багатозначні, омонімічні, синонімічні, антонімічні та деякі інші. Також за стилістичними особливостями необхідно розрізняти стилістично марковані й нейтральні фразеологізми, причому перші дозволяють виявити у своєму складі різні пласти, що істотно різняться за стилістичним забарвленням і стильовою приналежністю.

Синтагматичні відносини фразеологізмів характеризуються можливостями їх сполучуваності з певним колом лексичних одиниць. Одні фразеологізми відрізняються досить обмеженою сполучуваністю, наприклад, фразеологізм *into the public eyes*, який поєднується з дієсловом *to come, to be*,

але не поєднується з дієсловами *to take, to become, etc.* Іншим фразеологізмам властива одинична, замкнута сполучуваність, їх можна вжити лише з одним єдиним словом. Однак серед фразеологізмів чимало й таких, які мають розмаїття синтагматичних зв'язків. Зупинимося детальніше на системних зв'язках фразеологічних одиниць, що визначаються лінгвістичними особливостями. Більшість фразеологізмів характеризується однозначністю: вони мають лише одне значення, їх семантична структура досить монолітна:

*from the first look* – по першому враженню;

*today dream* – віддаватися безтілесним мріям.

Але є фразеологізми, які мають кілька значень:

*to play fool*:

1. нічого не робити;

2. вести себе несерйозно, дуріти;

3. робити дурниці.

Багатозначність виникає зазвичай у фразеологізмів, які зберегли у своїй мові часткову вмотивованість значень. Причому багатозначність легше розвивається у фразеологізмів, які мають цілісне значення за своєю структурою і які можна співвіднести до словосполучень. Для сучасної англійської мови характерний розвиток образного, фразеологічного значення у термінологічних поєднаннях: питома вага, центр ваги, точка опори, звести до спільного знаменника і подібні.

Біблія є найголовнішим літературним джерелом фразеологічних одиниць. Цей найбільший твір збагатив фразеологізмами не тільки англійську мову, а й багато інших мов світу. Про колосальний вплив, який справили на англійську мову переклади Біблії, говорилося і писалося багато. Протягом століть Біблія була найбільш популярною в Англії книгою: «... не тільки окремі слова, а й цілі ідіоматичні вирази увійшли в англійську мову зі сторінок Біблії» [4]. Число біблійних оборотів і виразів, які увійшли в англійську мову, настільки велике, що зібрати і перерахувати їх було б дуже нелегким завданням. До словосполучень сучасної англійської мови, біблійне походження яких твердо встановлено, належать наступні:

*the apple of Sodom* – красивий, але гнилий плід; оманливий успіх;

*the beam (themote) in one's eye* – «колоду» у власному оці; власний великий недолік;

*the blind leading the blind* – сліпий веде сліпого;

*by the sweat of one's brow* – в поті чола свого;

*the camel and the needle's eye* – натяк на євангельський вислів, що отримало такий вигляд у перекладі з латинської мови: легше верблюдові пройти крізь вушко голки, ніж багатому увійти в царство небесне;

*can the leopard change his spots* – буквально: чи може леопард перефарбувати свої плями? Горбатого могила виправить;

*a crown of glory* – вінець слави;

*daily bread* – хліб насущний, спосіб існування;

*a drop in the bucket* – буквально: крапля у відрі; капля в морі;

*a fly in the ointment* – буквально: муха в мазі, ложка дьогтю в бочці меду;



*loave sand fishes* – земні блага: хлібці і риби, якими Христос, за євангельським переказом, нагодував сотні людей, що зібралися слухати його;  
*the prodigal son* – блудний син;  
*the promisedland* – земля обітована;  
*a prophet is not without honor, save in his own country* – немає пророка у своїй вітчизні.

Твори знаменитого англійського класика У. Шекспіра є одним з найбільш важливих літературних джерел за кількістю фразеологізмів, що збагатили англійську мову. Число їх понад сто. Можна навести приклади деяких найбільш поширених «шекспіризмів».

З твору «Hamlet»:

*to be or not to be?* – бути чи не бути?

*to cudgel one's brains* – ламати голову над (чим-небудь);

*the observed of all observers* – центр загальної уваги;

*to be hoist with one's own petard* – потрапити у власну пастку;

*to do yeoman service* – надати своєчасну допомогу;

*sweets to the sweet* – прекрасне – прекрасній;

*to out-Herod Herod* – перевершити самого Ірода в жорстокості.

З твору «Othello»:

*the green-eyed monster* – «чудовисько з зеленими очима», ревності;

*to chronicle small beer* – відзначати дрібниці, незначні події, займатися дурницями;

*the sea my side* – виставляти на показ свої почуття.

Отже, з опрацьованого нами матеріалу можна стверджувати, що фразеологічний фонд англійської мови настільки великий, що повне його дослідження не вмістилося б у рамки даної роботи. Тим не менш, на прикладі розглянутих фразеологізмів можна чітко уявити наскільки різноманітні за своєю семантикою та виразністю фразеологізми сучасної англійської мови. Завдяки літературним творам письменників і поетів англійська мова в даний час налічує величезну кількість фразеологізмів. Але, не слід забувати і про те, що з історії та культури різних країн світу в англійську мову також прийшла величезна кількість фразеологізмів.

На жаль, в сучасній англійській мові не спостерігається використання виразів узятих з літератури країн Азії. Широке поширення одержали лише фразеологізми, запозичені з літератури країн, так чи інакше, територіально наближених до Великобританії. Слід зазначити, що число біблеїзмів є особливо великим в англійській мові, це говорить про релігійність англійців.

Важливим фактом є те, що всі неанглійські літературні запозичення, представлені в даній роботі, є повними кальками з тієї чи іншої мови. У сучасній англійській мові ці фразеологізми не вживаються в іншомовній формі. Тому ми не можемо говорити тут про процес асиміляції фразеологізмів запозичених з художньої літератури різних країн.

У різних роботах часто використовується вислів «збагатити фразеологізмами». Треба сказати, що це не проста закономірність, адже фразеологія – це скарбниця мови, а фразеологізми – її багатство. Фразеологізми

не тільки відображають культуру і побут тієї чи іншої мови, але і допомагають зробити мову найбільш виразною і емоційною.

Фразеологія є надзвичайно складним лінгвістичним явищем, вивчення якого потребує свого методу дослідження, а також використання даних інших наук – лексикології, граматики, стилістики, фонетики, історії мови, історії, філософії, логіки і країнознавства.

Думки лінгвістів з ряду проблем фразеології розходяться і це цілком природно. Тим не менш, важливими завданнями лінгвістів, що працюють в області фразеології, є об'єднання зусиль і знаходження точок дотику в інтересах, як теорії фразеології, так і практики викладання іноземних мов.

#### Список використаних джерел:

1. Альохіна А. І. Фразеологічна одиниця і слово / А. І. Альохіна. – Мінськ, 1991. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://dspace.hepu.edu.ua:8080/xmlui/bitstream/handle/1/245/Science\\_Notes\\_2015\\_17\\_112-115.pdf?sequence=1](http://dspace.hepu.edu.ua:8080/xmlui/bitstream/handle/1/245/Science_Notes_2015_17_112-115.pdf?sequence=1)
2. Кунин А. В. Фразеологія сучасної англійської мови / А. В. Кунин. – М. : Міжнародні відносини, 1996. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrbukva.net/page,40,74267-Frazeologicheskie-edinicy-kak-sredstvo-hudozhestvennoiy-vyrazitel-nosti-v-russkom-iangliyskomyazyke.html>
3. Уорелл А. Дж. Англійські ідіоматичні вирази / А. Дж. Уорелл. – М. : Художня література, 1999. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.litera-ml.ru>
4. Федулєнкова Т. М. Англійська фразеологія: Курс лекцій / Т. М. Федулєнкова. – Архангельськ, 2000. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrreferat.com/index.php?referat=71825&pg=24>

#### **Olha Kuropiatnyk. Phraseology in English**

The article deals with the notion of phraseology and phraseological expressions. The author highlights the basic methods and problems of phraseology in English. Great attention is paid to the principles of allocation of idioms and component analysis value.

**Key words:** phraseology, method of identification, typology, linguistics, calque.

УДК 81'373.611:811.111'06(045)

**Катерина Матюшевська**

студентка

Донецький національний університет

імені Михайла Туган-Барановського,

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: Г. М. Удовіченко

#### **СЛОВОТВІР В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ**

Предметом дослідження цієї роботи є засоби словотвору в сучасній англійській мові, їх функціонування і використання для утворення нових слів, а також подальшого вживання новоутворених слів. Стаття охоплює як теоретичні, так і практичні сторони даного питання: засоби словотвору, їх класифікація за важливістю та актуальністю; та інших засобів словотвору; вживання новоутворених слів, аббревіації, морфем та префіксу in

**Ключові слова:** новоутворені слова, аббревіація, морфема, префікс ne.

Постійні зміни в сучасному житті, у суспільних відносинах, розвиток науки й техніки, мистецтва, культури відбиваються в лексиці. Частина слів випадає з активного словника і з часом забувається, але разом з тим з'являється велика кількість нових слів – відбувається збагачення словника.

В англійській мові існує поширений спосіб словотвору – шляхом складання кількох основ. Цей спосіб називається основоутвореннями. Окрему групу складних слів становлять аббревіатури, складноскорочені слова. Вони утворюються поєднанням не повних основ або коренів, а їх початкових частин (складів, букв, звуків) [1].

Новоутворення можуть бути створені на базі будь-якого слова, яке сприймається як структурно-похідне і морфологічне, будова якого може бути осмисленою, хоча і не завжди правильно, з етимологічної точки зору. Так, загальновідомо, що іменник *boycott* сходить до імені власного (прізвища людини, якого пов'язують з цим видом протесту) і є за структурою простим непохідним словом. Але осмислення компонента *bo* як основи дало можливість утворити жартівливе слово *ladycott* -протест (бойкот) жінок-домогосподарок, які відмовляються купувати продукти, в якомусь певному магазині через непомірною дорожнечу. *You know what a ladycott is? According to the New York Times, it's a new word which has been coined to describe the American housewives' boycott of supermarkets' [4].* (Ви знаєте, що таке *ladycott*? Відповідно до Нью-Йорк Таймс це нове слово, яке було придумано для опису бойкоту американських домогосподарок у супермаркетах). Елемент – *gram*, відокремлений зі слів *telegram* і *cablogram* та осмислений як морфема зі значенням *посилається по телеграфу*, увійшов до новоутворення *sandygram* – телеграма з доданою до неї коробкою цукерок. Наприклад: *Send your friends a sandygram [4]* (Надіслати друзям телеграму з цукерками). Цікавим також є походження іменників *beefburger* і *cheeseburger*. Слова створені за зразком *hamburger* (Рубаний біфштекс), осмисленого не як похідне слово (від *Hamburg*), а як складне з основою *ham*. Компонент – *mat*, як би сконцентрувавши у собі значення іменника *automat* і виокремлений зі слів *automat*, *mailomat*, включений як морфема в новоутворені *Laundromat* (Пральня самообслуговування) [2].

Не всі новоутворення входять у мову у якості нових словникових одиниць. Нові слова, вжиті окремими особами, але не є узуальними, тобто звичними для решти людей і не зустрічаються в їхній мові, називають оказіональними словами. Оказіональні слова створюються за існуючими в мові моделями в результаті дії продуктивних способів словотворення [1].

У сучасній англійській мові значна кількість слів складається з різних комбінацій запозичених та власних мовних морфем. Такі слова називаються гібридами. Структура гібридного слова обов'язково має один запозичений елемент – префікс, основу чи суфікс. Відповідно до цього розрізняють окремі підгрупи гібридів:

- запозичений префікс + власна мовна основа, напр.: *intake* (споживання);
- власномовний префікс + запозичена основа, напр.: *unequal* (нерівні);
- власномовна основа + запозичений суфікс, напр.: *bearable* (терпимий);
- запозичена основа + власномовний суфікс, напр.: *colourful* (барвистий) [2].

Не менш складною є доля морфем, що утворюють науково-технічні терміни на сучасному етапі розвитку мови. Назви сучасних засобів пересування – *aircraft, aeroplane, motorcar, bicycle, locomotive* – до морфологічної структури яких входять запозичені елементи, підлягають скороченню і морфологічному перерозподілу [2]. Спостерігається і лексичне явище узагальнення. У мові існують понад 2 тисячі назв, до яких входить корінь *meter* із значенням виміру. Серед них є такі, що використовуються у повсякденному вжитку – *barometer, chronometer, speedometer*; більше таких назв, що відомі лише у вузькому колі фахівців, – *legometer, perimeter, isoperimeter, heliotnermo-meter* [5]. Увесь цей семантичний простір у загальноповживаній мові відомий під назвою *meter* – «прибор, лічильник» [3].

У сучасному мовознавстві форма складного слова впливає на його визначення: те, що написано разом, вважається одним словом. Але оскільки писемна мова вторинна, то і в усному мовленні мають бути критерії, за якими слід визначати тип слова. Хоча не вирізняються постійністю і лексикографічні джерела. Слово *sunflower* може писатися *sun-flower* і *sunflower*. Слово *sun-burn* означає «засмага», а *sunburn* – «сонячний опік» [4]. Не до кінця розв'язаним залишається питання про дефіс; слова, що через нього пишуться, можуть бути і складними словами, і словосполученнями [4].

Префікс прикметників *un-* існував як словотвірний елемент, ще на самому ранньому етапі формування англійської мови. Протягом усіх періодів розвитку мови він був дуже продуктивним афіксом. Вже в англосаксонський період розвитку мови можна було зустріти багато утворень на *un-*. Наприклад: *un-be* – *boht* непідкупний, Непродажний; *un-ge* – *cynde* невдячний, недобрий (пор. *unkind*); *un-ge* – *spawen* невідомий (пор. *unknown*); *un* – *ripe* незрілий, недозрілий; *unmihtig* немічний, слабкий, безсилий (пор. *unmighty*) [3].

Дослідження прикметників на *un-* показує, що вживання даного префіксу з плином часу змінилося. У давньоанглійській мові префікс *un-* широко застосовувався для утворення іменників. Наприклад: *un-ar* безчестя; *un-bealu* невинність; *un-lust* невдоволення; *unmeant* неміч; *un-riht* неправота; *un-banc* невдячність [3].

Аналогічне застосування цей префікс мав також і у середньоанглійській мові. Однак у новоанглійській мові префікс *un-* став вживатися для утворення тільки прикметників і тільки від основ прикметників. Інших частин мови префікс *un-* зараз не утворює. Ті деякі іменники, які мають у своєму складі *un-*, наприклад: *unkindness, unwiseness* та інші похідні від прикметників *unkind* (недобрий); *unwise* (немудрий, нерозумний) за допомогою суфікса іменників *-ness* [4].

У сучасній англійській мові зустрічається багато прикметників, у яких *un-* виражає значення відсутності того, на що вказує словотвірна основа. Наприклад: *unfriended* не має друзів; *unmatched* не має собі рівного; *unaccomplished* позбавлений світського лиску; *unparented* не має батьків, осиротілий; *unbacked* не має прихильників, підтримки; *unballasted* не має баласту; *uncritical* позбавлений критики; *unbeneficed* не має бенефіція, парафії; *unfriendly* ворожий; *ungraceful* грубий, невишукана; *unquiet* збуджений;

*unbelievable* неймовірний [4].

Особливістю сучасної англійської мови є велика кількість аббревіатур. Звичними скороченнями є найменування урядових установ і посад (FO-Foreign Office, CO – Colonial Office, PM – Prime-Minister); інформаційних агентств і радіо мовних компаній (AP – Associated Press; UPI – United Press Informational; USIA – United States Information Agency; BBC – British Broadcasting Corporation; ABC – American Broadcasting Corporation; CBS – Columbia Broadcasting System; NBC – National Broadcasting Company); військових блоків (NATO – North Atlantic Treaty Organisation; SEATO – South East Asia Treaty Organisation), авіатранспортних агентств (BOAC – British Overseas Airways Corporation; TWA – Trans-World Airlines) [4].

Абревіація – утворення нових слів шляхом скорочення (усічення) основи. У результаті дії цього способу словотворення створюються слова з неповною, усіченою, основою (або основами), що називаються аббревіатурами [5].

В англійській мові, на відміну від української, аббревіатури можуть закінчуватися голосними: ave. (avenue), usu. (usual), Fri. (Friday), Colo. (Colorado).

Графічні аббревіатури можуть ставати словами. Це відбувається в тому випадку, якщо графічні скорочення починають вживатися в усному мовленні поряд зі словами. Так виникли слова MP *член англійського парламенту* (від member of Parliament); a GI *американський солдат*(від government issue); a VC *хрест Вікторії, вища військова нагорода в Англії* (від Victoria Cross). Слова, створені з графічних скорочень, можуть, як і звичайні слова, ставати базою для новоутворень. Наприклад, від іменника MC, що був спочатку графічним скороченням словосполучення master of ceremonies *конферансьє; розпорядник; провідний програму*, створено дієслово to emce *вести програму, виступати як конферансьє* [5].

Отже, виходячи з опрацьованого нами матеріалу можна зробити висновок, що ми досягли тієї мети питання, що була поставлена у вступі, а саме: з'ясували, що таке словотвір, що таке засоби словотвору, які їх види існують в сучасній англійській мові, визначили найважливіші засоби словотвору і розглянули вживання новоутворених слів у сучасному мовному дискурсі. Також встановлено, що нові слова (так само, як і нові значення слів) з'являються тоді, коли виникає необхідність назвати нові предмети або висловити дещо інше ставлення до вже відомих предметів чи якимось інакше охарактеризувати їх. Нові слова створюються з існуючих елементів мови (слів, основ, словотворчих афіксів) за існуючими моделями в результаті дії звичних способів словотворення. Можемо зробити висновок що, сучасна англійська мова має достатню кількість сильних та продуктивних засобів словотвору для поповнення лексичного запасу мови.

#### **Список використаних джерел:**

1. Арнольд І. В. Лексикология современного английского языка / І. В. Арнольд. – М., 1959. – 50 с.
2. Ботчук Е. Н. Словообразование в современном английском языке / Е. Н. Ботчук. – К.: 1988.

– 174 с.

3. Мостовий М. І. Лексикологія англійської мови / М. І. Мостовий. – Х, 1993. – 300 с.

4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua-referat.com/> Словотвір в англійській мові

5. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://naub.oa.edu.ua/2013/morfolohichni-sposoby-slovotvoru-v-suchasnij-anhlijskij-movi/>

### **Kateryna Matushevska. Word-formation in modern English**

The article deals with the meaning of word-formation in modern English, its function and uses to form new words, as well as the further use of the newly formed words. The article covers both theoretical and practical aspects of this problem: the means of word-formation, their classification according to their importance and urgency; and other means of word formation; the use of newly formed words, abbreviation, morphemes and the prefix *un-*.

**Key words:** newly formed words, abbreviation, morpheme, prefix *un-*.

УДК 81' 373.46-029:[34:811.111]:81' 1-021.321(045)

**Катерина Пекалюк**

студентка

Донецький національний університет економіки

і торгівлі ім. М. Туган-Барановського

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: К. О. Новікова

## **ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ ЮРИДИЧНИХ ТЕРМІНІВ**

Стаття присвячена лінгвістичним особливостям англомовних юридичних термінів та їх врахуванню при перекладі. Аналізується сучасне поняття юридичного терміну. Наводяться класифікації термінів за їх значенням та будовою.

**Ключові слова:** термін, переклад, юридичний термін, синтаксичний спосіб будови.

У словниковому складі мови велике місце належить термінологічній лексиці, кількість якої весь час помітно зростає. До термінологічної лексики належать усі слова, що об'єднуються в мові під загальною назвою терміни.

У зв'язку з постійним розвитком сучасної англійської мови з'являється все більше і більше термінів, не тільки технічних і наукових, а й економічних і юридичних. Отже, з'являється необхідність в їх детальному дослідженні для можливості адекватного перекладу з англійської мови.

Метою даної роботи є дослідити особливості передачі англійських юридичних термінів українською мовою.

Теоретичною основою дослідження послужили праці таких вчених, як С. Алексєєв, Л. Бархударов, Р. Будагов, Д. Лоті, В. Лейчик, Д. Милославська, Л. Нелюбин, А. Нікінін, А. Піголкин, А. Реформатський, М. Рейснер, С. Хижняк, І. Чистяков.

Слово «термін» походить від латинського «*terminus*» (кордон, межа). Лінгвісти дають різні визначення цього поняття.

А. Реформатський визначає терміни «як однозначні слова, позбавлені експресивності» [1]. М. Глушко констатує, що «термін – це слово або словосполучення для вираження понять і позначення предметів, що володіє, завдяки наявності у нього суворої і точної дефініції, чіткими семантичними кордонами і тому однозначне в межах відповідної класифікаційної системи» [2]. І. Арнольд дає таке визначення: «Термін – слово або словосполучення, що позначає поняття спеціальної галузі знань, науки або культури» [3].

У зв'язку з цим доцільно навести таке, прагматичне визначення поняття «термін»: «Термін – це слово або словосполучення яке має професійне значення, що виражає і формує професійне поняття і застосовується в процесі пізнання і освоєння деякого кола об'єктів і відносин між ними – під кутом зору певної професії» [6].

Передача англійських термінів на українську мову вимагає знання тієї галузі, якої стосується переклад, розуміння змісту термінів англійською мовою і знання термінології рідною мовою. При передачі науково-технічної та юридичної літератури з англійської мови на українську важливе значення має взаємодія терміну з контекстом, завдяки чому виявляється значення слова [11]. Як відзначав академік В. В. Виноградов, усякі «спроби упорядкування термінів без попереднього аналізу понять, що ними виражаються, залишаються безрезультатними» [4].

**Юридичні терміни** – словесні позначення понять, які використовуються при викладі змісту закону (іншого нормативного юридичного акту) [5], слова (словосполучення), які вжиті в законодавстві, є узагальненими найменуваннями юридичних понять, що мають точний і певний сенс, і відрізняються смисловий однозначністю, функціональною стійкістю [12].

Юристи визначають юридичний термін як «слово або словосполучення, яке вжито у законодавстві, будучи узагальненим найменуванням юридичного поняття, що має точний і певний сенс, і відрізняється смислової однозначністю, функціональною стійкістю» [10].

Юридичний термін буває і багатозначним, хоча одним з вимог до терміна є саме його однозначність, адже законодавець повинний дати юридичному термінові одне-єдине визначення, включаючи в нього всі істотні з його погляду ознаки, тобто такі, котрі носять регулюючий характер, мають правове значення [7].

Існують деякі особливості юридичного тексту, що ведуть до труднощів, що виникають у процесі його семантичної інтерпретації. Відповідно до положень Енциклопедичного юридичного словника юридичні терміни поділяються на три різновиди по ознаці «зрозумілості» тієї або іншої частини населення:

1. **Загальнозначущі терміни** характеризуються тим, що вони вживаються в повсякденному житті і зрозумілі усім, до цієї групи термінів відносяться, наприклад: *refugee* – біженець, *witness* – свідок, *employee* – працівник, *accomplice* – співучасник, *accreditation* – акредитація.

2. **Спеціальні юридичні терміни** володіють особливим правовим змістом (зрозумілі далеко не всім, а лише фахівцям в області права), наприклад:

*self-defense* – необхідна оборона, *the claim* – задоволення позову, *to retaliate accusation* – мстити звинуваченному.

3. **Спеціально-технічні терміни** відображають область спеціальних знань – техніки, економіки, медицини і т.д. (ці терміни повинні бути зрозумілі юристові, що є ще і фахівцем в іншій області), наприклад: *defective products* – недоброякісна продукція, *safety precautions regulations* – правила техніки безпеки, *nuclear-free* – вільний від ядерної зброї [9].

Усі терміни по своїй будові поділяються на:

1. **Прості**, які складаються з одного слова: *arson* – підпал, *bribe* – хабар, *fraud* – шахрайство.

2. **Складні**, які складаються з двох слів і пишуться разом або через дефіс: *the High Court* – Високий суд, *house - breaking* – проникнення в будинок.

3. **Терміни-словосполучення**, які складаються із декількох компонентів: *specific performance* – реальне виконання, *petty offence* – дрібний злочин [8].

У межах юридичної термінології виділяється значний відсоток термінів, утворених синтаксичним способом. За кількістю компонентів можна виділити 1) двокомпонентні; 2) трикомпонентні; 3) полікомпонентні.

#### **I. Двокомпонентні синтаксичні типи:**

1. Прикметник + Іменник у однини:

Приклади: *legal practice* – юридична практика, *civil plaintiff* – цивільний позивач, *legal fact* – юридичний факт, *direct intent* – прямий умисел, *juvenile delinquency* – дитяча злочинність, *conditional release* – умовне звільнення.

2. Прикметник + Іменник у множини:

Приклади: *deliberate actions* – умисні дії, *legal institutions* – правові інститути, *general courts* – загальні суди, *grave crimes* – тяжкі злочини.

3. Іменник + Іменник без прийменника:

Приклади: *death penalty* – смертна кара, *court sentence* – вирок суду, *property right* – право власності, *adult charge* – дорослий арештант.

#### **II. Трикомпонентні синтаксичні типи:**

1. Прикметник + Прикметник + Іменник:

Приклади: *nonvolitional legal facts* – невольові юридичні факти, *International judicial procedure* – міжнародна судова процедура, *serious bodily injury* – тяжке тілесне ушкодження.

2. Іменник + Прикметник + Іменник:

Приклади: *opening a criminal case* – порушення кримінальної справи, *apparent present ability* – наявність реальної можливості.

3. Іменник + Прийменник + Іменник:

Приклади: *inspection of the scene* – огляд місця подій, *right to reimbursement* – право на відшкодування витрат, *incitement to suicide* – доведення до самогубства, *the use of firearms* – застосування вогнепальної зброї, *charge of crime* – обвинувачення у вчиненні злочину.

4. Прислівник + Прикметник + Іменник:

Приклади: *especially dangerous recidivist* – особливо небезпечний рецидивіст, *socially dangerous act* – суспільне небезпечні діяння, *especially malicious hooliganism* – особливо злісне хуліганство.



**III. Полікомпонентні синтаксичні типи,** терміни можуть включати чотири, п'ять, шість і більше одиниць.

Приклади: *attempted use of firearms* – спроба застосування вогнепальної зброї, *property rights of citizens* – право власності громадян, *joint ownership of spouses* – спільна власність подружжя, *legislative rules of law* – законодавчі норми права.

В процесі даного дослідження було розглянуто поняття терміну, його класифікації, особливості передачі юридичних термінів з англійської мови на українську.

Було встановлено, що термін – це слово або словосполучення, що означає чітко окреслене спеціальне поняття якої-небудь галузі науки, техніки, мистецтва, суспільного життя тощо.

Передача англійських термінів на українську мову вимагає знання тієї галузі, якої стосується переклад, розуміння змісту термінів англійською мовою і знання термінології рідною мовою. При передачі науково-технічної та юридичної літератури з англійської мови на українську важливе значення має взаємодія терміну з контекстом, завдяки чому виявляється значення слова. Було встановлено, що в юридичній термінології зустрічаються переважно складні терміни та терміни-словосполучення.

#### **Список використаних джерел:**

1. Алексеев С. С. Общая теория права. В 2-х томах. Том II / С. С. Алексеев. – М., 1982.
2. Алексеев С. С. Государство и право: Начальный курс / С. С. Алексеев. – М., 1993.
3. Алимов В. В. Теория перевода. Перевод в сфере профессиональной коммуникации. Учебное пособие. Изд. 3-е, стереотипное / В. В. Алимов. – М. : Едиториал УРСС, 2005.
4. Виноградов В. С. Общие лексические вопросы / В. С. Виноградов. – М., 2004.
5. Енциклопедичний юридичний словник. – К., 2001.
6. Зайцева С. Е. English for Students of Law: учебное пособие / С.Е. Зайцева, Л.А. Тинигина. – 3-е изд., стер. – М. : КНОРУС, 2008.
7. Казакова М. В. Практические основы перевода / М. В. Казакова. – Санкт-Петербург, 2001.
8. Комісаров В. Н. Общая теория перевода / В. Н. Комісаров. – М., 1999.
9. Комісаров В. Н., Рецкер Я. І., Тархов В. І. Посібник по перекладу з англійської мови на російську / В. Н. Комісаров, Я. І. Рецкер, В. І. Тархов. – К. : Вища школа, 1985.
10. Оксюкевич Е. Д. Законодатели. Книга для чтения по правоведению. Пособие по английскому языку / Е. Д. Оксюкевич. – М. : Менеджер, 2005.
11. Пиголкин А. С. Язык закона. / А. С. Пиголкин. – М., 1990.
12. Пумпянский А. Л. Введение в практику перевода научной и технической литературы на английский язык / А. Л. Пумпянский. – М. : Наука, 1964.
13. Види та класифікація юридичних термінів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://studopedia.su/5\\_17372\\_vidi-ta-klasifikatsiya-yuridichnih-terminiv-vimogi-do-vzhivannya-yuridichnih-terminiv-u-normativno-pravovih-tekstah.html](http://studopedia.su/5_17372_vidi-ta-klasifikatsiya-yuridichnih-terminiv-vimogi-do-vzhivannya-yuridichnih-terminiv-u-normativno-pravovih-tekstah.html).

#### **Kateryna Pekaliuk. Linguistic peculiarities of English legal terms**

The present article is concerned with linguistic peculiarities of English legal terms and taking into consideration them in the process of translation. The up-to-date concept of legal term is analyzed. The classifications of terms according their meaning and structure are provided.

**Key words:** term, translation, legal term, syntactical method of formation.

**Ганна Пилипенко**

студентка

Донецький національний університет економіки і

торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: С. А. Остапенко

## **ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ ЮРИДИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ**

Дану статтю автор присвятив проблемам відтворення та перекладу англійської юридичної термінології українською мовою. Було надано визначення поняття терміну, якого класифікації за ступенем спеціалізації, будови, по рисам прозорості. На прикладах юридичної термінології проаналізовано способи перекладу термінів, визначено найбільш вживані та розповсюджені.

**Ключові слова:** термін, спеціалізація, переклад, транскрипція, уточнення.

Найбільш актуальне місце в українській мові належить термінології. На сьогоднішній день існує вагома чисельність в практиці перекладу термінів, текстів, незлічувана кількість науковців, лінгвістів, котрі займаються перекладом та більш детально вивчають способи, різноманітні задачі перекладу термінів. Ми би хотіли виділити найбільш славетних вчених, котрі вклали в цю кропітку й важку працю все своє життя. Це такі вчені як С. Бархударов, В. Комісаров, Я. Рецкер, Т. Левицька та А. Фитерман.

Нововведенням нашої статті є те, що в протилежність питань перекладу, мова юриспруденції була досліджена недостатньо. Отже, ми вважаємо, що було б актуально в даний час правову лінгвістику виділити як самостійну науку задля поглибленого вивчення й удосконалення юридичної термінології. Стаття присвячена висвітленню питання перекладу англійського юридичної термінології українською мовою. Написання цієї статті передбачає розгляд термінології в актах, законах, газетах, журналах з правових питань, правових документів тощо. Нами були поставлені такі завдання як, розглянути визначення юридичної термінології на англійській та українській мові, визначити найбільш актуальні способи перекладу юридичних термінів.

Багато науковців вкладали в поняття «термін» безліч пояснень, які були подібні, близькі за значенням одне до одного. Дослідивши значну кількість визначень, ми вирішили узагальнити та навести твердження, яке на нашу думку більш точно та змістовно охарактеризує це поняття. Терміном називається слово або словосполучення, що вживається в тій чи іншій сфері суспільного життя для вираження точного опису поняття в галузі знання, в нашому випадку – в юридичній термінології. У зв'язку з тим, що українська термінологія найчастіше доповнюється новими термінами, вона потребує постійного вивчення. Методом дослідження була кінцева методика, що служила б для встановлення головних порядків перекладу юридичної термінології в текстах правового характеру; звітна методика – для визначення, з

одного боку, всеохоплюючих, з іншого, – етноспецифічних рядів сенсу номенклатури.

Науковці частіше задаються питанням проблеми рівнозначності перекладу. Видатний лінгвіст, доктор філологічних наук Венедикт Степанович Виноградов досліджував стилі різновидів тексту для перекладу і з'ясував, що юридичні терміни мають відношення до офіційно-ділового стилю, які цілком направлені на виклад точного змісту. С. Гриньов-Гриневиц вважав, що при перекладі припустимі такі положення, коли у терміна існують еквіваленти англійської термінології, котрі наявні у перекладних словниках, і той момент, коли наведені еквіваленти не маються в наявності. Якщо брати за приклад перший випадок, то переклад термінів може бути більш розширений та збагачений, терміни будуть мати декілька версій перекладу.

Розрізняють безліч засобів систематизування термінів, але найбільш актуальний і важливий засіб класифікації – за їх словниковим значенням. На сьогоднішній час з'являються нові галузі правових понять, у зв'язку з цим постають проблеми з характеристикою юридичних термінів, адже ці терміни вживаються не тільки у своїй галузі, а й в галузях, таких як діловодство, художня література, у побуті тощо. Отже, за ступенем спеціалізації терміни можна поділити на:

1. Галузеві терміни – терміни, які застосовуються тільки в певній сфері знань. Наприклад: *civil law* – цивільне право, *prosecutor* – *прокурор*.

2. Вузькоспеціальні терміни – терміни, яким властиво спеціалізуватись тільки в цій галузі. Наприклад: *nunciature* – нунціатура, *adoptive act* – адоптивний закон, *bootlegging* амер. – *бутлегерство*.

Терміни за своєю будовою, класифікують таким чином:

1. Прості терміни – це ті терміни, що складаються тільки з одної лексеми, наприклад: *homicide* – вбивство, *prison* – в'язниця, *jury* – присяжні, *trial* – суд, *gare* – згвалтування, *crime* – злочин.

2. Складні терміни – це ті терміни, що складаються з двох і більше слів, а також пишуться або разом, або через дефіс. Наприклад: *vacation judge* – вакаційний суддя, *inspired sabotage* – диверсія за підбурювання, *hard core inmate* – в'язень-закоренілий злочинець.

3. Терміни-словосполучення. Наведемо приклади: *discharge of duty* – виконання обов'язку, *executed warrant* – виконаний наказ.

Згідно з твердженнями «Енциклопедичного юридичного словника» правові терміни розрізняються по рисам прозорості, розуміння населенням [11].

1. Загальнонаукові терміни – вирізняються тим, що вживаються у побутовому житті й доступні для розуміння всім прошаркам суспільства. До цієї групи термінів можна включити такі приклади: *fine* – *штраф*, *certificate* – сертифікат, *average* – аварія.

2. Спеціальні юридичні терміни – терміни, які можуть мати правову сутність і можуть бути зрозумілі спеціалістам в сфері юриспруденції. Наприклад: *the lawsuit* – судовий позов, *attorney for the plaintiff* – адвокат позивача, *bailiff* – пристав.

3. Спеціально-технічні терміни – це ті терміни, які мусять бути дохідливими юристові, котрий усвідомлений в інших аспектах і в інших галузях термінології. Наприклад: *lease contract* – лізинговий контракт, *exchange* – біржа, *licensee* – ліцензіат.

Юридична термінологія – історично сформована сукупність термінів, яка виражає систему правових понять і призначена забезпечувати специфічні потреби спілкування у сфері законодавства, юридичної науки і практики [6]. Сучасна українська юридична термінологія – це складна, широко розгалужена, відкрита система найменувань правових явищ, понять, інститутів, категорій [7]. Адекватний переклад правових понять, насичених скомпонованою термінологією – це абсолютно реалізована задача, все що необхідно – це обізнаність у групуванні понять, засіб їх формування й спосіб перекладу.

Система термінів юриспрудентської термінології інтернаціональна, що спричиняє можливість користуватися масою слів з англійського резерву як основою словотвірних меж. При точному перекладі терміну найкраще розуміти його словотвірну структуру й форму конструкції. Невідповідною дією в юридичній термінології виявляється: полісемія, схожість, повторення, неоднорідність, омонімія та стилістичний колорит.

При перекладі юридичної термінології користуються такими способами перекладу: пошук словникового еквіваленту, використання транскрипції, описовий переклад, уточнення, прийом транскрибування тощо.

Перший спосіб – пошук словникового еквіваленту. Термін, що перекладається, може бути терміном з одно еквівалентною одиницею, так і терміном з багатим і насиченим еквівалентом. Наприклад: *denunciator* – денунціатор, *collateral evidence* – непрямий доказ, *criminalist* – криміналіст, *borstal institution* – колонія неповнолітніх злочинців, *broadmoor institution* – бродмур, *prolicide* – дітовбивство, *length of commitment* – тривалість арешту, *clandestine market* – підпільна торгівля, *sound law* – діючий закон. Провівши пошук словникового еквіваленту, можна зробити підсумок, що наведені приклади належать до термінів з одним еквівалентним підрозділом. Наступні приклади належать до термінів з багатим еквівалентом, а саме: *accused* – підсудний, звинувачувати, викривальник; *probe* – розслідувати, датчик тиску, космічна ракета; *warrant* – процентний купон, дозвіл, гарантія, заступник; *apprehended* – передчувати, усвідомлювати, заарештований, передбачити тощо.

Другий спосіб перекладу термінів – транскрибування. Прийом транскрибування – передача літерами рідної мови звучання англійського слова [3]. Наприклад: *investigation* – інвестігейшен (розслідування), *criminal investigator* – кримінал інвестігейте (слідчий у кримінальних справах), *substitution* – сабстист'юшен (субституція), *final act* – файнл акт (заклучний акт), *legitimate* – леджітімет (закононароджений).

Наступний спосіб – спосіб перекладу. До цього методу удаються тоді, коли неможливо послугуватися ніяким з вищезгаданих способів. Принципом цього перекладу є те, що переклад має ретельно віддзеркалювати головну суть твердження. Наприклад: *substitutions among inputs* перекладається як «заміщення одних витрат іншими»; *juvenile criminal prosecution* – кримінальне

переслідування неповнолітнього; *interlocal criminal law* – інтервокальне кримінальне право; *exclusive fishery zone* – виняткова рибальська зона; *due course of law* – належна правова процедура.

Четвертий метод, який ми досліджували – це використання транскрипції. Транскрипція англійської мови – це набір спеціальних фонетичних символів, що передають запис звучання букви або слова, і є ключем до правильного прочитання [9]. Наприклад: *conceal* – [kən'si:l] (приховувати), *inmate* – ['m.meɪt] (в'язень), *dereliction* – [ˌder.ə'lik.ʃən] (дерелікція), *mercenary* – ['mz: .sən.rɪ] (наймана вбивця).

П'ятий спосіб – уточнення. Уточнення – це надання конкретного значення, опису дії з більшим навантаженням лексичних і семантичних засобів. *Prepare clues using medical gloves for that would not damage the finger prints of the suspects* – Підготуйте докази, використовуючи медичні рукавички для того, щоб не пошкодити відбитки пальців підозрюваних. *Point the lock on the fingerprint examination to establish the circumstances that would be to find out how a way to crack the door* – Направте замок на дактилоскопічну експертизу для встановлення обставин, що б з'ясувати яким способом зламані двері.

Отже, дослідивши всі п'ять способів перекладу юридичної термінології, ми прийшли до висновку і вважаємо, що найбільш актуальним, точним, поширеним способом є перший метод вивчення – це пошук словникового еквіваленту. Цей прийом дозволяє розрізнити та вивчати, які саме слова позначають різні значення не тільки в юридичній сфері, але й в інших галузях науки, що без сумніву впливає на словниковий запас у житті людини.

#### Список використаних джерел:

1. Зубков М. Г. Сучасна українська ділова мова: підручник, 4-те видання / М. Г. Зубков. – Харків : Торсінг, 2003 – 448 с.
2. Карабан В. І. Переклад англійської наукової та технічної літератури: лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні труднощі: підручник/ В. І. Карабан. – Вінниця : Нова книга, 2001 – 304 с.
3. Карабан В. І. Теорія і практика перекладу з української мови на англійську мову: посібник-довідник / В. І. Карабан. – Вінниця : Нова книга, 2003 – 126 с.
4. Карабан В. І. Українсько-англійський юридичний словник / В. І. Карабан. – Вінниця : Нова книга, 2003- 976 с.
5. Кияк Т. Р. Теорія і практика перекладу: підручник/ Т. Р. Кияк, А. М. Науменко, О. Д. Огуй. – Вінниця : Нова книга, 2006 – 249 с.
6. Копейчиков В. В. Загальна теорія держави і права: навчальний посібник / В. В. Копейчиков. – Київ : Юрінком Інтер, 2000 – 320 с.
7. Копейчиков В. В. Правознавство: навчальний посібник / В. В. Копейчиков. – Київ : Юрінком Інтер, 2004 – 480 с.
8. Мацюк З. Українська мова професійного спілкування: навчальний посібник, 4-те вид. / З. Мацюк, Н. Станкевич. – Київ : Каравела, 2011 – 352 с.
9. Федоришин М. Англо-український словник з українською транскрипцією / М. Федоришин. – Львів : БаК, 2009 – 237 с.
10. Шевчук С. В. Українська мова за професійним спрямуванням: підручник / С. В. Шевчук, І. В. Клименко. – Київ : Алетта, 2010 – 696 с.
11. Щемшученко Ю. С. Великий енциклопедичний юридичний словник / Ю. С. Щемшученко. – Київ : Юридична думка, 2012 – 1020 с.

12. Англо-російські словники [Електронний ресурс] / Російсько-англійський юридичний словник 2010-2016. – Режим доступу: <http://slovar-vocab.com/russian-english/juridical-dictionary.html>
13. Сервіси і матеріали для вивчаючих англійську мову [Електронний ресурс] / Транскрипція, вимова і переклад англійських слів онлайн. – Режим доступу: <http://myefe.ru/anglijskaya-transkriptsiya.html>.
14. Електронний словник Мультиран [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.multitran.ru/c/m.exe?a=1>

### **Hanna Pylypenko. Peculiarities of English legal terms rendering into Ukrainian**

The article is devoted to the problem of English legal term rendering and translation into Ukrainian. The author defines the notion of term, its classification according to structure, level of specialization, features of understanding. On the examples of legal terminology the ways of terms translation are analyzed, the most widespread are defined.

**Key words:** term, specialization, translation, transcription, concretization.

УДК (81'25:[81'373.46-029:] = 811.111 = 811.161.2) - 021.475.4(045)

**Наталія Плис**

студентка

Донецький національний університет економіки

і торгівлі ім. М. Туган-Барановського

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: Д. В. Фурт

### **СКЛАДНОЩІ ПЕРЕКЛАДУ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕРМІНІВ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ НА УКРАЇНСЬКУ**

У статті розглянуто методи і прийоми які використовуються для перекладу простих і складних термінів. Розглянуто деякі труднощі та особливості перекладу економічних термінів з англійської мови на українську. Матеріалом дослідження слугували терміни, які вживаються здебільшого в бізнес-мові. Проаналізовано структурне та змістовне значення економічних термінів.

**Ключові слова:** економіка, термін, економічний текст, термінологія, багатозначні економічні терміни.

Вітчизняні та зарубіжні лінгвісти підкреслюють роль, яку переклад відіграє у розвитку культури, економіки, літератури та мови. Природно, що переклад відіграє величезну роль і в науці, а конкретно в перекладі термінів в науковому світі.

У процесі глобалізації, поширенні торгівельних та політичних зв'язків, переходу деяких країн на ринкову економіку, виникає необхідність якісного перекладу економічних термінів українською мовою.

Економічна мова – це мова сучасного ділового світу та ринкової економіки, тому вона потребує якісного і змістовного перекладу.

Труднощі перекладу з англійської мови на українську економічних термінів вивчали такі вчені як: В. Карабан, Л. Верба, К. Сухенко, Й. Шевченко, В. Коптілов, Н. Раєвська та багато інших.

Метою даної статті є узагальнення досліджень щодо особливостей перекладу англійських економічних термінів українською мовою.

У своїй роботі Й. Багмут визначає термін як емоційно нейтральне слово чи словосполучення, яке вживається для точного вираження понять та назв предметів. Передача англійських термінів українською мовою вимагає знання тієї галузі, якої стосується переклад, розуміння змісту термінів англійською мовою і знання термінології рідною мовою. При передачі науково-технічної та економічної літератури з англійської мови на українську важливе значення має взаємодія терміна з контекстом, завдяки чому виявляється значення слова [1, с. 58].

Нерозривний зв'язок економічних понять та відповідних термінів виявляється у тому, що впорядкування економічної термінології неможливо без досить глибокої наукової розробки економічних понять, їхнього логічного аналізу і точного визначення. Як відзначав академік В. Виноградов, спроби упорядкування термінів без попереднього аналізу понять, що ними виражаються, залишаються безрезультатними [2, с. 87].

Усі терміни по своїй будові поділяються на:

- 1) прості, які складаються із одного слова: bond – облігація;
- 2) складні, які складаються з двох слів і пишуться разом або через дефіс: charge-off – «амортизація»;
- 3) терміни-словосполучення, які складаються із декількох компонентів: specific performance – реальне виконання [3, с. 35].

Основною проблемою перекладу з англійської мови на українську є саме терміни-словосполучення, тому що вони складають більшість економічних термінів.

У процесі перекладу терміну визначають 2 етапи:

- 1) з'ясування значення терміну у контексті;
- 2) переклад значення рідною мовою [3, с. 43].

Переклад складних термінів складається з двох основних процедур – аналітичної та синтетичної. Велику роль при перекладі словосполучень відіграє саме аналітичний етап – переклад окремих його компонентів. А для цього необхідно правильно визначити компоненти складного терміна, оскільки ними можуть бути не тільки слова, а й словосполучення, що входять до складу складного терміну. Важливо також встановити, в яких семантичних відносинах перебувають компоненти між собою та з головним компонентом терміна-словосполучення. Характер цих відносин й визначає порядок та сам зміст перекладу складного терміну. Синтетичний етап перекладу передбачає вибудування компонентів в залежності від зазначених семантичних відносин і отримання остаточного варіанту перекладу складного терміну [4, с. 85].

Можна виділити такі основні методи перекладу складних економічних термінів та термінів-словосполучень:

Метод опису – передача слова за допомогою поширеного пояснення значення англійського слова. Цей прийом вживається як у випадку відсутності відповідного за значення слова в рідній мові, так і при поясненні слова у словнику. Прикладом цього методу можуть слугувати такі слова:

*entitlement* – право; документ, який надає право;

*account* – несплачена боргова вимога;

*deficit of current accounts* – дефіцит поточних статей платіжного балансу.

Метод калькування – переклад англійського слова чи словосполучення за його частинами з наступним складанням цих частин. Такий переклад відтворює англійське слово дослівно:

*multiple accredit* – множинне акредитування;

*effective yield* – реальний прибуток;

*execute payment* – здійснювати платіж.

Метод транскрибування – передача літерами рідної мови звучання англійського слова:

*XXX Company Limited* – XXX Кампені Лімітед.

Метод, переклад якого здійснюється за допомогою використання різних прийменників:

*accreditee person* – особа, в присутності якої виконується акредитування;

*enclose with (in) a letter* – додавати до листа;

*draw up the budget* – підготувати бюджет [5, с. 56].

Найбільш складними для перекладу є терміни, які мають різні значення не тільки у різних галузях науки і техніки, а й навіть в одній галузі.

*Notice* – 1) попередження, повідомлення, заява, сповіщення, попереджати, сповіщати; 2) сповіщення про готовність судна до завантаження; нотіс; 3) знання, обізнаність.

*Charge* – 1) обтяження річчі, заставне право, обтягувати заставою; 2) забов'язання, відповідальність; покладати відповідальність; 3) розпорядження, вимога, доручення; доручати, вимагати; 4) обвинувачення, пункт обвинувачення; звинувачувати; 5) аргументування в позовній заяві у спростуванні передбачуваних доводів відповідача; 6) письмова деталізація вимог сторони стосовно заведеного діла; 7) завершальне звернення судді до присяжних (перед вимовою вердикту); 8) звертання стягнення; 9) завідування, керівництво, ведення, піклування; 10) особа, що знаходиться на піклуванні; 11) ціна; витрати; нарахування; збори; пільги; назначати ціну; покладати витрати на когось.

*Account* – 1) рахунок; розрахунок; 2) належний платіж; несплачена боргова вимога; 3) звіт; робити звіт; пояснювати; 4) позов з вимогою до звіту; 5) відповідати; нести відповідальність.

Слова, які мають кілька словникових відповідностей, варіантів, аналогічних йому за значенням, перекладається шляхом відбору варіанта-



аналога, який найточніше передає значення терміна у залежності від слів, які знаходяться у тісному зв'язку з даним словом.

Отже, можна сказати що економічні терміни мають такі самі шляхи перекладу з англійської мови на українську як і всі інші наукові терміни. Головною проблемою перекладу економічних термінів та термінів-словосполучень є їхня багатозначність не тільки серед різних галузей науки, але й всередині самої економічної галузі тексту. Точне значення терміна в даному випадку можна виявити лише за допомогою контексту та інших термінів, що пов'язані між собою у терміні-словосполученні.

#### **Список використаних джерел:**

1. Багмут Й. А. Проблеми перекладу суспільно-політичної літератури українською мовою / Й. А. Багмут. – К. : НД, 2015. – 201 с.
2. Борисова Л. В. Лексичні труднощі перекладу науково-технічної літератури з англійської мови на російську / Л. В. Борисова. – М. : ВЦП, 2003. – 135 с.
3. Верба Л. Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов / Верба Л. Г. – вид. «Нова книга», 2013. – 203 с.
4. Коптілов С. Теорія і практика перекладу / С. Коптілов. – Київ, 2013. – 185 с.
5. Карабан В. Теорія і практика перекладу з української мови на англійську мову / В. Карабан. – Вінниця, 2013. – 126 с.

#### **Nataliia Plys. Difficulties in translation of English economic terms into Ukrainian**

The article considers the methods and techniques which are used for translation of simple and complex terms. Discusses some of the difficulties and peculiarities of translation of economic terms from English into Ukrainian. The research is based on the terms used mostly in the business language. The structural and substantial importance of economic terms.

**Key words:** Economics, the term economic text, terminology, polysemantic economic terms.

УДК 81'33-027.2-047.44(045)

**Олексій Поляков**

студент

Донецький національний університет економіки і

торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: Д. В. Фурт

#### **АНАЛІЗ ФУНКЦІЙ ПРИКЛАДНОЇ ЛІНГВІСТИКИ**

У статті здійснено аналіз функцій прикладної лінгвістики пов'язані з автоматизованим підходом до вирішення завдань, які стоять перед лінгвістичною наукою. Розкривається роль моделювання як методу дослідження. В результаті дослідження відзначається основна відмінність об'єктів і цілей досліджень в кожній області.

**Ключові слова:** лінгвістика, прикладна лінгвістика, системи аналізу, машинний переклад, предмет, метод, дослідження.

Актуальність даного дослідження зумовлена нагальними проблемами прикладної лінгвістики, пов'язаними, зокрема, з машинним перекладом і вдосконаленням автоматичних систем розпізнавання тексту та із загостренням інтересу до контрактивних досліджень в різних областях сучасної лінгвістики.

Метою нашого дослідження є з'ясувати функції прикладної лінгвістики та її місце серед інших наукових дисциплін.

Лінгвістику умовно можна поділити на теоретичну, чи як її ще називають «наукова лінгвістика», або «теорія мовознавства», і прикладну (практичну) лінгвістику, яка в найбільш загальному вигляді визначається як діяльність за додатком наукових знань про пристрій і функціонування мови в різних нелінгвістичних наукових дисциплінах, в різних сферах практичної діяльності людини, а також теоретичне осмислення такої діяльності.

Таке розуміння терміна «прикладна лінгвістика» є більш широким; поряд з ним існує і ряд більш вузьких, які розрізняються в різних наукових і національних традиціях (українські та західні). Наприклад, в західній лінгвістиці (*applied linguistics, angewandte Linguistik*) цей термін пов'язується насамперед з викладанням іноземних мов, включаючи методику викладання, особливості опису граматики для навчальних цілей, викладання рідної та іноземної мов тощо.

В СРСР термін «прикладна лінгвістика» став широко вживатися в 50-ті роки у зв'язку з розробкою комп'ютерних технологій і появою систем автоматичної обробки інформації (систем машинного перекладу, систем інформаційного пошуку, автоматизованих систем обробки тексту та ін.). Саме тому в літературі замість терміна «прикладна лінгвістика» в тому ж значенні часто використовуються терміни «комп'ютерна лінгвістика», «обчислювальна лінгвістика», «автоматична лінгвістика», «інженерна лінгвістика»; між тим ототожнення цих дисциплін не коректне, оскільки кожна має свій предмет і методи роботи в рамках прикладної лінгвістики.

В. Звєгінцев, обговорюючи співвідношення теоретичної та прикладної лінгвістики, писав, що під прикладною лінгвістикою найчастіше розуміють всі види автоматичної обробки мовної інформації (*Language-data Processing*) – машинне розпізнавання усного мовлення, машинний переклад, автоматична класифікація технічних та інших документів, автоматичне анотування текстів, автоматичне кодування тощо. Але замикати прикладну лінгвістику в межах даної проблематики було б невірним рішенням [1].

У даний час найпопулярнішим є саме широкий погляд на проблематику прикладної лінгвістики. Широта проблематики пояснює «здатність» прикладної лінгвістики суттєво збільшувати й активізувати контакти лінгвістики з найрізноманітнішими науками. Міждисциплінарні дослідження функціонування мови мають вирішальний вплив на лінгвістичну теорію, сприяючи оновленню концептуального апарату сучасного мовознавства.

В даний час прикладна лінгвістика розуміється як діяльність, що додається до галузі наукових знань про пристрій і функціонування мови в нелінгвістичних наукових дисциплінах і в різних сферах практичної діяльності людини, а також теоретичне осмислення такої діяльності [2].

Об'єкт дослідження прикладної лінгвістики – аналіз мови в його природному стані в процесі використання людьми в різних ситуаціях спілкування, а також аналіз того, як особливості мови можуть бути сформульовані.

Предмет дослідження прикладної лінгвістики – конструктивне пізнання системних принципів устрою мови, розробка та вдосконалення структурних і формальних методів аналізу і опису мови.

Спочатку прикладна лінгвістика реалізовувала ідеї і теорії загального мовознавства. У наші дні, однак, існує наступний поділ: класичні лінгвістичні дослідження займаються описом і вивченням мови на рівні прямого спостереження (наприклад, сприйняття мови), а прикладна лінгвістика займається граничною деталізацією мови на рівні важко-спостережуваних і неспостережуваних лінгвістичних об'єктів (наприклад, морфемний рівень, синтаксичний рівень).

Перша методологічна функція прикладної лінгвістики по відношенню до теоретичного мовознавства полягає у виробленні критеріїв істинності в процесі пізнання об'єктивної лінгвістичної дійсності: від живого споглядання до абстрактного мислення, і від абстрактного мислення до практики.

Існує кілька етапів лінгвістичного пізнання:

1. Емпіричні розділи лінгвістики: діалектологія, історія мови, описова фонетика, лексикологія, граматики здійснюють накопичення та первинну обробку мови і мовних фактів.

2. Теоретична лінгвістика узагальнює і гіпотетично осмислює всі ці факти, створює теоретичні концепції мови і текстотворення.

3. Прикладна лінгвістика перевіряє на практиці (найчастіше, методом моделювання) спроможність гіпотез загального мовознавства. А для створення моделі мови стає необхідна пояснювальна сторона – тобто знання того, як функціонує мова. Інженерно-лінгвістичне моделювання є надійним методом реалізації лінгвістичної теорії і засобом перевірки їх строгості та життєздатності, тим самим замикаючи зв'язок між лінгвістичною теорією і практикою.

Друга методологічна функція прикладної лінгвістики: інженерно-лінгвістичне моделювання; переносячи мову на незвичний для неї субстрат, оголює прихований від прямого спостереження теоретичний парадокс і окреслює шляхи його вирішення.

Третя методологічна функція: прикладна лінгвістика є тим каналом, через який здійснюється обмін ідеями і методами між мовознавством і природно-технічними науками. Цей обмін має двосторонній характер: нові математичні та кібернетичні ідеї закладаються в основу лінгво-математичних та інженерно-лінгвістичних моделей, а з них переносяться в теоретичне мовознавство. Наприклад, використання теорії інформації та математичної статистики для вирішення суто лінгвістичних завдань [3].

Сучасним природничим наукам притаманний підвищений інтерес до методів гуманітарних знань. Фахівці з обчислювальної техніки найчастіше звертаються до лінгвістики, тому що потребують розробки мов програмування,

а також організації зручних форм спілкування людини і машини. Навіть математики запозичують деякі ідеї з лінгвістики для створення нових математичних концепцій (наприклад, теорія нечітких лінгвістичних множин та алгоритмів, а також математична теорія контекстно вільних мов були створені під впливом ідей граматики Н. Хомського).

Компонентами прикладної лінгвістики вважаються:

- теорія і практика перекладу машинного перекладу;
- теорія і практика створення інформаційно-пошукових систем;
- соціолінгвістика;
- теорія впливу і теорія аргументації;
- політична лінгвістика;
- лексикографія, в тому числі автоматична;
- комп'ютерна лінгвістика;
- лінгвістична кримінологія;
- психолінгвістика;
- квантитативна лінгвістика;
- створення штучних мов;
- анотація, реферування і класифікація текстів;
- розпізнавання символів тексту [4].

Серед основних дослідницьких завдань прикладної лінгвістики можна виділити наступні:

1. Створення лінгво-процесорів – систем автоматичного аналізу та синтезу мови і текстів природною мовою, розробка основних компонентів лінгво-процесора: морфологічного, семантичного і синтаксичного аналізаторів.

- Синтаксичний аналізатор – враховує синтаксичну інформацію, лексичну інформацію, сполучуваність, семантику, валентності слів тощо. В результаті – побудова графіку залежностей. Результатом є побудова графіку залежностей.

- Семантичний аналізатор – здійснює перехід до глибинної семантико-синтаксичній структури речення після використання правил синтаксичного перефразування. Результатом є складання семантичної мережі та її зіставлення з базою даних автоматичних інформаційних систем.

2. Машинний переклад – побудова плану вираження на основі плану змісту на різних природних мови; в ідеалі, взагалі без участі людини.

3. Прикладна лексикологія і машинна лексикографія – автоматичне складання словників для розробки автоматичних інформаційно-пошукових систем машинного перекладу створення частотних словників, слово указників, конкордансами, термінологічних баз даних, машинних словників та енциклопедій.

4. Системи автоматичного аналізу та синтезу мови, тобто розробка природньо-мовного інтерфейсу; розпізнавання мови вимагає залучення всіх рівнів мови.

5. Автоматичні системи навчання – спрямовані на підвищення якості та ефективності навчання [5].

Таким чином, з функціональної точки зору бачимо, що прикладна лінгвістика може бути визначена як наукова дисципліна, в якій вивчаються і розробляються способи оптимізації функціонування мови. Функції мови задають точки відліку для класифікації величезної галузі застосування лінгвістичних знань. Оптимізацією комунікативної функції займаються такі дисципліни, як теорія перекладу, машинний переклад, теорія і практика викладання рідної та нерідної мови, теорія і практика інформаційно-пошукових систем, створення інформаційних і штучних мов, теорія кодування.

#### Список використаних джерел:

1. Звегинцев В. А. О предмете и методе лингвистики / В. А. Звегинцев. – Выпуск № 4. – 1976.
2. Вендіна Т. І. Вступ до мовознавства. 2-га публ. / Т. І. Вендіна Т. – М. : Вища школа, 2005.
3. Кочерган М. П. Вступ до мовознавства / М. П. Кочерган. – К. : Академія, 2000.
4. Фердінан де Сосюр. Курс загальної лінгвістики / Пер. з фр. – К. : Основи, 1998.
5. Прикладна лінгвістика [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lomonosov-fund.ru/enc/ru/encyclopedia:01206:article>

#### **Oleksiy Poliakov. Applied linguistics functions analysis**

The applied linguistics functions related to automated approach to solving problems facing linguistic science are analyzed. The role of modeling as a method of research is disclosed. The main difference between the objects and purposes of research in each area is defined.

**Key words:** linguistics, applied linguistics, systems analysis, machine translation, object, method study.

УДК 811.112.2:81'373.46-029:33(045)

**Тетяна Попозгло**

студентка

Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: А. І. Покулевська

### **ЕКОНОМІЧНА ТЕРМІНОЛОГІЯ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ**

В статті досліджується економічна термінологія німецької мови на прикладі німецької газети «Der Tagesspiegel». Дається визначення поняття «термін», розглядаються різні види термінів та терміносистем та процес формування нових термінів.

**Ключові слова:** економічна термінологія, термін, терміноодинаця, терміносистеми, німецькі газети

Термінологія відіграє велику роль у нашому житті і посідає у ньому не менш важливе місце. Адже становлення відносин у суспільстві на макро- та мікрорівнях відбувається за допомогою термінів, які можуть бути як загальноживаними так і вузькоспеціальними. За допомогою них можна легко орієнтуватися у тих чи інших ситуаціях, які постали перед окремою людиною, або цілим світом. Деякі терміни залишаються незмінними у розкритті свого поняття, а інші постійно змінюються і набувають вже нових значень. Все це

відбувається під впливом суспільства та невинного розвитку науки та техніки. На сучасному етапі інтеграції України з багатьма країнами, у тому числі у напрямку «Євросоюз – Україна», постала необхідність досконалого знання іноземних мов. І тому, зокрема, дуже велику увагу слід приділяти вивченню сучасної економічної термінології, яка формує собою основну частку сукупності термінів і з кожним роком інтенсивно зростає. Вона є важливим засобом комунікації та шляхом усунення бар'єрів для оволодіння специфікою певних економічних галузей. Економічна термінологія німецької мови або німецька мова економіки (Wirtschaftsdeutsch) є дуже багатогранною та поширеною у всьому світі. Але часом виникають труднощі під час перекладу термінів з німецької на українську мову. Тому її дослідження є дуже актуальним на сьогоднішній час. Більш глибоке ознайомлення і аналіз економічна термінологія Німеччини надасть можливість побачити процеси утворення термінів та їх подальшу систематизацію.

Дослідженням термінології у цілому займалися такі вчені як О. Винокур, А. Реформатський, О. Ахманова, Т. Кияк, И. Квитко, В. Даниленко, Н. Котелова, С. Гринев, С. Горст, Ю. Больтен, Р. Бульман, В. Фляйшер, І. Барц та інші. Питання економічної термінології Німеччини вивчали та досліджували такі науковці як А. Онищенко, С. Дружбяк, С. Вовчанська, М. Кузів та інші.

Метою дослідження є розкриття таких понять як «термін», «термінологія», «економічна термінологія»; визначення особливостей словотворення сучасної німецької економічної термінології та аналіз її вживання на прикладі німецької газети «Der Tagesspiegel».

Терміни завжди несуть у собі певну інформацію. Вони свого типу архів даних який отримує, зберігає та передає інформацію, кому це необхідно. Значення слова «термін» можна визначити як мовний знак, що репрезентує поняття певної фахової сфери, яке включено до відповідної галузі знань і характеризується системністю, інформативністю, моносемічністю. Загальновизнаною відмінністю терміна від не-терміна є його фаховість – позначення науково окресленого й чітко сформульованого поняття як елемента певної галузі знання [1]. З цього можна зробити висновок, що терміни несуть у собі чітку інформацію без зайвих елементів. Терміни певної галузі знань утворюють терміносистеми. Терміносистема формується не разом із формуванням певної науки, а відповідно до етапів формування теорії або теорій цієї науки. Кожна терміносистема бере свій початок у термінології, яку має кожна галузь науки, техніки, виробництва, мистецтва.

Термінологія розглядається як підсистема лексики загальнолітературної мови, що забезпечує здійснення спеціальної професійної комунікації та характеризується екстралінгвально зумовленою ієрархічною організацією [2]. Інакше кажучи термінологія – це вся сукупність термінів, що складається стихійно у певній галузі наукового знання.

Під економічним терміном ми розуміємо слово або словосполучення, що відображає реалії суспільно-виробничих відносин, які характеризують економічний лад суспільства [3]. Тобто економічний термін повинен містити

чітко розгорнуту дефініцію, яка буде відображати поняття в межах певної економічної галузі, або діяльності.

Економічна термінологія німецької мови має чітку ієрархічну систему і тому займає провідне місце у сучасній літературній німецькій мові. До терміносистеми німецької економічної мови залежно від ступеня спеціалізації значення можна віднести:

1. Загальнонаукові терміни, які використовуються в різноманітних фахових областях: *die Funktion, das System, die Analyse, der Sektor, die Strategie* тощо. Вони складають загальний поняттєвий фонд різних наук та мають найбільшу частоту застосування.

2. Вузькоспеціальні терміни: *das Privatunternehmen* – приватне підприємство; *das Einzelunternehmen* – одноосібне підприємство, *die Amortisation* – амортизація, *die Aktiva* – актив тощо. У цих термінах зосереджена специфіка кожної науки.

3. Терміни-аббревіатури та скорочення: «GD» (*Grunddaten* – основні дані), «PLK» (*Plankosten* – планові витрати), «SK» (*Selbstkosten* – собівартість), «KST» (*Kostenstelle* – місце виникнення витрат), «StdL» (*Stundenlohn* – заробітна плата за годину) тощо.

Словотвір – невід’ємна частина шляху до формування нових термінів. Зазвичай цей процес відбувається за наявності вже існуючих мовних одиниць, таких як морфеми, слова та словосполучення. Важливою ознакою щодо утворення терміна є чітка дефініція. Нові одиниці загальноновживаної лексики її не потребують. Нижче можна побачити як саме йде утворення терміна у німецькій економічній мові:

- Кореневі: *der Markt, die Bank, das Werk, die Börse, das Recht, das Geld*.

- Похідні (утворені шляхом афіксації): твірна основа іменника + нім. суфікс: *Schlüssel, Pressling, Bereitschaft, Erzeugnis, Wirtschaft*; твірна основа іменника + запозич. суфікс: *Projektant, Maschinist, Inflation, Fundament*; твірна основа іменника + напівсуфікс: *Fuhrmann, Tragwerk, Hebezeug*; твірна основа іменника + нім. префікс: *Gebilde, Missstand*; твірна основа іменника + нім. напівпрефікс: *Gegengewicht, Hinterwand*; твірна основа іменника + запозич. префікс: *Polyvalenz, Ultraschall*; префікс + твірна основа іменника + суфікс: *Verkäufer*.

- Складні: *die Bundesobligation, der RegalgroBhandler, Energiegewinnung, Investitionsguter, Schwachstelle, Direktbeziehung*.

- Усічені: *Verlust- und Gewinnkonto, Gewinn-und Verlustrechnung*.

- Запозичені: *das Marketing-Research, das Banking-System*.

- Аббревіатури: *EDV – Elektronendatenverarbeitung, Bank-AG – Aktienbank*.

Також терміни можуть утворюватися за допомогою різних частин мови, таких як прийменник (*das Aufgeld* – надбавка; *die Unternehmung* – підприємство), дієслово (*der Schleuderpreis* – демпінгова ціна; *der Kostenanschlag* – розрахунок (план) витрат), прислівник (*das Guthaben* – кредит, актив) та прикметник (*der Schwarzhandel* – нелегальна торгівля). Вони формують складні слова, в той час як в українській термінології для утворення термінів використовують словосполучення [4].

Якщо розглядати використання економічних термінів у сучасній інформаційній пресі, то можна зауважити, що в останній час кількість їх вживання значно зросла. На даний момент активно функціонує ряд різних економічних терміноодиниць. Найзагальнішими є дві групи: терміни, що вживаються в прямому значенні та переносному. За допомогою спеціалізованих понять, що використовуються у текстах економічного спрямування, автори надають змогу читацькій аудиторії легше сприймати інформацію, тим самим більше розташовуючи до себе їх увагу. Більше всього зустрічається вживання термінів у прямому значенні. В газетних та журнальних текстах вони вживаються у двох варіантах – з розкриттям їхньої суті або без нього. Загальнозрозумілими і часто вживаними термінами економіки є такі як *der Preis* – ціна, *die Währung* – валюта, *das Unternehmen* – підприємство, *das Deposit* – вклад, *die Exporte* – експорт, *die Firma* – компанія, *die Finanz-Nachrichtenagentur* – фінансове інформаційне агенство, *die Gesamtsumme* – загальна сума та ін.

Побачити використання цих термінів можна в уривках зі статей німецької газети «*Der Tagesspiegel*», які наведені нижче:

1) Allein im ersten Quartal sind die Exporte nach Großbritannien um 16 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum gestiegen. Jetzt fürchten die Unternehmen vor allem die lange Unsicherheit: Bis sich Großbritannien mit der EU einigt, zu welchen Bedingungen britische und europäische Firmen künftig handeln können, werden zwei Jahre vergehen oder mehr [5].

2) Die Aufarbeitung des Diesel-Skandals in den USA könnte für Volkswagen laut Kreisen deutlich teurer werden als bisher erwartet. Die Gesamtsumme eines anstehenden Vergleichs mit privaten Klägern und Behörden belaufe sich mittlerweile auf mehr als 15 Milliarden US-Dollar und damit 5 Milliarden Dollar mehr als zuletzt erwartet, schrieb die Finanz-Nachrichtenagentur Bloomberg am späten Montagabend unter Berufung auf mit der Angelegenheit vertraute Personen [6].

Отже, досліджуючи поставлену мету, ми розкрили поняття слів «термін», «термінологія», «економічний термін», а також визначили особливості словотвору сучасної німецької економічної термінології та зробили аналіз її вживання. Проаналізувавши німецьку газету «*Der Tagesspiegel*», можна висновувати, що у більшості статей використовуються як кореневі терміни, так і похідні. Також без уваги не залишається використання складних, запозичених та усічених термінів. Популярності у вживанні набувають і терміни-аббревіатури. Німецька мова економіки є дуже складною та багатогранною. Щоб правильно її розуміти, треба розрізняти, яким чином та за допомогою чого відбувається формування нових термінів. Знання економічної термінології дуже важливе, але не слід залишати без уваги, що при перекладі значення слова можна визначити за допомогою словника, або компонентами складеного терміна.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кияк Т. Р. Лингвистические аспекты терминоведения: учеб. пособ. / Т. Р. Кияк. – М-во высш. и сред. спец. образования УССР. – К. : УМКВО. – 1989. – 103 с.
2. Квитко И. С. Термин в научном документе / И. С. Квитко. – Л. : Вища шк. – 1976. – 128 с.



3. Дружбяк С. В. Фахова мова економіки в лексико-семантичній системі німецької мови / С. В. Дружбяк. – Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – № 17. – 2009. – С. 107-111.
4. Линднер В. Б., Глен-Шестакова Н. В. Немецко-русский словарь / В. Б. Линднер, Н. В. Глен-Шестакова. – М. : Русский язык. – 1980. – 528 с.
5. Berliner Unternehmer und Angestellte sind verunsichert [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/nach-der-brexit-entscheidung-berliner-unternehmer-und-angestellte-sind-verunsichert/13788268.html>
6. Vergleich in USA könnte für VW 5 Milliarden Dollar teurer werden [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/abgasskandal-bei-volkswagen-vergleich-in-usa-koennte-fuer-vw-5-milliarden-dollar-teurer-werden/13797656.html>

### **Tetjana Puposglo. Wirtschaftsterminologie der deutschen Sprache**

Im Artikel wird Wirtschaftsterminologie der deutschen Sprache in der deutschen Zeitung «Der Tagesspiegel» untersucht. Hier wird eine Definition des Begriffes „Fachwort“ gegeben, werden verschiedene Arten von Fachwörtern und Fachwortsystemen und den Prozess der Bildung neuer Fachwörter untersucht.

**Stichwörter:** Wirtschaftsterminologie, Fachwort, Fachwortsystem, Terminologie, deutsche Zeitungen

УДК 81' 373.611:(81' 373.46-029:[339.138:81.111])(045)

**Олена Сосідко**

студентка

Донецький національний університет економіки  
і торгівлі ім. М. Туган-Барановського  
м. Кривий Ріг, Україна  
Науковий керівник: К. О. Новікова

## **СПОСОБИ СЛОВОТВОРЕННЯ В АНГЛІЙСЬКІЙ МАРКЕТИНГОВІЙ ТЕРМІНОЛОГІЇ**

Стаття присвячена дослідженню економічної термінології, її структурно-семантичної парадигми на матеріалі термінів, які вживаються в області маркетингу. Робота спрямована на дослідження сучасних тенденцій розвитку мови в сфері формування термінології, способів термінотворення.

**Ключові слова:** термін, термінологія, термінотворення, маркетинг, лексико-семантичний спосіб, морфологічне словотворення, синтаксичний спосіб.

У зв'язку з розвитком економічної ситуації цілком природно, що кількість термінів, які позначають фундаментальні і прикладні поняття маркетингової діяльності людського суспільства зростає. У роботі представлені структурні особливості економічних термінів даної терміносфери.

Мета даної роботи полягає в лінгвістичному дослідженні і описі джерел формування, способів термінотворення, структурно-семантичних і функціональних властивостей терміносистеми економіки галузі «Маркетинг».

Питання термінології також досліджували у своїх працях такі вчені як К. Авербух, Г. Винокур, Б. Головін, В. Даниленко, Д. Лотте, Е. Скороходько, О. Суперанська, тощо.

У наш час визначення поняття «термін» не є одностайним. Б. Головін дає таке визначення: «Термін – слово чи словосполучення, що має професійне поняття й застосовується в процесі (і для) пізнання та освоєння певного кола об'єктів і відношень між ними – під кутом певної професії» [2].

Е. Скороходько вважав, що «термін – це слово чи усталене словосполучення, яке виражає спеціальне поняття науки, техніки або іншої галузі людської діяльності та має дефініцію, яка розкриває ті ознаки цього поняття, що є релевантними саме для цієї галузі» [5].

В. Даниленко висунув думку, що термін – це слово чи словосполучення із певною сферою вживання, що є найменуванням спеціального поняття і вимагає дефініції [3].

Тож, можна зробити висновки, що терміном може бути будь-яке слово, у якого є чітко окреслена дефініція, яка обмежує сферу його вживання.

Терміносистема – це система термінів у певній галузі/підгалузі наукового або технічного знання, що обслуговує наукову теорію або наукову концепцію [7].

Термінологія (як сукупність термінів) становить автономний сектор будь-якої національної мови, тісно пов'язаний з професійною діяльністю. Терміни кожної галузі науки, техніки, виробництва формують свої системи, які визначаються, в першу чергу, понятійними зв'язками професійних знань при прагненні висловити ці зв'язки мовними засобами. Термінологія існує і функціонує не ізольовано, а в оточенні звичайних, загальнозрозумілих слів, при цьому майже завжди в будь-якому спеціальному тексті можна відмежувати звичайні слова від спеціальних. Підстава для такого відокремлення – співвідношення термінів і звичайних слів з різними поняттями. Терміни завжди співвідносяться зі спеціальними поняттями на відміну від загальноновживаних слів, які співвідносяться з поняттями неспеціальними. Терміни утворюються шляхом зміни значень слів загальнолітературної мови і термінів, що запозичені з інших галузей науки і техніки.

В утворенні термінів, на думку В. Даниленко, активні і продуктивні такі способи створення найменувань, як семантичний, синтаксичний і морфологічний [3].

1. **Лексико-семантичний спосіб** творення полягає в тому, що до вже існуючого слова додається нове значення, і таким чином, загальноновживане слово перетворюється в термін. Наприклад, слово *spiral* 'спіраль' – *advertising spiral* 'рекламна спіраль' означає «процес рекламування нового товару» і, отже, стає терміном, що входить в терміносистему «Маркетинг». Також прикладом є слова: *field* 'сфера' – *advertising field* 'сфера реклами', *picture* 'зображення' – *action picture* 'зображення товару', *history* 'історія (біографія)' – *brand history* 'біографія товарної марки'.

У загальнолітературній мові не можна говорити про постійно діючий спосіб творення слів шляхом семантичного перетворення. Для наукової мови семантичний спосіб словотворення має особливий сенс. З його допомогою задовольняються всі зростаючі потреби в нових термінах. Семантичний спосіб був одним з перших словотвірних прийомів створення термінологічних

найменувань. Можна припустити, що в більш ранні епохи історії мови різниця між словом і терміном в порівнянні із сучасною мовою була менш значною. Чим ближче до нашого часу, тим все збільшуються в своєму складі і вдосконалюються у своїй структурі слова-терміни [3]. Семантичний спосіб термінотворення і в даний час зберігає свою актуальність і високу продуктивність. В термінологічному словотворенні цей спосіб носить якісно інший характер. У термінотворенні даний спосіб виступає з різним ступенем продуктивності в залежності від специфіки окремих періодів історичного розвитку термінології, до того ж характерний для більш ранніх етапів, а з цього випливає, що, коли відбувається становлення нових терміносистем, «терміни будуються на основі існуючих слів» і «слово отримує цілком певний зміст, тобто до раніше зареєстрованого значення такого слова додається ще нове значення» [4].

2. **Морфологічне словотворення** передбачає створення нових слів шляхом зміни форми вже існуючих за допомогою різних формальних засобів, за певними словотворчим моделям. Розглянемо складні слова. Тут продуктивні ті ж моделі і ті ж способи словоскладання, що і в загальнолітературній мові, наприклад: *franchise* 'пільга, право, привілей'; *storehouse* 'склад'. Закріплення англійських термінів в українській економічній термінополії відбувається за рахунок їх морфологічного освоєння, тобто, коли відбувається придбання новим терміном граматичних властивостей приймаючої мови. Наприклад, асиміляція англійських суфіксів - *ing-*, - *tion-*, - *or-*, - *er-*.

Найчисленніша група іменників з суфіксом - *tion-*. В англійській мові такі іменники утворюються від дієслівних основ, а суфікс - *tion-* надає їм значення дії, умови дії, результату дії, процесу, виражених основами. Значення англійських іменників переносяться на їх аналоги в українській мові. Наприклад: *absorption* 'абсорбція', *information* 'інформація', *distribution* 'дистрибуція', *competition* 'конкуренція', *identification* 'ідентичність'[1].

Ще одним поширеним англійським суфіксом є (-*ing-*): *outsourcing* 'аутсорсинг', *demarketing* 'демаркетинг', *dumping* 'демпінг'[1].

Найбільш активні і продуктивні іменники, які позначають професію, рід занять, документ і містять в своєму складі англійські суфікси - *er-* (-*er-*) і - *or-* (-*or-*), яким відповідають аналогічні основи в українських словах : *promoter* 'промоутер', *distributor* 'дистриб'ютор', *manager* 'менеджер'[1]. Отже, більшість слів, що відносяться до морфологічного способу термінотворення, утворено за допомогою суфікса – *ing-* і за змістом належить до категорії будь-яких процесів.

3. У термінології **синтаксичним способом** створюються численні складові терміни, або терміни-словосполучення, і сам цей спосіб є одним з основних (поряд з семантичним і морфологічним), що володіє високим ступенем продуктивності. В англійській економічній термінології є велика кількість термінів, що складаються з декількох компонентів. Наприклад: *industrial marketing* 'промисловий маркетинг' (продаж на промисловому ринку). Існують також терміни-словосполучення:

- двокомпонентні: *cash account* 'касовий рахунок', *account number* 'номер рахунку', *maximum price* 'максимальна ціна';
- трикомпонентні: *balance of payment statements* 'встановлення платіжного балансу', *account of foreign investment* 'рахунок іноземних інвестицій';
- багатоконпонентні: *contractual vertical marketing system* 'договірна вертикальна маркетингова система', *marketing decision support system* 'система підтримки маркетингових рішень'.

Багатослівні терміни дають можливість якнайточніше і якнайтонше передати значення кожного терміну, вони також повністю покривають поняттєве коло досліджуваної термінологічної системи.

Проаналізувавши приклади маркетингових термінів можна зробити висновки, що формування маркетингових термінів відбувається, в основному, на базі відповідної існуючої термінології англійської мови, і найчастіше шляхом синтаксичного калькування відповідних англійських багатоконпонентних термінів, освоєння інтернаціонального лексичного фонду (через англійську мову як мову-посередника), а також шляхом лексичного запозичення (в тому числі і на базі конверсивів) і семантичного калькування з англійської мови.

Соціально-економічні умови сприяють утворенню термінів на основі англійської мови. Сучасний етап розвитку мови характеризується активністю запозичень англійської мови походження. У процесі запозичення англійських одиниць в термосферу української мови відбувається перенесення відповідних характеристик і правил з однієї мови в іншу. Поява термінів англійської мови походження обумовлено процесами перехідного періоду в суспільстві, що викликають перехідні, нетривалі явища в мові, на зміну яким прийдуть інші процеси конструювання і функціонування термінів, так як мова весь час перебуває в розвитку.

#### Список використаних джерел:

1. Андріїв С. М. Англо-український словник науково-технічної термінології / С. М. Андріїв. – 1999.
2. Головін Б. М., Кобрін Р. Ю. Лінгвістичні основи вчення про терміни / Б. М. Головін, Р. Ю. Кобрін. – М., 1987.
3. Даниленко В. П. Російська термінологія / В. П. Даниленко. – М. : Наука, 1977.
4. Лотте Д. С. Основи побудови науково технічної термінології / Д. С. Лотте. – 1961.
5. Скороходько Е. Ф. Термін у науковому тексті / Е. Ф. Скороходько. – К. : Логос, 2006.
6. Паршин А. Теорія і практика перекладу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://modernlib.ru/books/parshin\\_andrey/teoriya\\_i\\_praktika\\_perevoda/read\\_8/](http://modernlib.ru/books/parshin_andrey/teoriya_i_praktika_perevoda/read_8/)
7. Словник іншомовних слів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://slovopedia.org.ua/36/53410/249136.html>.

#### **Olena Sosidko. Methods of word formation in english marketing terminology**

The present article is concerned with the study of economic terminology, its structural and semantic paradigm as exemplified in terms used in marketing. The article is aimed to study modern trends of language development in the field of terminology formation, methods of terms formation.

**Key words:** term, terminology, terms composition, marketing, lexical-semantic method, morphological word formation, syntactic method.

УДК 81'25-051-021.414:33-047(100)(045)

**Oleh Teslenko**

student

Donetsk National University of Economics and Trade  
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky

Kryvyi Rih, Ukraine

Scientific Supervisor: K. Novikova

## **THE ROLE OF A TRANSLATOR IN INTERNATIONAL ECONOMIC ACTIVITY**

The present article is devoted to the role of a translator in the modern world in terms of international economic activity. The great attention is paid to importance of translation in modern society as well as to the qualities of a good translator and requirements that modern society put forward translators.

**Key words:** translator, translation, oral translation, written translation, machine translation.

In our time, the world we live in is one immense whole, which has many components such as countries, nationalities, cultures. And each country, each nation and each culture differ from each other. Integration and extension of inter-state relations literally destroyed the artificial borders that were created by people in the sphere of business relations. National inter-industry companies from different countries can serve as an example of this. Partner countries interact with each other with the help of translators. Basically, these are business relationships between countries that require additional help. There are a lot of inter-state relations, which require the intervention activity of translators.

According to such figures as S. Vlakhov and S. Florin: “the translation should get to the point that it is impossible to translate, and then you can really learn a foreign nation, a foreign language” [2].

The aim of this article is to study the role of a translator in the modern world in terms of international economic activity, to evaluate the importance of translation, to clarify the main reasons of the existence not only translators but also translation in general.

Oxford Dictionary defines the concept “translation” as “the process of translating words or text from one language into another” and the concept “translator” as “a person who translates from one language into another, especially as a profession” [9].

In Cambridge Dictionary this notion is stated as “something that is translated, or the process of translating something, from one language to another” and the concept “translator” as a person whose job is changing words, especially written words, into a different language” [8].

A translator is a universal profession that starts from sticktoitiveness, popularity, universality and ends with versatility, possession of various knowledge

and skills. A translator can be present during the communication of people, speaking different languages, and translate their speech, and can be engaged in the translation of texts from different spheres.

The translator's work is primarily concerned with identifying the content of the text. The meaning of the text, hidden from a translator, is conditioned upon the process of formulating thoughts and thus simultaneously the formation of a style [4, p. 3].

Playing an important role in society, translation attracted the attention of literary critics, psychologists, anthropologists and linguists [9, p. 6].

According to V. Vynohradov: "translation is a special, unique and separate species of literary art" [9]. As noted by A. Lilova: "Translation is one of the oldest activities of mankind. The word "translation" is fairly common and multiple. One of these meanings determines the thinking activity, the process of transferring the content expressed in one language by means of another language; the other names the outcome of this process. These concepts are different in importance, but still contain in itself the unity and connectedness. It is also pertinent to note that in linguistics there is a broader concept than translation, namely the concept of bilingual communication" [4].

Learning a foreign language is a great skill that is not for everyone. People are involved in studying of a foreign language and translation worldwide. These people make a great contribution to the development of interstate partnerships.

The range of activities covered by the concept of "translation" is very wide: poems, fiction, essays, scientific and popular books from various fields of knowledge, diplomatic documents, business papers, articles and political figures' speeches, news, conversations of people speaking different languages, films and many others are translated from one language to another [7].

Despite the use of technical means, the translation which is made with the help of special programmes cannot accurately convey the contents of the original. Electronic machines are not always able to translate correctly the text, and sometimes can lead to a fatal error, so it is better to rely on translators who perform oral, mental and written work.

The basic meaning of the word "translator" is a person with professional qualities and skills of translation, able to translate text from one language to another, while leaving the meaning of the original text or the words of the author.

The profession of translator is one of the most important and irreplaceable professions in the business world, which plays an important role in the life of modern society. Most of the companies carry out their work with the help of translators. The translator, in a sense, plays the role of a tool by which a business or partnership negotiations take place most effectively. Such work, if it is well executed, deserves recognition and respect worldwide.

A translator's role has increased manifold because of the strengthening of interstate relations. A translator allows ensuring of mutual understanding between representatives of different countries, without his/her help they even do not understand each other. But this is not the only case, when translators help to establish

connection. Great importance of translation activities is observed in almost all spheres of human relationships: political, spiritual, economic, etc.

From these words, it is possible to draw some conclusions regarding the establishment of the concept “translator”. They are quite diverse and creative people. They are people who skillfully specialize on their business and follow the news to be aware of events happening in the world. Their knowledge must be replenished daily. An important quality is a willingness to work intensively and to learn during the whole life; the hallmark of a professional translator is the ability to plan his or her own time that is a personal organization. He / She should be fluent in the native language and the language / languages in which he/she is engaged. When it comes to oral translation, a translator must have such qualities as sociability, ability to communicate with people of other nationalities. Every person who is engaged in professional translation needs to know the mentality and mindset of those with whom they should negotiate, and also, it is desirable to know and be able to speak the local dialect. In addition, the profession of translator is evaluated very well, since work that people are doing in this sphere, requires great skills.

The social nature of translation in recent years attracts the attention of researchers more and more [6, p. 15].

No less important sphere of activity, where people cannot do without the assistance of translators is international political interaction between different countries of the world. All international summit negotiations are held with the participation of translators. In this case, the responsibility for the efficient conduct of the negotiations is placed up on the translator. It is his/her job; correct and accurate translation establishes a connection between partners and contributes to the further development of international relations. Here the translator has to correctly convey not only the content but also semantic coloring of statements, the style and, perhaps even, the type of speech of the author.

Therefore, the conclusion can be drawn like this. The translators made an outstanding contribution not only to the development of national literature of different countries, but also helped to establish inter-state relations. In their daily life people often have to work with translation of texts from one language to another. But this is not the main reason for the existence of translators. The main reason for the existence of translators is a problem of misunderstanding each other between different nations. We can say that the work of translation is to develop primarily mental abilities. A person, who knows at least one foreign language, will have to think differently and be inclined to unconventional thinking and action.

#### **References:**

1. Бархударов Л. С. Язык и перевод / Л. С. Бархударов. – М. : Международные отношения, 1975. – 150 с.
2. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. – М. : Международные отношения, 1980. – 343 с.
- Гарбовский Н. К. Теория перевода / Н. К. Гарбовский. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2004. – 544 с.
3. Лилова А. Введение в общую теорию перевода / А. Лилова. – М., 231 с.

4. Пирогова Ю. К. Рекламный текст, семиотика и лингвистика / Ю. К. Пирогова, П. Б. Паршин. – М. : изд. Гребенникова, 2000. – 250 с.
5. Швейцер А. Д. Теория перевода / А. Д. Швейцер. – М., 1988. – 210 с.
6. Федоров А. В. Основы общей теории перевода. Электронный ресурс. – Режим доступа: [http://samlib.ru/w/wagapow\\_a\\_s/osnowyobshejteoriiiperewoda2002.shtml](http://samlib.ru/w/wagapow_a_s/osnowyobshejteoriiiperewoda2002.shtml)
7. Cambridge Dictionary Online. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://dictionary.cambridge.org>
8. Oxford Dictionaries. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.oxforddictionaries.com>

### **Олег Тесленко. Роль перекладача в міжнародній економічній діяльності**

Стаття присвячена ролі перекладача в сучасному світі з точки зору міжнародної економічної діяльності. Велика увага приділяється важливості перекладу в сучасному суспільстві, а також якостям гарного перекладача та вимогам, які сучасне суспільство висуває до перекладачів.

**Ключові слова:** перекладач, переклад, усний переклад, письмовий переклад, машинний переклад.

УДК 81' 373:81' 1-027.22(045)

**Іван Харламов**

студент

Донецький національний університет економіки і

торгівлі імені Михайло Туган-Барановського

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: С. А. Остапенко

### **ЛЕКСИКОЛОГІЯ ЯК ЧАСТИНА ПРИКЛАДНОЇ ЛІНГВІСТИКИ**

Стаття присвячена визначенню поняття лексикології, її видам та зв'язку з іншими розділами прикладної лінгвістики. Автор зосереджує увагу на проблемі боротьби синонімів, еліпсу та лексикографії – науці про складання та класифікацію словників.

**Ключові слова:** лексикологія, лексикографія, прикладна лінгвістика, еліпс, синонім.

Лексикологія – наука багатогранна та складна, але без якої вивчення будь-якої мови стає неможливим, адже саме ця наука вивчає всі аспекти, пов'язані з мовою. Вивченням цієї науки активно займалися А. Дармстетер, Г. Пауль Э. Кассирер, Т. Мак Артур, С. Ульман Б. Куадрі та інші.

Метою роботи є розглянути питання визначення терміну лексикології, його особливостей та класифікацій.

Лексикологія – це розділ мовознавства, що вивчає словниковий склад мови. Словниковий склад мови складається з слів і стійких словосполучень. Лексикологія традиційно включає результати дослідження кількох приватних дисциплін, які в сучасній лінгвістиці набули статусу цілком самостійних і самодостатніх розділів науки. Особливо це стосується семасіології, фразеології, словотвору і лексикографії. Тому можна з повним правом зробити висновок, що поняття лексикології в сучасній науці про мову в першу чергу пов'язано з навчальною функцією. Курс лексикології охоплює певний обсяг знань, який необхідний будь-якому лінгвістові для того, щоб в подальшому успішно



спеціалізуватися в тій чи іншій галузі лінгвістики. У розряд дисциплін, на яких базується курс лексикології, входять наступні: 1. Семасіологія – наука про значення мовних одиниць. Не буде перебільшенням сказати, що вивчення семантики займає центральне місце в сучасних наукових дослідженнях. Семасіологія взаємодіє з усіма іншими перерахованими нижче дисциплінами, пов'язуючи їх воедино. 2. Ономасіологія – наука про принципи і процеси найменування. Її центральним завданням є моделювання процесу створення слова. 3. Етимологія – наука про походження слів і стійких словосполучень. 4. Фразеологія – наука, що вивчає стійкі поєднання слів (фразеологічні одиниці). 5. Ономастика – наука про імена власні. 6. Словотвір – наука про механізми утворення слів. Це прикордонний між лексикологією і граматиною розділ мовознавства.

Всі перераховані розділи тісно взаємопов'язані і взаємодіють між собою. Існує загальна лексикологія і приватна лексикологія. Загальна лексикологія досліджує властивості і ознаки мовних одиниць безвідносно їх приналежності до тієї чи іншої мови. Вона вивчає мовні універсали – такі питання, наприклад, як визначення значення слова, типи синонімів, поняття основи, відміну фразеології від вільного сполучення слів та багато, багато інших. Приватна лексикологія виявляє і описує специфіку словникового складу конкретної мови. Наприклад, приватна лексикологія англійської мови розглядає такі питання, як специфічні характеристики англійського слова, проблема розмежування складного слова і словосполучення, походження англійських фразеологічних одиниць та інші [1].

У період становлення системи сучасної англійської мови досить актуальною проблемою була так звана боротьба синонімів – в англійську мову приходять запозичення і витісняють споконвічні або ті, що прийшли раніше в іншу сферу. Результатом такої боротьби ставали зміни в семантичній структурі або стилістичної приналежності обох слів. Особливо активно цей процес відбувався в середньоанглійський період. Саме в цей час під впливом запозичених слів споконвічні нерідко міняли стилістичну приналежність. Так сталося, наприклад, з споконвічним словом *foe*, яке при появі запозичення *enemi* (суч. англ. *enemy*) виявилось витісненим у вузьку стилістичну сферу поетизмів. Аналогічними прикладами є синонімічні пари *valley / dale* і *people / folk* з більш обмеженим застосуванням останнього, споконвічного компонента. Боротьба синонімів може привести і до більш значних змін у семантичній структурі слова, як це сталося, наприклад, з дієсловом *starve*, що в англосаксонський період мало значення «вмирати». Під тиском синоніма *die* його значення спочатку звузилося до «вмирати від голоду», а потім і взагалі змінилося (суч. англ. «голодувати»). В наступному прикладі помилковою є етимологізація слова *reindeer*, в якому другий елемент в англосаксонський період означав «тварина». Під впливом французького запозичення *animal* значення споконвічного слова звузилося до позначення одного з видів тварин, оленя.

Іншою лінгвістичною причиною зміни значення слова вважається еліпсис – скорочення словосполучення, при якому відбувається так звана семантична

конденсація – слово, що залишається вбирає в себе зміст усього поєднання. Аналогічне явище спостерігається і в російській мові (пор. рабочий (робоча людина) прийшов до їдальні (столову залу, кімнату)). Приклади еліпсу численні: a weekly (paper); a musical (show); (Policy of) brinkmanship; (Steam) engine і т. і. Як видно з прикладів, в результаті скорочення словосполучення залишився компонент, який вбирає значення всіх інших, нерідко змінюючи навіть свою приналежність до певної частини мови.

Дуже схожий процес відбувається і тоді, коли значення слова змінюється під впливом стійкого сполучення, фразеологічної одиниці (ФО). Відділяючись від такої одиниці, слово якби забирає на себе сліди фразеологічного значення. Так, у слові *brick* значення *tactless* з'являється під впливом фразеологічного обороту *to drop a brick – to say or do smth tactless*; слово *chaff* (outer part of grain, removed before the grain is used as food) набуває значення *easy trick* в приказці *An old bird is not caught with chaff*. Подібні зміни значення не завжди реєструються словниками, оскільки їх зв'язок із ФО занадто жорсткий і актуалізація значення відбувається в досить вузькому контексті. Безумовно, однак, що зміни в загальному обсязі значення слова під впливом зазначених причин досить регулярні [2].

Розрізняються загальну, приватну, історичну, зіставну та прикладну лексикологію, на якій зосереджена увага у дослідженні. Прикладна лексикологія представляє собою дуже цікаву науку – лексикографію.

Лексикографія, або наука про складання словників, як і будь-яка інша наука, має ряд загальних і приватних проблем, серед яких проблема класифікації словників представляється основоположною, оскільки безпосередньо пов'язана з питанням про вибір словника для конкретних цілей. Актуальність цього питання пов'язана ще і з тим, що англійська лексикографія на рубежі ХХ-ХХІ ст. збагатилася великою жанровою різноманітністю довідників, які виходять за рамки сформованих класифікацій і розширюють саме поняття лексикографії до так званої *reference science*. Така тенденція привела до класифікацій існуючих словників не по одному, а по ряду ознак, що дозволяє всебічно охарактеризувати будь-який довідник. Відповідно історично сформованим в лексикографії диференціальним ознакам всі словники традиційно діляться на одномовні, двомовні і багатомовні. Однак в кінці ХХ ст. до них приєднується новий різновид – словник (*bilingualized dictionary*), що представляє собою переклад авторитетних англійських словникових видань на інші національні мови. Вперше цей термін вжив відомий англійський лексикограф Т. Мак Артур. Сучасні словники англійської мови різноманітні за жанрами і типами. Ця різноманітність пояснюється складністю і багатоаспектністю самого об'єкта лексикографічного опису, тобто мови. Практично немає ніякої можливості дати в одному словнику всю вичерпну інформацію про вхідні одиниці, яка задовольнила б в рівній мірі всіх користувачів в цілому і окремі їх груп зокрема. Ось чому у всіх класифікаціях словників присутня така ознака, як розмір, або обсяг, словника. Відповідно до нього зазначені вище довідники можуть бути великими (*big*), середніми (*concised*) і малими (*pocket*). У цьому ряду останнім часом з'являються і

словники нового формату – gem dictionaries, особливо популярні серед студентів і школярів завдяки зручному формату і компактному розташуванню матеріалу.

Таким чином, тип словника сучасної англійської мови характеризується комплексом ознак, серед яких виділяються наступні: 1) об'єкт опису вхідних одиниць; 2) мова; 3) розмір / обсяг словника; 4) його лексикографічна форма; 5) диференціація словника; 6) диференціація лексикографічної розробки слова; 7) охоплення лексики; 8) формат подачі матеріалу в словнику [3].

Як ми можемо побачити, лексикографія це дуже важлива частина лексикології та вивчення англійської мови в цілому, це складна наука, яка дає нам змогу зрозуміти та проаналізувати усі аспекти, пов'язані зі словами, словосполученнями та їх взаємодією у мові в цілому. Питання лексикології розглядали багато вчених та дослідників в усі вікі. Ця наука базується на багатьох інших, таких як: семасіологія, фразеологія, ономасіологія, словотвір та інші. Усі ці розділи тісно взаємодіють між собою, та формують ту науку, яку ми називаємо лексикологією. Розрізняються загальну, приватну, історичну, зіставну та прикладну лексикологію. Прикладна лексикологія представляє собою лексикографію – науку про складання та класифікацію словників. Ця наука є дуже важливою, адже при вивченні будь-якої мови словники можуть стати дуже корисними. Сучасні словники різноманітні за жанрами і типами, тому правильно складати їх дуже важливо. Тому у сучасності кожен словник характеризується чітким комплексом ознак, і цей фактор робить лексикографію дуже точною та важливою наукою при вивченні питання лексикології.

#### Список використаних джерел:

1. Іванова О. В. Лексикологія і фразеологія сучасної англійської мови: підручник / О. В. Іванова. – М. : Видавництво «Академія», 2011.
2. Єлісеєва В. В. Лексикологія англійської мови: підручник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.homeenglish.ru/>
3. Карпова О. М. Англійська лексикографія: навчальний посібник / О. М. Карпова. – М. : Видавництво «Академія», 2010.

#### **Ivan Kharlamov. Lexicology as a part of Applied Linguistics**

The article is devoted to definition of the notion of lexicology, its types and interrelations with other parts of applied linguistics. The author pays attention to the problem of fighting of synonyms, ellipse and lexicography – the science of setting and classification of dictionaries.

**Key words:** lexicology, lexicography, applied linguistics, ellipse, synonym.

УДК 81' 322.4(045)

**Анна Чеботар**  
студентка

Донецький національний університет економіки і  
торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського  
м. Кривий Ріг, Україна  
Науковий керівник: С. А. Остапенко

## СИСТЕМИ МАШИННОГО ПЕРЕКЛАДУ

В роботі визначаються та розглядаються різні види перекладу та їх особливості. Авторка аналізує аспекти перекладу в цілому та за допомогою комп'ютера. Значна увага приділяється аналізу існуючих програм машинного перекладу, їх переваг та недоліків.

**Ключові слова:** переклад, машинний переклад, автоматична система, режим процесора, словник

Ознайомлення з системами машинного перекладу зумовлено необхідністю подолання мовного бар'єру через подальшу інтеграцію України в європейське суспільство.

Дану тему досліджували У. Уівер, Р. Річенс, Й. Бар-Хілел, Дж. К. Катфорд, Л. Чайлдс, І. Мельчук.

Цілі роботи – дати визначення поняттю «переклад», ознайомитися з видами та формами перекладу, а також особливостями машинного перекладу, провести аналіз типів та видів машинного перекладу, визначити сутність сучасних програм для використання в здійсненні перекладу.

У сучасному світі альтернативою в комунікації між людьми з різних країн виступає переклад. Перекладом називають точне і повне висловлення засобами однієї мови те, що вже зафіксовано засобами іншої мови у нерозривній єдності змісту і форми [1].

Існує безліч класифікацій перекладу. Залежно від сприйняття тексту і презентації перекладу перекладацьку діяльність ділять на письмову і усну [1]. Усний переклад характеризується тим, що мовленнєвий твір надається лише одноразово без можливості його подальшого аналізу, переусвідомлення і виправлення. Усний переклад може виконуватися послідовно або синхронно. Послідовний переклад здійснюється або після промови всього твору-оригіналу, або в паузах мови оратора. Зазвичай, такі паузи робляться після вимови одного або декількох речень. Інша справа – синхронний переклад, що виконується перекладачем одночасно з вимовою твору-оригіналу оратором. Такий різновид усного перекладу може або трохи відставати від промови оратора, або трохи випереджати мову, завдяки спеціальній техніці ймовірного прогнозування. Крім того, виділяють різновиди усного перекладу за критерієм напрямку: односторонній й двосторонній переклад. Прикладом одностороннього перекладу слугує синхронний переклад, що виконується тільки в одному напрямку, з однієї мови на іншу мову. Приклад двостороннього перекладу – усний послідовний переклад бесіди, що здійснюється з однієї мови на іншу і навпаки.

Письмовий переклад – переклад, де текст оригіналу і текст перекладу – фіксовані елементи, з необмеженою можливістю доступу до них. За жанрово-стилістичною класифікацією виділяють два види письмового перекладу: художній і спеціальний [2]. Художнім перекладом називається переклад творів художньої літератури. Головна мета такого різновиду полягає в створенні перекладу творів, здатних здійснювати художній та естетичний вплив на читача. До спеціального перекладу відноситься переклад текстів спеціалізованої тематики, головною функцією яких є повідомлення будь-якої

інформації, фактів. Залежно від того, до якого саме функціонального стилю належить текст, призначений для перекладу, виділяються окремі підвиди спеціального перекладу: суспільно-політичний переклад, науково-технічний переклад, юридичний переклад, переклад сайту і т.д.

На основі того, що в результаті участі людини в перекладацькому процесі виходить письмовий текст, розрізняють традиційний і машинний переклад. Традиційний переклад називають також ручним або просто людським перекладом. Він може бути виконаний як перекладачем, який не є одночасно автором тексту-оригіналу, як автором тексту-оригіналу (авторський переклад), як перекладачем і бути апробованим автором тексту-оригіналу (авторизований переклад) [2].

Під машинним перекладом розуміється процес перекладу деякого тексту з однієї мови на іншу за допомогою комп'ютера [3].

Датою заснування машинного перекладу (як галузі досліджень) прийнято вважати 1947 р., коли Уоррен Уівер, директор відділення природничих наук Рокфеллерівського фонду, в листі Норбертові Вінерові запропонував використовувати техніку дешифрування для перекладу текстів. Ця пропозиція спровокувала те, що вже в цьому році А. Бут і Д. Бріттен розробили алгоритм здійснення послівного перекладу, а в 1948 році Р. Річенс запропонував правила розбивки слова на основу і закінчення. Ознайомившись з тематикою цих відкриттів, в 1952 р. Й. Бар-Хіллел організував першу Міжнародну конференцію з машинного перекладу в Массачусетському технологічному інституті. А в січні 1954 року відбувся Джорджтаунський експеримент: на машині IBM – 701 була продемонстрована перша російсько-англійська система машинного перекладу IBM Mark II, що базувалась на словнику з 250 слів і 6 граматичних правил. Ця подія викликала початок дослідницького буму: у наступні 10 років уряд і військові відомства США витратили на дослідження в області машинного перекладу близько 40 млн. доларів. Але в 1967 році спеціально створена Комісія Національної Академії Наук США (ALPAC) визнала машинний переклад нерентабельним, що істотно загальмувало дослідження. Проте, в ряді країн дослідження тривали. Початком відновлення досліджень став кінець 70-х років. Істотними чинниками були: поява персональних комп'ютерів, а з нею зростання інтересу до проблем штучного інтелекту та комп'ютерного пошуку інформації, та необхідність в перекладі через зростання міжнародних зв'язків. Тому, в 90-ті роки машинний переклад знову став привабливою галуззю вкладення капіталу, як для приватних інвесторів, так і для державних структур.

Щодо участі у процесі перекладу, системи машинного перекладу поділяються на автоматизовані та автоматичні. В автоматизованих системах машинного перекладу (Human-assisted machine translation) людина є обов'язковим учасником процесу перекладу, в той час як в автоматичних системах (Fully-automated machine translation) машина здійснює аналіз тексту-оригіналу та синтез тексту перекладу, і сама робить переклад, який може в деякій мірі замінити оригінал та бути використаним у вигляді інформаційного документу.

В залежності від підходу, на основі якого виконується машинний переклад, системи машинного перекладу поділяються на статистичні та традиційні системи з урахуванням лінгвістичних правил. Різниця полягає у тому, що переклад з урахуванням правил (Rule-based Machine Translation) побудований на перекладі окремих речень за допомогою баз даних, що містять морфологічну, граматичну та синтаксичну інформацію, а статистичний машинний переклад (Statistical machine translation) – на порівнянні сотні тисяч паралельних текстів переданих різними мовами, що містять однакову інформацію.

Крім систем машинного перекладу, існують програми, принцип роботи яких побудований на технології Translation Memory. З цією технологією переклад сегмента здійснюється перекладачем тільки один раз, а потім кожен наступний сегмент перевіряється на збіг з базою даних, і, якщо знайдений ідентичний сегмент, то він пропонується в якості варіанту перекладу.

Одними з найбільш відомих програм машинного перекладу на ринку України є STILUS, ПАРС, Language Master, Pragma [4]. Ці програми – WINDOWS-додатки, які підтримують технологію Drag&Drop – форму виконання певних дій за допомогою комп'ютерної миші, OLE-автоматизацію – технологію зв'язування та впровадження об'єктів в інші документи, мають оперативну довідкову систему та графічне діалогове налаштування.

Серед усіх програм машинного перекладу, що розглядаються, STYLUS є найбільш відомим поміж користувачів. У версії цієї програми присутній розширений набір команд перекладу у Word та Excel, підтримка можливостей перекладу поточного абзацу, виділеного тексту, усього тексту, завантаження документа. Крім цього, є можливість, не завантажуючи STILUS, використовувати будь-який з напрямів перекладу, що є у розпорядженні, підключати та відключати спеціалізовані словники, поповнювати та корегувати їх. Наразі STILUS динамічно відстежує напрямок перекладу.

Програма машинного перекладу ПАРС 3.9 працює як Windows-додаток та сумісна з широковідомими текстовими редакторами. Цей перекладач використовує 386-й захищений режим процесора (тобто підтримує мультитадність). Переклад текстів, підготовлених у популярних текстових редакторах, виконується із збереженням формату тексту (шрифтів, таблиць, абзаців, відступів та ін.). ПАРС забезпечує зв'язний переклад всередині предметних галузей, охоплених словниками, та підтримує англо-російські словники і російський граматичний словник. Загальний обсяг словників понад 700000 слів.

Програма Pragma компанії Trident Software надає можливість в лічені секунди виконувати переклад різних видів документів. Pragma – це корисний інструмент, що володіє великою швидкістю і високою якістю перекладу, може задовольнити ваші потреби у сфері комунікації. В даний час в систему включені англійська, російська, латиська, німецька і українська мови з можливістю перекладу в будь-якому напрямі. Головна проблема перекладу – багатозначність слів – вирішена двома способами. Перш за все – спеціальна манкіровка слів по тематичній спрямованості. По-друге – об'єднання слів у

фрази, які мають вищий пріоритет під час перекладу. Зверніть увагу на те, що немає ніяких окремих тематичних словників. У головному перекладному словнику відмічені деякі багатозначні слова. Є тільки додатковий словник спеціальної термінології, де зібрані слова з відповідних областей. Крім цього користувач має можливість вести словник користувача.

Однією з програм машинного перекладу, яка нещодавно з'явилась на SOFT-ринку України, можна вважати Language Master. Наразі ця програма-перекладач призначена для підготовки текстів українською, російською та англійською мовами або їх комбінаціями. Схема роботи цієї програми базується на орфографічній перевірці початкового тексту, обліку граматичних та семантичних особливостей побудови речень. Для цього використовуються модуль орфографічної перевірки та електронний словник, перекладач документів та модуль перекладу для мовної пари. Ця програма машинного перекладу підключається до будь-якої версії Word для Windows, тобто не має власної оболонки. Це, можливо, є причиною низької швидкодії даного перекладача.

Слід підсумувати, що перспективи розвитку машинного перекладу перш за все пов'язані з розв'язанням його проблем. Головним мінусом машинного перекладу є те, що переклад художніх текстів виходить неприйнятною якості. Сучасні системи комп'ютерного перекладу дозволяють досить якісно перекладати тільки технічну документацію, ділове листування та інші спеціалізовані тексти.

#### Список використаних джерел:

1. Шевчук С. В., Клименко І. В. Українська мова за професійним спрямуванням / С. В. Шевчук, І. В. Клименко. – М. : Алерта, 2011. – С. 601-603
2. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) / В. Н. Комиссаров. – М. : Высшая школа, 1990. – С. 250-253.
3. Леонтьева Н. Н. Автоматическое понимание текстов: Системы, модели, ресурсы: Учебное пособие / Н. Н. Леонтьева. – М. : Академия, 2006. – С. 36-38.
4. Остапенко С.А. Комп'ютерний переклад та його роль в роботі перекладача / С. А. Остапенко // VII Международная конференция «Стратегия качества в промышленности и образовании, 9-10 июня 2011, Варна, Болгария: Материалы. – Том 3. – С. 646-649.

#### **Anna Chebotar. Systems of computer-based translation**

The article considers and defines different types of translation and their peculiarities. The author analyses aspects of translation in general and with help of computer in particular. Great attention is paid to analysis of existing programs of machine translation, their pros and cons.

**Key words:** translation, computer-based translation, automatic system, processor mode, dictionary

УДК 81'25-021.321:81'373.46-029:61(045)

**Яна Черненко**  
студентка

Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського  
м. Кривий Ріг, Україна  
Науковий керівник: С. А. Остапенко

## ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКОЇ ТЕРМІНОЛОГІЧНОЇ ЛЕКСИКИ ГАЛУЗІ МЕДИЦИНИ

У статті аналізуються особливості медичних термінів та способи їх перекладу. Авторка вказує на труднощі передачі метафоричних термінів та термінів-епонімів, визначає поради щодо технології перекладу англійської медичної термінології українською мовою.

**Ключові слова:** термін, хибні друзі перекладача, метафоричний образ, епонім, переклад, транслітерація, транскрибування.

В наш час часто з'являються нові незнайомі нам слова, і для того щоб їх зрозуміти, потрібно досконало знати що це слово означає. Рік у рік таких слів все більше. Це є результатом того, що наука і техніка розвивається на новому рівні. Деякі слова стають для нас незамінними і часто вживаними в суспільстві. Кожне нове слово стає терміном, яке входить до системи спеціалізованих. Виходячи з цього, термінологія становить частину спеціальної лексики. Термінологія – це сукупність термінів, слів або словосполучень, що висловлюють специфічні поняття з певної галузі науки, а також сукупність усіх термінів, наявних у різних мовах. Від звичайних слів терміни відрізняються точністю та досконалістю .

Функцією терміна та терміносистеми є як і у інших лексичних одиниць мови, але область їх вживання зводиться до конкретної науки. Відмінність терміносистеми від термінології в тому, що є сукупність термінів певної галузі, підгалузей науки або техніки. Тобто, терміносистеми – це галузеві термінології.

Актуальність даної теми полягає в тому, що термінологія, яка обслуговує медицину, є однією з найбільших термінологічних систем. Звичайно, що кожний лікар або просто людина користується медичними термінами, але для того щоб правильно застосовувати ці терміни потрібно знати назву та опис, для цього і існують способи та правила перекладу медичних термінів. Медичні терміни регулярно поповнюються, вони потребують постійного досконалого вивчення. Налічують до 200 галузей медицини, кожна з яких має свою особисту систему термінів. Отже, визначення буквально кожен день будуть залучати своєрідний інтерес мовознавців і перекладачів.

*Мета* дослідження полягає у виявленні особливостей та способів перекладу англійської медичної термінології українською мовою.

При перекладі термінів медицини використовуються багато способів перекладу. Найпопулярніший з них це *пошук словникових відповідників* (наприклад: fracture – перелом, ache – біль), *транскрибування* (наприклад: dentrit – дентрит), *транслітерування* (наприклад: organ – орган, гастроентерологія, токсикологія), *калькування* (наприклад: Molecular level – молекулярний рівень, Lymphatic system – лімфатична система), *описовий переклад* (наприклад словосполучення: protein vesicles release structures перекладається як «білкові структури, що беруть участь у звільненні везикул»), *контекстуальну заміну* (наприклад: anatomical – анатомічний, перекладаємо – «структурний» тому, що завдяки традиційним нормам української мови існує складний термін-словосполучення структурно-функціональні



взаємовідношення), *конкретизацію* (наприклад: preparing slides using venous blood collected from venipuncture – підготовка мазків, використовуючи венозну кров, отриману під час венепункції), *генералізацію* (наприклад: both sides! Are there any retractions or protrusions of the skin? – порівняйте обидві сторони! Бачите будь-які западання або припухлості?), *прийом лексичних додавань* (наприклад: these reasons, descriptive texts are provided for specific elements when deviations are clinically significant. – З цих причин, якщо відхилення від нормального рівня мають клінічну значущість, до результатів аналізу для певних елементів додається описова частин ).

Текст, який перекладається може містити в собі як *еквівалентні одиниці* (наприклад: disease – хвороба, renal – нирковий), так і *багато еквівалентні*: (наприклад: contraction – скорочення, укладання контракту, придбання, одержання, обмеження; treat – лікувати, проводити курс лікування; розглядати, обговорювати; пригощати; піддавати якогось реагенту, multipurpose application – багатостороннє застосування).

У текстових наборах медицини часто зустрічаються метафори – це словосполучення або словесні фрази, які вживаються в переносному значенні і означають якість по одноманітності точно встановлених ознак. Метафори перекладають за допомогою словникового відповідника. Наприклад, українським відповідником метафоричного терміну *cup* може бути метафоричний український термін брунька: *ocular cup*- очна брунька; або англійський метафоричний термін *cap* перекладається як цибулина: *duodenal cap* – цибулина дванадцятипалої кишки.

Медичні терміни-метафори можуть передаватися двома способами:

- метафоричним словом: *ring* – пахове кільце; *hillock* – аксонний горбик;

- неметафоричним словом: *spoon* – кюретка; *plate* – шар живильного середовища.

Важливо знати, що визначення переводяться залежно від з'єднання спільного стилістичного експертного аналізу тексту.

Термін-епоніми позначають явища (наприклад, хвороби), поняття, структури. Наприклад:

проба Реберга *Rehberg's test* (тест визначення функції нирок, який базується на екскреції креатиніну);

реакція *Mantoux test Mantoux* (різновид внутрішньошкірної туберкулінової проби);

реакція Вассермана (РВ) *Wassermann test (RW)*.

Епоніми перекладаються за допомогою таких способів: *транслітерування* (наприклад: існує двояка транслітерація прізвища навіть у межах одного словника: Potts anastomosis – Потта анастомоз та Potts operation – Поттса операція), *транскрибування* (наприклад: Forts amputation – Лефора ампутація, de la Tourettes disease – Жіль де ла Туретта хвороба).

Переклад наукових і технічних термінів – це не проста, самостійна праця в галузі мови і конкретної спеціальності. Щоб виконати переклад потрібно, щоб перекладач мав кваліфікацію, досконало володів мовами оригіналу і перекладу.

Проблемами перекладу визначень медицини є не тільки знання словотворчих і морфологічних структур, скорочення і абревіатур, синонімів. Також до проблеми відноситься й присутність у термінології «хибних друзів перекладача» – це словесні вирази, які мають аналогічну форму, але мають різне значення. Найскладнішою задачею для перекладача є розшукати еквівалентні медичні терміни тому, що терміни мають різне походження і значення в різних мовах.

При перекладі медичної документації неприпустима приблизність формулювань, неточність термінів.

Підсумовлюючи вищезазначене, можна дійти висновку, що термінологія – це сукупність термінів, яка є невід'ємною частиною словника будь-якої мови. Термін призначений для того, щоб конкретно називати явище чи предмет у різних галузях науки, трактування терміну має бути однозначним. Науково-технічний прогрес вимагає створення нових спеціальних термінів для називання предметів та явищ у тій чи іншій науковій галузі, які потребують адекватного перекладу.

Медичний переклад – це переклад термінів з таких областей, як медицина, фармацевтика, біологія, біохімія, екологія, ветеринарія, медична техніка та ін.

Переклад текстів медичної тематики є найскладнішим тому, що переклад повинен бути точним, адже від цього залежить життя та здоров'я людини. Тому медичний переклад не допускає можливості помилок. Помилки в перекладі можуть робитися за таких проблем: значна кількість синонімів, широке використання абревіатур та скорочень, постійне поповнення та розширення вживання медичних термінів.

При перекладі медичних термінів використовуються різноманітні способи, найпоширенішим з них є пошук словникових відповідників. Але через те, що існують розбіжності у синтаксичних, граматичних та морфологічних побудовах англійської та української мов, при перекладі термінів медицини також застосовуються лексичні та граматичні трансформації, цими методами є генералізація, конкретизація, прийом лексичних додавань, транскодування, калькування, контекстуальної заміни, вилучення, описовий переклад.

В англійській та українській мовах часто співпадають метафоричні терміни, більшість термінів мають прямі співвідношення у двох мовах. Терміни-метафори в галузі медицини можуть передаватися двома способами: метафоричним словом або неметафоричним словом. Перекладаючи медичні метафоричні терміни на українську мову образність метафор не завжди передається, а образність мовленнєвих метафор передається по ймовірності.

Транслітерацію та транскрипцію застосовуються при перекладі англійських термінів-епонімів, але згідно правопису української мови, деякі з них відтворюються за фонетичними та графічними правилами мови оригіналу.

Остаточним висновком можна зазначити, що проблема перекладу визначень та складання галузевих термінологічних словників продовжує залишатися актуальною проблемою сучасної термінології, також це стосується і сфери медицини. За останні роки медичні терміносистеми становлять значні

розміри, кожного року з'являється все більше і більше нових медичних термінів. Тому вивчення медичної термінології та варіанти її перекладу завжди будуть привертати увагу перекладачів та лінгвістів. Для того, щоб правильно перекладати медичні терміни потрібно знати особливості перекладу, дотримуватися правил та досконало знати мови, мати досвід роботи з перекладом, вміти застосовувати способи перекладу, знати про проблеми, з якими можна зіткнутися під час перекладу .

#### Список використаних джерел:

1. Англо-Український ілюстрований медичний словник Дорланда. У двох томах. – Львів : Наутілус, 2002. – 2688 с.
2. Английский язык: учебник для студентов медицинских ВУЗов и медицинских специалистов / И. Ю Марковина, З. К. Максимова, М. Б. Вайнштейн. – М. : ГЭОТАР-МЕД, 2003 . – 361 с.
3. Верба Л. Порівняльна лексикологія англійської та української мов / Л. Верба. – В. : Нова книга, 2008. – 246 с.
4. Лексические проблемы перевода с английского языка на русский. Учебное пособие / Е. М. Коломейцева, М. Н. Макеева. – Тамбов : Изд-во ТГТУ, 2004. – 92 с.
5. Grammar in medicine / Л. Я. Аврахова. – Київ : Фарм Арт, 2004. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://medterms.com.ua/load/anglijska\\_mova/grammar\\_in\\_medicine\\_1\\_ja\\_avrakhova](http://medterms.com.ua/load/anglijska_mova/grammar_in_medicine_1_ja_avrakhova)
6. Самойлов Д. В. О переводе медицинского текста [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://samlib.ru/w/wagapow\\_a\\_s/medicaldoc-1.shtml](http://samlib.ru/w/wagapow_a_s/medicaldoc-1.shtml)

#### **Yana Chernenko. Peculiarities of English medical terminology translation**

The article deals with characteristics of medical terms and ways of their translation. The author points on difficulties of metaphorical terms and terms-eponyms rendering, gives tips concerning English medical terms translation into Ukrainian.

**Key words:** term, false friends of translator, metaphorical image, eponym, translation, transliteration, transcribing.

УДК 81'25-021.321:659.1(045)

**Аліна Шелевер**

студент

Донецький національний університет економіки і

торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: Д. В. Фурт

#### **ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ РЕКЛАМНИХ СЛОГАНІВ**

Статтю присвячено особливостям перекладу англomовних рекламних слоганів на українську мову. В статті наводиться класифікація стратегій перекладу рекламних слоганів, подається аналіз прикладів кожного з видів.

**Ключові слова:** реклама, рекламний слоган, фотоматеріал, алітерація.

Реклама у сучасному світі є складне соціальне явище, котре зробило крок далеко за межі виду трудової діяльності людини. Реклама – не просто бізнес, це

значно ширше явище, яке має вплив майже на всі сфери життя суспільства. У період розвитку технологій саме англомовна реклама займає провідне місце у світовому інформаційному просторі в плані впливу та обсягу. Все більше міжнародних брендів потребують перекладу своїх рекламних слоганів на різні мови, адже ми живемо у прогресивному світі інформаційних технологій і все частіше перед нами з'являються реклами як в інтернеті так і на телебаченні.

У зв'язку з міжнародними відносинами у сфері торгівлі і туризму, тема особливостей перекладу рекламних текстів є актуальною, так як метою рекламних слоганів є привернення великої кількості споживачів.

Тож метою нашої статті є виявлення специфічних характеристик рекламних слоганів, особливостей і стратегій перекладу українською мовою.

Особливості рекламних слоганів неодноразово ставали предметом досліджень у наукових працях таких науковців, як: Т. Ковалевська, Н. Кутуза, Ф. Котлер, С. Тонзалез, А. Вайзе.

Життя сучасної людини неможливо уявити без реклами; вона зустрічається на кожному кроці та має різноманітний характер і втілюється у різні форми масової інформації. Між рекламою і ЗМІ існує тісний зв'язок, який полягає в тому, що засоби масової інформації виступають платформою для розміщення різноманітних рекламних текстів.

Рекламний слоган – це коротке самостійне повідомлення, яке може існувати незалежно від інших рекламних продуктів і являє собою згорнутий зміст рекламної кампанії [3, с. 14]. Саме рекламний слоган є одним із основних засобів привернення уваги та інтересу аудиторії. Його безпосередній вплив на споживача полягає в тому, що він імпліцитно спонукає його до покупки та вказує на переваги товару чи послуги [1, с. 121].

Рекламу можна розглядати як комплекс різноманітних подразників: кольору, форми, контрастності, обсягу, інтенсивності та ступеню новизни рекламного повідомлення. Чим сильніше подразник реклами, тим більше збудження викликає і відповідно посилюється рекламна дія.

Раціонально використовуючи емоційну складову рекламного повідомлення, збільшується дія реклами. У процесі сприйняття реклами важливе значення має її обсяг. Доросла людина може охоплювати поглядом більше п'яти-шести об'єктів одночасно; при зменшенні їх кількості увага стає більш концентрованою і в той же час, зображення не повинно бути перевантаженим деталями.

При перекладі рекламних текстів, важливо пам'ятати, що вони значно відрізняються від текстів іншого жанру. Перш за все, ці відмінності проявляються в різному комунікаційному напрямку. Основне завдання реклами – продати товар чи послугу. У зв'язку з цим, М. Запорожець виділяє відповідну структуру рекламних слоганів, кожний символ якого повинен мати відповідні реакції у споживача. Ця структура включає чотири аспекти: заголовок, слоган, основний текст і ехофразу.

Спираючись на проведений аналіз англомовних рекламних повідомлень, слоганів та їх переклад українською мовою можна виділити кілька стратегій, які застосовуються при перекладі [3; 2].

Однією з таких стратегій є відсутність перекладу. Слогани, що не перекладаються, використовуються для візуального оформлення самої реклами. Така реклама привертає увагу покупців. Ця стратегія застосовується до наступних видів товару як: парфуми, прикраси, одяг та алкогольні напої. Таку рекламу створюють за рахунок фотоефектів, але за умови, що текст реклами виконує апелятивну функцію. Тобто, його мета – підштовхнути людину до купівлі якогось товару чи послуги. Наприклад: «A diamond is forever» – діаманти назавжди або «DIOR J'adore» – Я це обожаю.

Такий спосіб, звичайно, доцільно використовувати при перекладі лише коротких і максимально лаконічних слоганів, значення, яких буде зрозумілим великій кількості людей.

Наступною стратегією перекладу є запозичення рекламного тексту. В цьому виді застосовуються позитивні асоціації та культури країни, яка є виробником товару чи послуги. Саме тому слогани та логотипи залишають без перекладу, але повідомлення в перекладі може бути доповнене додатковим текстом.

Наприклад: «-Intel inside», «-Do you ... Yahoo!?!», «-Zoom-Zoom». Два останніх слогана не перекладаються. А перший доповнений словом «inside», що означає всередині.

Рекламні повідомлення можуть перекладатися за допомогою прямого перекладу. Дана стратегія застосовується в тому випадку, коли є необхідність передати багато інформації, наприклад у рекламі технічної продукції. Ця стратегія застосовується дуже рідко, адже вона майже не враховує особливості культури мови перекладу.

Наприклад: Get off at the fashionable end of Oxford Street, drift into the achingly cool technology hall of London's most happening department store and view this year's must-have plasma courtesy of the sound and vision technologist in the Marc Jacobs sandals... Then go to dixons.co.uk and buy it. Dixons.co.uk. Dixons.co.uk. The last place where you want to go.

Слоган «M & M's» – «Melt in your mouth, not in your hands» на українську перекладається: «Тає у роті а не в руках». LG: «Life's Good» – «Життя прекрасне».

Наступним методом перекладу є адаптація – рекламний текст адаптують відповідно до особливостей культури мови-перекладу, але при цьому обов'язково зберігають фотоматеріал. Фотоматеріал – це матеріал, який використовують у фотографії. Контактний друк, репродукції накідного монтажу, фотосхеми, фотокарти, фотоплани.

Наприклад: Same space outside, more space inside. – Менший ззовні, більший всередині.

При ревізії формується новий текст, але при умові збереження фотоматеріалу. Ця стратегія є не надійною, адже текст і фотоматеріал мають відображати єдиний рекламний концепт.

Аналізуючи кожен з п'яти вищезгаданих стратегій ми можемо стверджувати, що кожна з них має свої переваги та недоліки [4].

До основних п'яти стратегій можна віднести й риму. Хоча складно відтворити переклад у віршованій формі, зберігаючи при цьому смисл. Саме тому більшість

копірайтерів (люди, що пишуть рекламні тексти на замовлення) уникають використання рими у перекладі, замінюючи її при цьому іншим художнім прийомом – алітерацією.

Алітерація – це повторення однакових приголосних, що додають тексту більшої виразності. Прикладом може служити слоган фірми Maybelline: «Maybe she's born with it. Maybe it's Maybelline» – Всі в захваті від тебе, а ти від «Мейбеллін».

Творці рекламних слоганів використовують різні прийоми для залучення уваги до рекламованого об'єкту, що здійснюється за рахунок емоційної складової. Для її створення використовується цілий набір засобів виразності і стилістична забарвленість.

Крім експресивності, ще однією особливістю реклами є компресія інформації в ній, іншими словами, це значна смислова ємність повідомлення при мінімальній кількості елементів. Це досягається за рахунок подібної концептуалізації основної ідеї реклами. В образній уяві ідеї задіяні відразу кілька розумових операцій: це і поєднання схожих аспектів порівнюваних об'єктів; і узагальнення образу, в основі якого спостереження за поведінкою цільової аудиторії; і перенесення акту придбання рекламованого об'єкта на його результат, тобто зображення вигоди від придбаного товару в дії.

Розглядаючи рекламні слогани, слід пам'ятати, що ознакою успішного перекладу є гармонійне сполучення основної рекламної ідеї із вищенаведеними стратегіями перекладу.

Таким чином, можна зробити висновок, що рекламний текст – це абсолютно особливий вид тексту, для перекладу та адаптації якого перекладачеві доводиться докладати чимало зусиль. Переклад рекламних слоганів є достатньо клопіткою роботою, тому необхідно не тільки володіти мовою оригіналу та перекладати текст, але і врахувати реакцію покупця. Саме тому розуміння взаємозв'язку, культурних стереотипів, менталітету народу і національної мови є для перекладача необхідними. Вибір того чи іншого способу або прийому перекладу залежить від багатьох факторів: характеру перекладного тексту, аудиторії споживача рекламної продукції, особливостей психології перекладача тощо.

#### **Список використаних джерел:**

1. Вінарева О. В. Структурний, семантичний і прагматичний аспекти англomовних торгових назв (на матеріалі веб-сайтів мережі Інтернет): дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / О. В. Вінарева. – К., 2005. – 327 с.
2. Романова Т. Н. Слоганы в языке современной рекламы / Т. Н. Романова // Лингвистика, 2001. – № 3. – С. 32 – 38.
3. Солошенко А. Д. Комунікативно-прагматичні аспекти рекламного слогану в межах моделі рекламного впливу (на матеріалах американської побутової реклами): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04 «Германські мови» / А. Д. Солошенко. – Львів, 1990. – 43 с.

4. Стратегії перекладу рекламних текстів [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: [http://otherreferats.allbest.ru/languages/00208093\\_0.html](http://otherreferats.allbest.ru/languages/00208093_0.html)

### **Alina Shelever. The ways of advertisement slogans translation**

The article is devoted to the peculiarities of English advertising slogans translation into Ukrainian. The classification of translation strategies is provided and the analysis of each type examples is given.

**Key words:** advertising, advertising slogan, photographic material, alliteration.

УДК 81'25-021.321:398.9-029:811.111=811.161.2(045)

**Катерина Шерстюк**

студентка

Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: С. А. Остапенко

## **ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ ПРИСЛІВ'ІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ**

В роботі визначається важливість вивчення прислів'їв, розглядається різниця між прислів'ями та приказками, аналізуються способи та особливості перекладу англійських прислів'їв українською мовою на різноманітних прикладах.

**Ключові слова:** прислів'я, приказка, еквівалент, аналог, переклад.

В двадцять першому столітті культури різних країн перетинаються, а саме, шаленими темпами розвиваються туризм, міжконтинентальне спілкування та співробітництво. І для досягнення взаєморозуміння, мирного вирішення тих чи інших проблем людям необхідне досконале знання культур одне одного, невід'ємною частиною яких завжди є прислів'я та приказки.

Існує комплексна наукова дисципліна, яка вивчає взаємозв'язок і взаємодію культури та мови – лінгвокультурологія. Її розвитком і розробкою основних теорій та методів займалися такі вчені, як В. Телія, Є. Юрков, О. Зінов'єва, В. Воробйов, В. Красних та ін. [1]. До проблеми перекладу англійських прислів'їв у своїх роботах зверталися такі філологи, як С. Кузьмін, Н. Шадрін, до питань способів перекладу звертався А. Кунін, В. Виноградов. Тлумаченням англійських прислів'їв займалися Р. Рейдаут та К. Уїттинг.

Мета роботи – зазначити важливість вивчення прислів'їв, різницю між прислів'ями та приказками, визначити особливості перекладу англійських прислів'їв українською мовою.

Як відомо, прислів'я та приказки є складовими національної спадщини будь-якого суспільства і нації. Знаючи їх походження та значення, можна з легкістю зрозуміти особливості даного суспільства, дізнатись більше про його життєдіяльність. Саме тому докладне вивчення як самих прислів'їв і приказок, так і їх перекладу на інші мови є важливим на сьогоднішній день.

Що стосується англійської мови, то можна з упевненістю сказати, що дана мова є володарем величезної культурної спадщини, що включає безліч ідіом, прислів'їв, приказок та фразеологізмів. Вивчення англійських прислів'їв та приказок допоможе іноземній людині краще зрозуміти англійський народ.

На сьогоднішній день прислів'я, як ніколи, тісно перетинається з повсякденним життям людей, адже прислів'я використовуються в літературі, кінематографі, музиці, живописі, релігії, науці, рекламі.

Так склалося, що прислів'я та приказки схожі за своєю структурою, але між їхнім значенням є велика різниця: приказка, на відміну від прислів'я, не містить узагальнюючого повчального сенсу. Часто, приказки є скороченим прислів'ям. І це підтверджується як англійською, так і українською мовами.

Наприклад:

English: 1) Proverb

Only fools cry for the moon – Тільки дурень обіцяє золоті гори

2) Saying

To cry for a moon – Обіцяти золоті гори

Українська: 1) Прислів'я

Рідна мова – не полова: її за вітром не розвієш

2) Приказка

Рідна мова – не полова

Серед вчених існує багато точок зору щодо способів перекладу прислів'їв. Зокрема, В. Виноградов виділяє п'ять можливих способів перекладу прислів'їв: повним відповідником (еквівалентом), частковим відповідником, «псевдоприслівним» відповідником, описовим перекладом, калькуванням [2, с. 190]. А. Кунін виділяв такі способи перекладу: повним еквівалентом, частковим еквівалентом, буквализмом, контекстуальними замінами, вибірковими еквівалентами [3].

У нашому дослідженні ми проаналізуємо переклад англійських прислів'їв і приказок на українську мову, використовуючи способи перекладу, запропоновані І. Корунцем: спосіб вибору абсолютних еквівалентів, спосіб вибору близьких еквівалентів, спосіб вибору справжніх аналогів, спосіб вибору приблизних аналогів [4, с. 182].

1) Спосіб вибору абсолютних еквівалентів.

Це спосіб перекладу, за яким кожен компонентний склад прислів'я вихідної мови зберігається без змін в цільовій мові.

Даний метод перекладу використовується при роботі з прислів'ями, які виходять з одного джерела в обох розглянутих мовах. Цими джерелами можуть бути: міфологія, стародавня література і історія, Біблія.

Безліч абсолютних еквівалентів виникають з сучасних літературних або історичних джерел, що відносяться до різних мов (в основному англійська, французька, іспанська, данська, німецька, італійська, арабська).

Наприклад: My house is my castle.

Англійське прислів'я перекладається дослівно: Мій дім – моя фортеця.

Воно означає, що дім для людини має бути найбезпечнішим місцем на землі.



Аналогічно: Time is money – Час – гроші; Strike while the iron is hot – Куй залізо, поки гаряче; Better late than never – Краще пізно, ніж ніколи.

Деякі вислови відомих англійських та американських авторів також перетворилися в прислів'я, які тепер відомі на багатьох мовах.

Наприклад: T. Jefferson: Never put off till tomorrow what you can do today.

Дослівний переклад прислів'я – Ніколи не відкладай на завтра те, що можеш зробити сьогодні. Воно означає, що розумна людина повинна розставляти пріоритети, розподіляти свій час правильно.

Аналогічно: W. Hamilton: Great on the ground – only a man, great in man is only the mind – Великого на землі – тільки людина, великого в людині – тільки розум; W. Shakespeare: Better a witty fool than a foolish wit – Краще дотепний дурень, ніж дурний дотеп.

2) Спосіб вибору близьких еквівалентів.

Зміст чималої кількості прислів'їв, що виникають в обох мовах із загального джерела можуть іноді мати, на відміну від абсолютних еквівалентів, один або навіть більшість компонентів, що відрізняються від їх компонентів у країнах досліджуваної мови.

При цьому змінюється лише якість зображення даних висловів, а мальовничість та виразність залишається незмінною.

Наприклад: Measure twice, cut once.

Дослівний переклад прислів'я: Відміряй двічі, один раз відріж. Але в українській мові цьому прислів'ю відповідає інше, з частковим еквівалентом – Сім раз одміряй, один раз одріж. Воно означає, що людина повинна спочатку обдумувати своє рішення, перевірити його і тільки після цього робити ту чи іншу дію.

Аналогічно: Hawks will not pick hawks' eyes out – Ворон ворону око не виклює; You can not catch an old bird with chaff – Старого горобця на полові не впіймаєш.

3) Спосіб вибору справжніх аналогів.

Переважає більшість англійських прислів'їв мають схожі за змістом прислів'я українською. Іноді такі лексично відповідні вирази вихідної мови можуть також легко сприйматися для цільової мови при аналогічних або ідентичних структурних формах. Цим прислів'ям природно в більшості випадків легко даються відповідні аналогії у мові перекладу.

По суті, ці прислів'я іноді дуже близькі до їх метафоричних значень в англійській та українській мовах.

Наприклад: There is no use crying over spilt milk.

Дослівний переклад прислів'я: Немає сенсу плакати над пролитим молоком. В українській же мові є відповідник даному прислів'ю: Що з воза впало, те пропало. Воно означає, що немає сенсу вимагати те, що вже втрачено.

Аналогічно: The grass is always greener on the other side of the fence – Добре там, де нас немає; Like mistress, like maid – Яблуко від яблуні недалеко падає.

Багато подібних прислів'їв часто можуть мати два і більше аналоги за змістом у мові перекладу. Вибір аналогів залежить потім від перекладача і зумовлюється стилем тексту.

Наприклад: *He that lies down with dogs must rise up with fleas.*

Дослівний переклад прислів'я: Він, що лягає з собаками, має піднятися з блохами. В українській мові є декілька відповідників: З ким поведешся, того і наберешся; Скажи мені, хто твій друг, і я скажу тобі, хто ти. Воно означає, що людина має здатність переймати якості своїх товаришів та друзів.

Аналогічно: *Don't cross the bridges before you come to them* – Не поспішай поперед батька в пекло; Не кажи гоп, доки не перескочиш.

4) Спосіб вибору приблизних аналогів.

Деякі прислів'я можуть мати специфічний характер їх складових частин, який формує національну своєрідну виразність і мальовничість компонентних зображень. Ці частини, зазвичай, мають прихований сенс, який може бути неявним і незрозумілим для іноземця.

Саме через ці національні особливості у мові перекладу можливо немає справжніх аналогів тим чи іншим прислів'ям. Тоді їх лексичне значення може бути вираженим лише за допомогою приблизних аналогів.

Ці аналогії лише в невеликій мірі схожі на свої відповідники, але вони мають таку ж степінь експресивності і виразності.

Наприклад: *The voice of one is the voice of none.*

Докладний переклад прислів'я: Голос одного – це голос нікого. В українській мові існує приблизний аналог даному прислів'ю: Один у полі не воїн. Воно означає, що люди можуть досягти успіху тільки завдяки спільній роботі.

Аналогічно: *One man's meat is another man's poison* – Що корисно одному, то другому шкідливо; *A cat in gloves catches no mice* – Без праці не витягнеш і рибки зі ставка.

Таким чином, прислів'я – це короткий народний вислів з повчальним змістом, який складався впродовж довгих століть на основі досвіду предків. Вивчення походження прислів'їв, їх складу, перекладу іншими мовами дає можливість краще зрозуміти особливості народної життєдіяльності, зробити корисні висновки для себе.

Також, не можна забувати і про те, що прислів'я, приказки та інші народні вислови дуже схожі, тому, зазвичай, їх плутають між собою. Тож, в роботі було зазначено і наведено приклади різниці між ними.

До перекладу прислів'їв потрібно відноситись з особливою відповідальністю, адже їм притаманна виразність та мальовничість. Ці характеристики надають прислів'ям такої особливості, що вони можуть бути незрозумілими для іноземних дослідників. Тому, як було з'ясовано і наведено приклади, існує чотири основних способи перекладу англійських прислів'їв українською мовою, які найбільш точно передають зміст та стилістичну оформленість висловів: спосіб вибору абсолютних еквівалентів, спосіб вибору близьких еквівалентів, спосіб вибору справжніх аналогів, спосіб вибору приблизних аналогів.

### Список використаних джерел:

1. Гольев А. А. Лингвокультурологические особенности перевода пословиц и поговорок на русский, английский, эстонский языки / А. А. Гольев // Вестник Адыгейского государственного университета. – 2014. – № 1 (134).
2. Виноградов В. С. Введение в переводоведение / В. С. Виноградов. – М. : Издательство ИОСО РАО, 2001. – 224 с.
3. Кунин А. В. О переводе английских фразеологизмов в англо-русском фразеологическом словаре / А. В. Кунин // Тетради переводчика. – 1964. – № 2. – с. 3.
4. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад): Підручник / І. В. Корунець. – Вінниця : Нова Книга, 2003. – 448 с.

### **Kateryna Sherstiuk. Peculiarities of English proverbs rendering into Ukrainian**

The article specificates the importance of proverbs studying, difference between a proverb and saying, analyses ways and peculiarities of English proverbs rendering into Ukrainian via various examples.

**Key words:** proverb, saying, equivalent, analog, translation.

УДК 81'25-021.321:82-6(044.4)=811.161.2(045)

**Римма Шокер**

студентка

Донецький національний університет

економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: Д. В. Фурт

### **ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ДІЛОВИХ ЛИСТІВ З АНГЛІЙСЬКОЇ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ**

У статті розглянуто граматичні особливості англійських ділових листів, окреслено проблеми, що виникають під час перекладу листів українською мовою та співставлено структури написання англійського ділового листа з українським.

**Ключові слова:** діловий лист, переклад, англійська мова, українська мова, проблеми перекладу, назва, аббревіатура, правила перекладу.

З розвитком міжнародних відносин та створенням великої кількості нових організацій, зростає роль ділових листів; від правильності їх написання залежать стосунки з діловими партнерами та процес вирішення багатьох питань. Тому дослідження ділового листа, як засобу комунікації в офіційно-діловій сфері життя, набуває все більшого значення, а дослідження особливостей перекладу таких листів стає більш актуальним.

Питання перекладу ділових листів досліджувалось у роботах таких мовознавців, як: І. Шаргай, Т. Крисанова, В. Карабан, А. Швейцер, А. Федоров, В. Комісаров, В. Радченко, Т. Ісупова тощо.

Метою даної статті є визначення головних труднощів, які виникають при перекладі англійських ділових листів українською мовою, а також знаходження шляхів вирішення найбільш розповсюджених проблем та відмінності між структурою англійського ділового листа та українського.

Діловий лист – це невід’ємна частина ділової сфери, яка відноситься до переліку основних сфер діяльності будь-якого суспільства; це поширений вид документації та один із засобів обміну інформацією. Офіційні листи належать до основних засобів встановлення офіційних, службових контактів між підприємствами, організаціями, установам, фірмами та закладами [7].

У «Великому тлумачному словнику української мови» за редакцією В. Бусела можна знайти таке визначення цього поняття: «Діловий лист – узагальнена назва великої групи управлінських документів, які служать засобом спілкування між установами, організаціями, відомствами» [1].

При написанні ділових листів завжди дотримуються певних правил, тому, під час їх перекладу з іноземної мови, обов’язково потрібно враховувати особливості лексико-граматичної структури певних мов.

Звичайно, під час перекладу ділового листа з англійської на українську мову виникає чимало труднощів. Однією з таких проблем є заміна типу синтаксичного зв’язку. Як відомо, англійська та українська мови у складних реченнях мають зв’язки сурядності та підрядності, а під час перекладу може відбутись заміна як підрядності на сурядність, так і сурядності на підрядність. Наприклад: *We have just had to lay off twenty four employees and there is no way that I could justify hiring someone new under those circumstances.* – Нам тільки-но довелося звільнити двадцяти чотирьох працівників, тому, немає жодної можливості для того, щоб найняти нову людину [5]. В даному випадку англійський сполучник сурядності «and» (єднальний сполучник), було змінено на український сполучник підрядності «тому» (сполучник причини), тобто відбулася заміна типу синтаксичного зв’язку. До причин такої трансформації дослідники нерідко відносять індивідуальність стилю перекладача.

Наступною проблемою є переклад абревіатур, які часто використовуються під час ділового листування. Вони є зручними для спілкування у вузькому колі фахівців. Але під час перекладу з англійської мови слід застосовувати функціональні відповідники таких абревіатур. Наприклад: *chq* (*cheque*) – чек, *f.e.* (*for example*) – наприклад, *IT* – *Italy*, *CA* – *Canada*.

Ще однією особливістю перекладу листів є зміна порядку слів, фраз чи речень, що не притаманно англійській мові. Під час перекладу українською мовою, частини речення змінюють своє положення. Таким чином вони дотримуються логічної послідовності, яка властива мові перекладу. Наприклад: *An Italian delegation arrived in city yesterday.* – Вчора в місто прибула делегація з Італії. Таке явище мовознавці називають – перестановка.

Також, під час перекладу, речення може розчленуватися. Так складне речення ділиться на декілька простих. Наприклад: *I am sure Anna Konar that you recommended is a very interesting person, I believe it would be fair to take her to the position of an accountant.* – Я впевнений, що Анна Конар, яку ви рекомендували дуже цікава людина. Я вважаю, було б справедливо, прийняти її на посаду бухгалтера.

Дане явище детально досліджував мовознавець А. Швейцер, який стверджував, що розчленування відбувається через більшу лаконічність та економність вираження думки в англійській мові порівняно з українською.

Серед труднощів перекладу ділових листів, виділяють проблему перекладу назв фірм, корпорацій та об'єднань. Такі назви поділяють на прості (одне слово) та складні (два і більше слів). Загальновідомі фірмові назви не перекладаються, а транслітеруються. Наприклад: *Benlow Corporation* – Бенлов Корпорейшн. Якщо назва маловідома чи нова, потрібно застосувати пояснення назви. Наприклад: *Stepss* – страхова компанія *Stepss*; *Stepss* (страхова компанія).

Власні імена при перекладі транслітеруються: *Michel White* – Мішель Вайт, *Peter Clifton* – Пітер Кліфтон. Але передача ініціалів при перекладі викликає більше труднощів, так для більшості англійських ініціалів, існує декілька українських відповідників. Для того, щоб передати ініціали правильно, перекладач повинен знати повне ім'я, яке позначене ініціалом, якщо воно не відоме перекладачеві, то краще вилучити ініціали з тексту. Необхідно пам'ятати, що ініціали не транскодуються, а передаються першою літерою українського відповідника повної форми англійського імені: *John G. Holloway* – Джон Г. Холовей; *Jerry H. Friend* – Джері Фруенд [3].

Найбільше помилок можна допустити при перекладі поштових адрес. Головною відмінністю між структурою написання української адреси та структурою англійської адреси є те, що всі дані знаходяться у зворотньому розташуванні. Наприклад:

Anna Holloway  
2751 W. Tom Thumb Ave.  
Austin, TX 15764, USA

США, 15764,  
штат Техас, м. Остін,  
вул. Волт Том Сам Авеню, б. 2751  
Анна Холовей

Зараз постає питання про те, чи слід перекладати адресу взагалі. Чимала кількість перекладачів вже практикують такий метод і не перекладають адресу, пояснюючи це тим, що її переклад може нашкодити надходженню листа до адресата.

Однією з найскладніших проблем є переклад багатозначних слів. Це часте явище в сфері перекладу. Так, наприклад слово *position*; найрозповсюджене значення при перекладі даного слова це – посада – службове становище, яке несе за собою певні обов'язки. Але англійське слово *position* також має наступні значення: 1) місце положення; 2) можливість; 3) залишок грошей на рахунку; 4) співвідношення фінансових активів і зобов'язань інвестора тощо [2].

Тому під час перекладу багатозначного слова, слід звертати увагу на зміст самого тексту чи на словосполучення до якого це слово може відноситись.

До переліку проблем, які зустрічаються під час перекладу ділових листів також відносяться:

- переклад термінологічної лексики;
- переклад дат та часу;
- переклад стандартизованих кліше;

- переклад скорочень різного роду;
- переклад інфінітивних конструкцій;
- переклад омонімічних скорочень;
- переклад конструкцій активного і пасивного стану тощо.

Отже, ділове листування є невід'ємною частиною нашого життя та основною складовою ділових відносин. Переклад ділових листів – дуже складний процес. Для його здійснення перекладач повинен досконало знати як українську, так і англійську мову, вміти виявити помилку в перекладі та знати шляхи її подолання.

Перекладачеві потрібно з точністю передати зміст оригінального листа під час перекладу, уникнути виникнення різного роду трансформацій та спрямувати свої знання не тільки на правильність перекладу, а і дотриматись лексико-граматичних особливостей мови на яку перекладає.

Існує велика кількість проблем, що виникають під час перекладу ділового листування. До основних труднощів відносяться: заміна типу синтаксичного зв'язку, переклад абревіатур та зміна порядку слів, розчленування складних речень, переклад назв та власних імен, багатозначність слів та переклад поштової адреси.

#### Список використаних джерел:

1. Бусел В. Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови / В. Т. Бусел. – К; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2005. – 1728 с.
2. Драбов Н. Ю. Особливості перекладу ділових листів / Н. Ю. Драбов // Сучасні дослідження з іноземної філології. – 2013. – Вип. 11. – С. 97 – 102.
3. Крисанова Т. А. Лексико-граматичні особливості англійського та українського ділового листа: компаративний аспект / Т. А. Крисанова // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Розділ І. Соціолінгвістика та прагматика комунікації. – № 17. – 2009. – С. 31 – 34.
4. Мілейко О. Ю., Мирошніченко В. М., Особливості перекладу ділової кореспонденції / О. Ю. Мілейко, В. М. Мирошніченко // Актуальні проблеми загальної та професійної освіти. – Харків, 2009. – С.415 – 421.
5. Орел А. С., Мамонов Є. О. Граматичні особливості перекладу ділових листів з англійської мови українською / А. С. Орел, Є. О. Мамонов // Донбаський державний педагогічний університет», Слов'янськ, Генерала Батюка. – 2016. – С. 36 – 43.
6. Чепурна М. А. Особливості перекладу ділових листів / М. А. Чепурна // Лінгвістика і поетика тексту. Філологічні студії. – Вип.12. – 2015. – С. 204– 210.
7. Шевчук С. В. Українське ділове мовлення: Навч. Посібник / С. В. Шевчук // – К. : Літера. – 2003. – С.105–195.

### **Rymma Shoker. Features of business letters translation from English into Ukrainian language**

The grammatical features of English business letters are considered, the problems that appear during translating letters into Ukrainian are circumscribed, the structures of English and Ukrainian formal letters are compared.

**Key words:** business letter, translation, English, Ukrainian, the problem of translation, the name, abbreviation, rules of translation.

# ІНОЗЕМНІ МОВИ ЯК ЗАСІБ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

УДК 81.111-021.414:323.3-029:33(045)

**Pavlo Baranets**

student

Donetsk National University of Economics and Trade  
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky

Kryvyi Rih, Ukraine

Scientific Supervisor: K. Novikova

## THE ROLE OF THE ENGLISH LANGUAGE IN ECONOMIC PROFESSIONS

The present article is devoted to the role of the English language in economic professions, the requirements of modern society to these professions and language skills which an economist should possess.

**Key words:** economics, economist, the English language, finance.

Economic professions appeared hundreds of years ago, when basic economic concepts were created: goods, exchange and money. Over the past century, the functions of economic professions have changed significantly and have expanded.

The present article is aimed to prove the importance of the English language in the professional economic field.

An economist is a person who collects and analyzes information about manufacturing activity, then estimates how successful it is and prepares reports for the management to increase the production indicators [1]. They are ones of the most important specialists at the labour market.

Let's consider what skills and abilities a person, who wants to be an economist, should have:

- to understand the laws of economics and the laws of social development as such;
- to be able to analyze statistic information and obtain its correct interpretation;
- to have a profound knowledge of law;
- to be able to communicate in foreign languages.

Let's look at the last item in detail. Nowadays, there is no person who would not speak about the importance of English in the world. There is no person who would like to speak this "miracle" language which opens plenty of incredible opportunities. People who master this language are able to communicate with the whole world. Increasingly, companies impose language requirements, even if language skills are not important for this kind of work. The question arises: How English can help you to achieve success in the economic and financial field?

Deep knowledge of English in the field of economics and finance is a big step for career move and successful work. Ukraine business is increasingly integrated into the world economy, and significant knowledge of foreign languages, at least one, becomes as basic skill as the ability to work on computer. Enterprises and companies are trying to decline the translation services at least in English, and most of all they

want to recruit staff that is able to translate specialized economic literature and documentation.

General knowledge of a foreign language frequently is not sufficient for understanding the narrow field of difficult economic information and for successful communication with foreign colleagues in the field of economics and finance. In our time, when there is a globalization of the economy, the international languages such as English or German have a big role. They help to assess correctly what happens in the international economy, to prepare the appropriate strategy and improve the economic efficiency of the enterprise.

So why is English so valuable in the economic sphere? First of all, economists should improve their skills during their lives. Almost all economic literature is published in English, so economists should have banal reading skills in English if they want to know about the latest innovations.

Starting with the basics of economic theory, most of the concepts and ideas were invented by the British or American economists, that's why, any theory or term have English origin and competent specialists prefer to get acquainted with the works in the original, because they don't want to miss any details and they want to be sure that they know full theoretical concepts and methods without any deformation or inaccuracy that can arise during the translation into their native language. English skills help them to assimilate this information as quickly as possible.

Economics is a very complex science that has many branches and a huge number of different courses, which involves an increased level of foreign language study. You can't do anything without English at a good level in specializations such as accounting, analysis and control of foreign economic activity; commerce at the foreign market for goods and services; International statistics; Investment business and others.

If a graduate in economics and finance has a deep knowledge of English, his/her chances to get a job in global company or enterprise on the position of manager or broker are extremely higher than those of person who doesn't have any knowledge of foreign language. Another option is an employment office of a foreign company in Ukraine, and 2/3 of the Ukraine companies have foreign partners [2]. Knowledge of foreign language increases the value of a jobseeker's salary in this field an average of 30%.

The financial managers and bank employees should speak foreign language, if their bank wants to become transparent, i.e., maintain financial records in accordance with international standards (IFRS). Generally IFRS are made in English. These professionals should be familiar with the new forms of management analysis and monitoring of the state of business processes, use sources of information in a foreign language to practice. They have to deal with foreign investors on the fund-raising projects in organization [3].

In daily professional activities of specialists in economics and finance a foreign language is required for:

- study the theory and practice of foreign trade, international business;
- possession of a vocabulary of economic terms, the expansion of knowledge in the field of economics (all modern textbooks are written mainly in English);



- reading professional literature and materials with the extraction of the necessary information, the acquisition summarization skills, annotating;
- processing large volumes of information in a foreign language;
- free professional communication with colleagues both in Ukraine and abroad;
- business correspondence, documentation in foreign language;
- intercultural communication, expanding horizons, convergence of different cultures.

Finance analysts must be proficient in English for monitoring and analysis of global financial markets; securities market; study the financial activities of companies that issue shares; make recommendations for the purchase / sale of shares; reporting [1].

To speak English fluently is very important for brokers. Currency and trading markets are global in nature, and all analytical materials on them are available in English. In order to have the information first-hand, exclude transfer errors and, consequently, to take quick and correct decision, to have a better chance of a good deal, to communicate with English-speaking colleagues, professional broker must know Business English with lots of terms and conversational phrases. Brokers also need knowledge of the English language to fill in the various registration forms, with the help of the support services, improve their professional level (a lot of training materials are in English). They need a high speed reading and perception of information in English [1].

Good knowledge of foreign languages is very important for insurance activity. Professionals need to know the basic types and forms of international security; be able to negotiate with contractors; work with foreign documents; use their professional knowledge to protect the interests of the State, organizations and individuals in the international arena; resolve any issues without the assistance of an interpreter. It is important to know the professional terminology, because the transfer of nuances sometimes depends on the correct interpretation of the insured event.

To confirm the high level of knowledge of professional English in the field of economics and finance, there are international certificates. In the field of accounting and financial management – ICFE (International Certificate of Financial English). Certificate of Business English (BEC) is suitable for all spheres of economic activities. For experts such certificates are like passports to work in international companies. It is possible to pass exams to obtain such certificates when you are still a student. In this case, you will be able to participate in international students' conferences and students' exchange programmes, listen to lectures of the best foreign professors with active participation in discussions, and receive foreign grants and scholarships.

Finally, do not underestimate the role of the English language in negotiations with foreign partners. With a good amount of knowledge a person can easily and quickly agree with partners during negotiations, because if they see how good this person speaks foreign language, they understand that this person is strong, well-developed personality. Successful negotiations for many company and enterprises have a huge role in their profitable and competitive activities on the global market.

That's why chairman of the big companies are always happy to accept such an economist for this responsible, high-payment vacancy.

So, English is very important in the economic field. It gives great advantages and opportunities in the development of career ladder. You will be more popular in the labour market and you can achieve great success in this field. You will be able to work at the international level that will help you to develop as a person and will greatly help to increase your financial well-being. You will have the highest priority for employers than you colleagues who don't know foreign language. A huge selection of books related to your profession that you can read will help you to be aware of all the innovations and to be on top on your professional field. And if you still do not know English, it's time to start learning the foreign language that opens up limitless possibilities in front of you.

#### References:

1. Международная торговля и право [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.imtp.ru/courses/language-courses/english-courses/articles/language\\_for\\_economic.php](http://www.imtp.ru/courses/language-courses/english-courses/articles/language_for_economic.php).
2. Oxford dictionary of Economics. – Oxford University Press, 2009.
3. Профессия экономиста [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kto-kem.ru/professiya/ekonomist/>

#### **Павло Баранець. Роль англійської мови в економічних професіях**

Стаття присвячена ролі англійської мови в економічних професіях, вимогам, які сучасне суспільство висуває до цих професій та мовленнєвим навичкам, якими повинен володіти економіст.

**Ключові слова:** економіка, економіст, англійська мова, фінанси.

УДК (005.745-029:33-044.22)-048.42=811.11(045)

**Yelyzaveta Bezboroda**

student

Donetsk National University of Economics and Trade

named after Mykhailo Tugan-Baranovsky

Kryvyi Rih, Ukraine

Scientific Supervisor: K. Novikova

#### **ORGANIZATION OF A BUSINESS CONFERENCE IN ENGLISH**

The present article deals with the role of the English language during business conferences. The main stages of running and organization of business conferences are considered, the examples of English useful expressions which can be used at the different conference stages are provided.

**Key words:** business conference, conference stages, communication, useful language at the conference.

Nowadays business conferences have big popularity and significance in our society. The conference is the most convenient way of communication between business partners who are needed to be interested in services of the company that organized the meeting.

The present article is aimed to develop universal principles of business conferences organization, depending on their objectives and types, and analyse the language which can be used during the conference.

**Conference** (from Latin “*confero*” – to gather in one place) – a meeting of groups of people, individuals, organizations to discuss certain topics [1].

According to Pauline Appleby “Conferences are sometimes also called seminars, which are usually smaller groups of delegates, or symposiums – a conference or meeting to discuss a particular subject. Whatever the title, and whatever the subject, one thing is instrumental to them all: that is communication” [3].

Oxford Dictionary defines a conference as “a formal meeting of people with a shared interest, typically one that takes place over several days” [2].

There are a lot of different types of conferences, namely academic, business, trade, professional and many others. The type of the conference depends on the topic, goals and sources of information.

In present article the main focus is given to business conference as a vital part of economic activity.

Business conference is a meeting of representatives of one or several companies to discuss the results of cooperation in the field of business, to discuss the problems encountered in the implementation of business ideas, solutions to these problems, interaction improvement. Such meetings are usually held in the conference rooms equipped with special equipment for conferences (projectors, screens, simultaneous translation system, and so on).

Business conferences can have different reasons such as:

- to share information and ideas;
- to find solutions to unsolved problems;
- to raise awareness about new achievements, partners, products, etc.;
- to introduce representatives of different organizations and to establish communication between them;
- to learn some vital information;
- to promote company’s products;
- to discuss new ideas, innovations, plans, etc. and ways of their implementation;
- to bring together members or employees spread throughout the country or overseas;
- to demonstrate company’s successes and achievements (in the form of presentations, master classes, workshops).

Conferences can be customized to your own specific requirements. They can last for a whole day, half a day, a weekend, an evening, two days or more. The word ‘conference’ merely describes the nature of the event. The content, duration and outcome of it can be entirely at your discretion. Although you may feel more confident following someone else’s example at your first event, feel free to be imaginative and creative. Conferences do not all have to consist of a panel of speakers addressing a totally passive audience. You could include debates, hands-on experiences, workshops and discussion groups. It can be kicked off with a sponsored

breakfast and finished off with a gala dinner. You can incorporate a small exhibition, a competition or challenge of some kind, and utilize lighting, special effects and imaginative stage sets to increase the impact of the event.

No matter the type and purpose of the conference you should follow three stages:

- 1) Preparatory.
- 2) Conducting the meeting.
- 3) After-conference events.

I. At the first stage we have to be focused, as preparation for the conference is the basis of the conference success. At the preparation stage the organizers clearly identify the topics for discussion, arrange invitations for foreign colleagues, book accommodation for conference participants, select the most suitable meeting rooms equipped with the proper amount of equipment.

After determining the theme of the conference, it is necessary to develop a plan for further action. If a conference is large and takes more than one day, the planning is even more important. You must also think of breaks, catering services, and cultural events.

It is also important to take into consideration the succession of reports and presentations. At the end of the conference time for questions should be provided.

Location and time are selected in advance. A few points must be considered when choosing a location. If the event takes place in the company, then select the appropriate room. In the case where a special room is not provided, a conference room can be rented. Then, equipping and preparation of all necessary are no longer the task of the organizers.

On arrival at the event, conference participants go through registration procedure. If the places are not written on the invitation cards, somebody should show them to the guests. For arrivals from far away, transportation to the venue should be organized.

Often the conference takes a long time. In such cases, a break is organized and guests are treated to lunch or dinner, depending on the time of day. For multi-day events nutrition and cultural activities are organized.

II. To impart information of any kind we need to find the method of communication appropriate to our circumstances. Conferences are all about communication. No matter the purpose of it – to sell something, to inform about something, to enthuse, to entertain, or to educate.

Many different methods of communication are used. During the event itself messages will be received, sometimes subliminally by the delegates through logos, diagrams, banners and body language. But of course verbal communication is the most essential part of the conference.

In the second phase of the conference you should not forget about the translators who will help you to eliminate language barriers between the partners from other countries. But it is also useful to know the commonly used phrase in the English language.

In table 1 you can find some useful expressions which can help you during the second phase of the conference.

Table 1

## Useful language at the conference

	Purpose of expression	Example
1.	Discussion of the agenda	Let's start with...; The first item on the agenda is...; We need to discuss...; Let's look at item number one; Let's move on to number two; The next item on the agenda is...; What's next on the agenda? ; Before we move on, I think we should...; Wait a minute. We haven't discussed...
2.	Discussion of the main problems	What is the main problem?; What is the real issue here?; I think the major problem is...; Our primary concern is...; The crux of the matter is...; As I see it, the most important thing is...; The main problem we need to solve is...; We really need to take care of...; It all comes down to this: ...
3.	Explanations	What do you mean by...; I don't quite follow you; I didn't get what you meant by...; Could you clarify that?; Could you elaborate on that?
4.	Supporting questions	What should we do about it? What needs to be done? What do you think we should do? How are we going to solve it? Do you have any suggestions? Any ideas? What's your opinion on that? Does anyone have any comments? Are there any comments on that? What do you think? Does everyone agree on that?
5.	Recommendations and clarifications	I recommend that... I suggest that... I would like to propose that... Why don't we... How about (V+ing)... We could... We should...
		I think that's a good idea.

6.	Saying reviews	You have a good point. I agree. / I disagree. I think it would be better if... Sorry. I don't agree with you. You have a good point, but... That's not such a good idea.
7.	Summarizing	In summary... The conclusion is... So, we've decided to... We're going to...

III. When the conference ended, the organizers' work is not finish. Information support is very important at this stage, for example, the publication of the event in the media, reports about the event. Sometimes, surveys about participants' impressions are conducted.

Placement of information about the conference in the media does not only create a positive image of the company, but also can serve as an additional advertising.

The organization of such events as the conference is actually a project that requires careful planning and preparation. It is important to follow the plans and to be attentive to details. Organizer has to be ready to emergencies and unforeseen circumstances.

So, success largely depends on a clear and well thought-out organization of the conference. Therefore, it is important not to postpone the preparation to the conference; it should start well in advance – for 4-5 months before the opening date. The conference should have developed script. Follow all the instructions and recommendations.

If you will follow the steps and recommendation given above your conference will be held as planned, and at the proper level.

#### References:

1. Wikipedia. – Available at: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Конференция>.
2. Oxford Dictionary online. – Available at: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/conference?q=Conference>
3. Pauline Appleby. Organising a conference. – Available at: <http://bookree.org/reader?file=1139251&pg=1>. – p.11.

#### **Єлизавета Безборода. Організація бізнес-конференції англійською мовою**

Стаття присвячена ролі англійської мови під час ділових конференцій. Розглядаються основні етапи проведення та організації ділових конференцій, наводяться приклади англійських кліше, які можуть бути використані на різних етапах конференції.

**Ключові слова:** ділова конференція, етапи конференції, комунікація, кліше для конференцій.

**Anastasiia Boichenko**

student

Donetsk National University of Economics and Trade

named after Mykhailo Tugan-Baranovsky

Kryvyi Rih, Ukraine

Scientific Supervisor: K. Novikova

## **BUSINESS CORRESPONDENCE AS A VITAL PART OF BUSINESS**

The present article deals with the role of business correspondence in business. The types of business correspondence and its purposes are considered. The great attention is paid to the rules of writing and arrangement of business correspondence.

**Key words:** business correspondence, communication, business letter, rules of writing.

Business is many people's coordinated actions, the effectiveness of these actions directly related to their ability to build relationships with each other. Therefore, any business cannot function without the business partners, customers or employees, and for them communication is required. Now there are well-developed means of communication: telephone, email, fax, etc. But, in spite of the voice communication, business correspondence is a vital part of business communication.

The aim of the article is to study what business correspondence is, its types, etiquette, rules of writing.

First business form of communication appeared in England in the late 19th century. Since this period business correspondence has begun to develop actively.

In recent decades, the main language of international business communication is English. Letters in English are understood by a business person in any part of the world. Therefore, all examples of correspondence, samples, business letters arrangement are given in English. However, we must remember the significant differences in the design and language rules for letters sent to Europe and the United States.

Business correspondence is the exchange of information in a written form for the purposes of business activity. Business correspondence can take place between organizations, within organizations or between the customers and the organization. It has widely accepted formats that are followed universally. A lot of things depend from business correspondence: the impression you make on a partner or customer, making deals, accuracy of information, getting orders and so on.

Business correspondence is one of the main communication channels of various companies, organizations and institutions with the outside world. With the help of letters pre-contract negotiations are carried out, the relationship between enterprises are investigated, business letters outline mutual claims, invitations, requests, and so on. Letters are accompanied by tangible assets and other important documents. So the role of business correspondence in business should not be underestimated.

Business correspondence serves for different purposes and reasons. Among them the most important are the following:

1. Maintaining a proper relationship between companies, enterprises, firms, etc.;
2. In case of misunderstandings or claims it can serve as evidence;
3. Build up and maintain good business reputation;
4. It is inexpensive and convenient ways of business communication;
5. Formal communication;
6. It does not depend on interpersonal skills of interlocutors [7].

There are many types of business letters. Depending on the specifics of the company and the purpose of writing, letters of the following nature can be distinguished: informational, expressing thanks, commercial, practical, etc.

On that basis a classification of business letters with which we face in business is suggested: letter of inquiry, covering letter, newsletter, letter of thanks, notification letter, letter of recommendation, letter of reminder, invitation letter, letter of warning, letter of response, letter of clarification, letter of guarantee, etc. [1].

For example, let's consider some types of business letters which are used more often in details.

Letter of request is a commercial business letter, which is made in order to obtain the necessary information from the addressee about some questions: to learn in detail the characteristics of the goods, delivery terms, clarify its availability, delivery time, delivery method, receive a price list, catalogs and product samples, etc. [5]

Newsletter is an official letter which contains a message, request, reminder or other official information. Such letters are often generic in nature and are sent to the parent organizations in the jurisdiction. In some cases, they contain separate provisions of laws and other legal documents [4].

Letter of thanks is a business letter, which contains the words of gratitude for any occasion: for professional work, quality services provided, etc. A letter of gratitude can be addressed to the organization as a whole or any particular person. It can be a letter of response to initiative letter: a letter of congratulation, invitation letter or initiative letter written on its own originator's initiative [3].

Etiquette of a letter is an integral component of business correspondence. A reply and impression from a letter depend on adequacy and accuracy of its writing. In a business setting the person may not have sufficient time to read a long letter. There are certain criteria for business letters writing: a letter must be short, direct and to the point, a sender must use official business style and be literate. Today, thanks to computer technologies, punctuation and spelling are corrected automatically. The only thing that depends on the sender is the letter content, which should be in the framework of business communication. Too overloaded text looks depressing, so you should stick to the particular **structure of the business letter**:

**1. Heading:**

It consists of the sender's complete address followed by the date.

**2. Inside address:**



This is the complete company address of the person the letter is addressed to. It includes the person's official designation in the company or organization and the department he/she works in.

**3. Salutation:**

The salutation or greeting depends on how well-acquainted the sender and the addressee are.

**4. Subject:**

The subject line introduces the subject or topic of the letter. It must be brief – preferably consisting of one sentence.

**5. Body:**

The body of the letter consists of the introduction, the main message and the conclusion. It reveals the basic aspects of the letter.

**6. Subscription or complementary closing:**

The subscription depends on the salutation used in the official letter. This dependence is shown at the table 1.

Table 1

Addressee	Salutation	Subscription
A person who is not known to the sender	Dear Sir / Madam Sir / Madam Dear Sirs	Yours faithfully
A person who is known to the sender	Dear Mr. Singh Ms. Bose / Mrs. Mehto Messrs. Krishna and Rao	Yours sincerely

**7. Signature:**

The signature follows the complimentary close. The name of the sender must also be included under the signature. It appears in brackets along with the writer's designation.

**8. Enclosure:**

Any enclosures are listed in the letter just after the signature. The abbreviation 'Encl.' is used. For example: Encl. Letter of Reference.

There are certain guidelines that one must follow while writing an official letter:

- write clearly and in a formal manner;
- state any factual information as required;
- avoid using slang;
- avoid using contractions;
- use a polite tone while writing the letter;
- be formal and firm but never be rude;
- one must always appear respectful towards the person in the letter.

Business writing, like any other form of interaction between people, is based on certain rules of ethics, the main of which – the correctness and respect for your partner. Even if the purpose of the letter is the statement of claim, the text should not contain rude words and incorrect expressions that may offend a business partner, in such a way the sender retains his/her dignity.

Basically, all official letters are drawn by a single international standard. In accordance with this standard, a letter should be written not on behalf of a particular person, but on behalf of corporate entity. This form of presentation is determined by the fact that in an official letter the collective interests are expressed and it is signed, as a rule, by the official – the director of the enterprise or institution, the head of the company or any other persons occupying a high position.

The business letter must be irreproachable in every respect: even minor disregard of rules may make it defective. This is especially important if we take into account that abroad it is not accepted to put a stamp on the commercial documents, only one signature of an authorized person, even on orders, reports and letters of guarantee.

Until recently, there were two main types of business correspondence, namely memos and letters. Letters convey messages outside of an organization, and memos convey messages inside an organization. Lately, however, a new type of correspondence displaced both of them: e-mail. Now businessmen use the Internet more often for meeting, transfer of documents, making deals etc. E-mails are so popular in business because they can be instantly sent and received anywhere at any time. Business e-mails are rapidly gaining popularity. Also fax and mail of fast delivery is used for letters delivery.

Business correspondence is very diverse. It includes certain criteria, etiquette and rules of writing meaning which are a must for business and other spheres of activity. Without business correspondences the business world cannot exist and function. In any sphere of business activity, at any job the knowledge of business correspondence rules are very useful because they affects our whole life, from school to university entrance, from recruitment to retirement.

#### References:

1. Деловая переписка – письма, которые делают результат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com/away.php?utf=1&to=http%3A%2F%2Fkaplunoff.ru%2Fservices%2Fdelovaja-perepiska>.
2. Деловое письмо: особенности оформления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hr-portal.ru/article/delovoe-pismo-delovaya-perepiska>.
3. Деловые письма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://working-papers.ru/chto-takoe-delovoe-pismo.html>.
4. Информационное письмо [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.edou.ru/enc/razdel23/?COURSE\\_ID=4&LESSON\\_ID=93](http://www.edou.ru/enc/razdel23/?COURSE_ID=4&LESSON_ID=93).
5. Письмо-запрос. Образец письма-запроса. Пример письма-запроса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://working-papers.ru/pismo-zapros-obrazec.html>.
6. Стало известно, как правильно вести деловую переписку [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://direct-press.ru/zdorove/53236-stalo-izvestno-kak-pravilno-vesti-delovuyuperepisku>.
7. Business correspondence [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://en.wikipedia.org/wiki/Business\\_correspondence](https://en.wikipedia.org/wiki/Business_correspondence)

## **Анастасія Бойченко. Ділове листування як важлива складова бізнесу**

Стаття присвячена ролі ділового листування в бізнесі. Розглядаються види ділових листів та цілі їх написання. Велика увага приділена правилам оформлення ділових листів.

**Ключові слова:** ділове листування, спілкування, діловий лист, правила написання.

УДК 336.221-021.321:339.9(045)

**Ivan Hetman**

student

Donetsk National University of Economics and Trade

named after Mykhailo Tugan-Baranovsky

Kryvyi Rih, Ukraine

Scientific Supervisor: O. Bondarevska

### **FEATURES OF THE FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY AND ITS TAXATION**

The aim of the article is to determine the main features of the foreign economic activity and the procedure of its taxation. A real case of the foreign economic activity in terms of commercial trade between Ukraine and the Netherlands has been examined to illustrate the issue. In conclusion the author calculates the cost and expenses, and sum up the results of his work.

**Key words:** foreign economic activity, foreign currency account, transfer, SWIFT-payment, residence, import duty, value added tax.

In today's changing economic situation more and more enterprises start to engage in foreign economic activities. Companies and entrepreneurs, in this case we consider the issues of foreign economic activity by the private entrepreneur to maintain their competitive advantage or simply to stay in the market looking for their counteragents abroad. Through the means of the Internet we can find a new or secondhand equipment to meet the needs of the company / entrepreneur.

Foreign trade promotes promising areas of export potential due to foreign economic activity of our country to solve the problem of energy shortage, new machinery and equipment, technologies, certain consumer goods.

Feature of the foreign economic activities for individual entrepreneurs is a small amount of the contract and business relationships with small entrepreneurs (companies) that were found in the Internet and which can serve as a matter of trust of the partners to each other and a relatively small budget, to provide this trust real protection tools.

We offer primary instruction, which may adhere to an entrepreneur in the first implementation of the foreign economic activities.

**Foreign economic activity (FEA)** – an activity of economic entities of Ukraine and foreign business entities, based on the relationship between them, which takes place both in Ukraine and abroad [1].

**Formulation of the problem.** Dutch entrepreneur XXX B.V sells equipment pipe bending machine CNC 60, ensures operation of the equipment for over 10 years, the cost of 14,000 euros EXW. Ukrainian entrepreneur agrees to buy this equipment on FCA or 14,000 euros + 2000 euros transport services customs border of Ukraine.

Firstly, we have to check the validity of the company. European space companies should be properly registered and reflected in the trade register / Handelsregister: in the Netherlands, we can perform this check at Chamber of Commerce Netherlands [3].

Also we need to have a certain set of documents. The following are the steps on the example of Privatbank.

Firstly, to have the right to send money abroad, private person or entity shall have foreign currency account at their bank. To open a foreign currency account, you must:

1. Have a current account in UAH.
2. Provide a list of documents:
  - for private person – passport, ID number;
  - for entity – card with the signature and seal (notarized); charter of incorporation; letter of the participants and controllers of the company; passport of persons authorized to sign.

3. The cost of opening foreign currency account is 100 UAH. Monthly maintenance is 100 UAH.

Secondly, to make a currency transfer, you must have:

1. Documents to send SWIFT-payment in foreign currency:
  - For citizens of Ukraine – Ukraine passport or a document which it replaces;
  - For foreign citizens – national passport (with mark about permission for permanent residence) and residence certificate in Ukraine for foreigners.
2. Details for sending SWIFT-payment in foreign currency:
  - The name of the receiving bank;
  - SWIFT – code of the recipient bank;
  - Account number (or international number – IBAN);
  - Name (for private person – full name) and address (residency) receiver;
  - Purpose of payment (purpose of payment, invoice number).
3. The documents confirming private – residents of grounds to the transfer from Ukraine:

- Agreements (contracts);
- Invoices and others.

4. Supporting documents must contain the following details:

- Full name (for individual – full name) and location of the recipient;
- The name and details of the bank account to which the transfer is made;
- The name of the currency, the amount payable;
- Purpose of payment.

The tariff for sending SWIFT – payment abroad: 0.5% of the payment amount and the rate of 12USD NBU:

- An amount equivalent to not more than 15 000 in one operation (working) day of the current account in foreign currency without supporting documents;
- An amount equivalent to more than 15 000 in one business day, exclusively from the current account in foreign currency on the basis of supporting documents [5].

In addition to the first two points, we must highlight the customs. Every entrepreneur in planning FEA into account all associated costs: This may help Ukrainian WEB RESOURCE: [www.mdoffice.com.ua](http://www.mdoffice.com.ua)

Step 1. Go to the web-resource.

Step 2. In the sidebar, find MD Office – Expert - Calculation of payment.

Step 3. Choosing a private person or entity (in our case – Private Entrepreneur isn't entity); country of origin (in our case – The Netherlands); product code – you need to use the base UKTZED and find denomination and product code (in our case, the code: 8458918000). Choose the currency of the contract (in our case – the Euro) and the value of the currency and click on the 'calculate'.

Step 4. Get results – the cost of customs payment will be: See Table 1 [4].

Table 1

Calculation of customs payments based on the contract of EUR 14,000 + EUR 2,000 in transport costs to the border of Ukraine

Import duty	4%	640 EURO
VAT	20% [2]	3200 EURO

In addition, we will look at the customs point of view of the Netherlands.

Table 2

#### Customs of the Netherlands

Country of origin parcels	The cost of sending (including insurance and shipping costs)	Import Taxes
EU Countries	No limit	VAT is paid in the country where the goods are purchased. You only pay the excise duty on the import of alcoholic beverages
Countries outside the EU	Up to 22 Euro	No import tax. No VAT
Countries outside the EU	From 22 to 150 Euros	No import tax. You only pay the VAT.
Countries outside the EU	More than 150 Euro	You pay the import tax and VAT [6].

Therefore, for the purchase of specified equipment worth 14,000 euros on terms FCA (Zaandam – composition of the seller) for 14,000 euros we pay 2,000 euros for transport costs 3,840 euros for import duty and VAT 92 euros for bank services. Major contract costs are 19 932 EUR.

We also consider that there are also costs related to training (to swamp concrete area under the equipment, transport services on the territory of Ukraine, commissioning, procurement of raw materials, shortage of raw materials in the training of local staff to work with the equipment).

The implementation of FEA is an integral component to determine the image of the enterprise

So, that to provide FEA you should adhere to such items:

1) To check the validity of the company. You must be sure that the company with whom you work really exists and will be able to lead an economic activity.

2) To have a certain set of documents.

3) To know about customs. I would like to elaborate on this point. You should understand that for each type of goods there is a certain tax rate. If you transport the

machine through the border of Ukraine and the car, the tax rate will differ. To do this you will help electronic resource. There you will be able to determine the approximate value of the goods, taking into account the transport and customs.

#### References:

1. Economic Code of Ukraine [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
2. Customs Code of Ukraine [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>
3. Chamber of Commerce of the Netherlands [Електроний ресурс]. – Режим доступу: [www.kvk.nl](http://www.kvk.nl)
4. Consultancy in customs matters [Електроний ресурс]. – Режим доступу: [www.mdoffice.com.ua](http://www.mdoffice.com.ua)
5. Bank site for servicing a private entrepreneur [Електроний ресурс]. – Режим доступу: [www.privat24.ua](http://www.privat24.ua)
6. Customs of the Netherlands [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://invitada.me/>

### **Іван Гетьман. Особливості здійснення та оподаткування зовнішньоекономічної діяльності**

В статті описуються основні особливості здійснення зовнішньоекономічної діяльності і процедура їх оподаткування. В якості прикладу розглядається реальна ситуація проведення зовнішньоекономічної діяльності в умовах торгівельних зв'язків між Україною та Нідерландами. В заключенні автор підраховує всі витрати та підводить висновки своєї роботи.

**Ключові слова:** зовнішньоекономічна діяльність, рахунок в іноземній валюті, переказ, міжнародний платіж, перебування, ввізне мито, податок на додану вартість.

УДК 005.332.2:([37.016:811' 111]:658.2-051)(045)

**Valeriia Dremluha**  
student

Donetsk national university of economics and trade  
named after Mykhayilo Tugan-Baranovsky,  
Krivyi Rih, Ukraine  
Scientific Supervisor: H. Udovichenko

### **MAJOR TRENDS OF LEARNING ENGLISH FOR FUTURE COMMODITY EXPERTS**

The article is devoted to defining characteristics of foreign language teaching at higher education establishments. We investigate some aspects of learning English by students - future commodity experts.

**Key words:** foreign language, foreign language teaching, aspects of learning.

Globalization processes in the modern world convergence of economic systems, industrial development are increased role for specialists who are able to build a dialogue with representatives of various linguistic communities. In this regard, foreign language today is an important means of international communication and efficient interaction tool.

Obviously, the greatest demand on the labor market belongs to professionals who speak English, which can be explained by the fact that due to economic, political, linguistic, social and other prerequisites is English stands today as a language of international communication in the world, often serves the purposes of facilitating interaction between the structures of multinational companies; most of the technical documentation and professional correspondence presented in English.

Professional competence of future specialists – commodity experts (namely professionally meaningful personality traits required for effective labor activities) provides active foreign language activity. They should communicate freely with representatives of foreign countries in the implementation of assignment. Thus, the specificity of professional activity in the commodity customs matters experts highlights the necessity to formation their professional foreign communicative competence.

Before moving for research features of foreign language learning, students should consider the process of learning a foreign language, assimilation, and therefore stay on the concepts of "linguodidactics", "professional linguodidactics."

The term "linguodidactics" was introduced in 1969 by academician RAO M.M. Shansky and since 1975 it's recognized as an international. Linguodidactics – is an applied linguistic discipline that examines as foreign language teaching and learning a foreign language. As a science, linguodidactics is an integrated science that demonstrates the mechanisms of learning a foreign language and specific of control these mechanisms in the educational process.

B. Raynyke gives the following definition of linguistics as a science: "it's an integration science, that aims to give a description of the mechanisms of language comprehension and the specific of control these mechanisms in the educational environment" [1].

At the basis of the V. Raynyke (W. Reinicke) concept was an idea of the existence of three independent and simultaneously interrelated disciplines that make up the theory of language training: 1) the theory of language comprehension (linguodidactics), 2) foreign language didactics, 3) specific methods of studying foreign languages [2].

During the professional linguodidactics A. Krupchenko, O. Kuznetsov understand those linguistics department, which is occupied by developing the methodology of professionally oriented foreign language learning; exploring the regularities and the principles of interaction; teaches and learns a foreign language for professional purposes. Professional linguodidactic studies:

1. the origin of the foreign language for professional purposes;
2. the development of a system of specific principles of professional linguodidactics;
3. justification the purposes of profession language teaching;
4. determining the content of professionally oriented foreign language learning;
5. the selection of organizational forms and methods of training, maximizing of foreign language professionalization;

6. selection and development of training facilities, including textbooks, training aids, equipment, technical training aids, etc., that integrate the content of foreign language and special subject;

7. identify the professional competence of foreign language teacher for professionally oriented course [3, p. 37].

As noted by H. Bagriy, foreign language for the commodity experts in customs matters is a means of interpersonal communication and receiving information related to the professional needs to date customs specialists. In view of fact that the commodity specialist in customs matters involved in the dialogue of cultures with representatives of foreign countries, they should be formed appropriate level of professional foreign communicative competence, which guarantees the successful execution of professional assignment. A high level of professional foreign language skills of commodity specialists in customs matters ensuring communication with foreigners on professional level [4, p. 156].

Professional foreign language skills – is a stable set of individual psychological characteristics of certain psychomotor and mental processes and properties of the future specialist, in conjunction with personally, volitional, emotional and communicative dignities determines the speed, strength and relative easiness of learning a foreign language and use it's in a professional foreign-language activities in real time [5].

In the opinion of A. Petrova foreign language competence – is a kind of manifestation of complex personal resource, which provided the opportunity to complete an optimal interaction in the process of communicating with foreign partners, which promotes self-education and self-development of personality of future specialists. The content of foreign language competence combining linguistic, cognitive, communicative, pragmatic, informative, sociolinguistic awareness [6, p. 16].

To the structure of foreign language competence A. Petrova refers components that are functionally linked, continuously updated and implemented, namely:

- motivational value (conscious individual career choices, determining value orientations and attitudes, a combination of personal and professional interest, identifying and securing personal priorities in the process of formation foreign language competencies, the need for self-realization and self-improvement);

- targeted (forecasting and identification of goals and objectives of forming nearest and final objectives, rationale and a clear formulation of educational and professional activities, awareness of foreign language competency as a professional quality);

- pithy (completeness and totality of knowledge and skills which achieved effective foreign language communication, the ability to adapt the training information to the conditions of professional situations preparedness planning personal and professional development);

- procedural (ability to operate the acquired knowledge in standard and non-standard life and professional situations, the ability to use sources of information for own development, functional use of foreign languages of professional capacity, establishing optimum relations of production);



- result-evaluation (diagnostics the formation level of foreign language competence and conduct monitoring and evaluation of own activities, professional monitoring solutions, strategies, tactics and ability to self-control, correction of the knowledge, skills, emotional and psychological state) [6, p. 9].

Consider the algorithm complex of praxis to develop the professional foreign language skills of future commodity specialists in customs matters:

I stage – somatization and primary consolidation of foreign language professional vocabulary, automation actions of students with new lexical units at the level of words, phrases, sentences;

Stage II – the formation of lexical skills, automation actions of students with new lexical units at the level of sentences and in excess of phrasal unity;

III stage – the improvement of skills [5].

Criteria and indicators of the level of professional foreign language abilities of students – future commodity specialists in customs matters are:

1) cognitive criterion (capacity for listening, reading, speaking, writing and translation);

2) communicative and activity (ability to make a dialogue and monologues according to professionally focused problem situation and purpose of dialogue, reason and express own opinion on a topic that is discussed, etc.)

3) creative and intellectual (ability to recognize, summarize, compare, analyze, classify and group learned foreign language phenomena; ability to unite words, add the sentences chosen words proper form, necessary lexicon, ability to transform the obtained information and etc.).

4) emotional (ability to manage own emotions in the process of foreign language communication activity, etc.).

5) individual personality (communication, sociability, openness, activity, initiative, etc.) [7].

In the opinion of H. Bagriy the development of professional foreign language skills are advisable to start with the implementation not communication exercises for acquisition the skills. Manipulation of terms and finish execution professionally designed conventionally communicative and communication exercises within the practice at the decision of speech communication and meaningful problems. The system of exercises for the development of professional skills of future commodity specialists in customs matters include exercises based on reading professional texts: exercise before the text and exercise after the text. System implementation such exercises not only ensure understanding terminological lexicon in reading professional texts in order to obtain the necessary information, but also consciously and professionally competent its use of communication for future commodity specialists in customs matters [7].

One of the most pressing problems of modern methods of teaching foreign languages – focus of educational process on active independent work of students, creating conditions for their self-expression and self-development, provision of appropriate educational environment for the formation of their personal activity.

Thus, necessity for proficiency foreign languages at an appropriate professional level as a commodity specialist is greatly enhanced with integration of the current

generation to global socio-cultural space. Thus, necessity for proficiency foreign languages at an appropriate professional level as a commodity specialist is greatly enhanced with integration of the current generation to global socio-cultural space. Considering this that the only one specialist who know at least one foreign language has formed intercultural communication skills and has competence foreign language skills can adapt to a multicultural environment and realize own professional and personal potential.

By expanding and deepening knowledge in basic of linguodidactics sciences, people can build a modern process of learning foreign languages for professional purposes, which should be reflected not only in the system of tasks, but also in the structure, and in the content of teaching materials. Formed pedagogical and philological competencies give an opportunity to graduates of higher education institutions to manage the process of mastering a foreign language and freely use English in not only at the professional purposes, but also for scientific purposes.

The modernization of professional training of future commodity experts in higher education institutions is possible only if the development of cognitive interest of students, using active methods and forms of education, scientific research and new elements of teaching experience and personal activity of students.

#### References:

1. Reinecke W. Einige Bemerkungen zur Linquodidaktik als Bestandteil einer Theorie des Fremdsprachenunterrichts // Deutsch als Fremsprache (16). H. 5. 1979. S. 263–272.; Tsiatyi po: Tevelevich A.M. Terminologicheskie problemy metodiki obucheniya inostrannym yazykam // Vestnik OmGU. 2012. № 3 (65). Mode of access: <http://cyberleninka.ru/article/n/terminologicheskie-problemy-metodiki-obucheniya-inostrannym-yazykam>.
2. Reinecke W. Zur Theorie des Fremdsprachenerwerbs – ein methodologischer Ansatz / W. Reinecke; perevod s nemetskogo. – Moskva : Akademiya, 1983. – p. 257-263.
3. Krupchenko A. K., Kuznetsov A. N. Osnovyi professionalnoy lingvodidaktiki: Monografiya / A. K. Krupchenko, A. N. Kuznetsov. – M.: APKiPPRO, 2015. – 232 p. – (Seriya «Professionalnaya lingvodidaktika»).
4. Bahrii H.A. Teoretychnyi analiz profesiinoi diialnosti tovaroznavtsiv u mytnii spravi / H. A. Bahrii // Zbirnyk naukovykh prats № 53. Seriya: Pedahohichni ta psykholohichni nauky / hol. red. L. M. Romanyshyna. – Khmelnytskyi : Vyd-vo NADPSU, 2010. – p. 153-157.
5. Bahrii H. A. Psykholohichni osoblyvosti rozvytku profesiinykh inshomovnykh zdibnostei maibutnikh fakhivtsiv - tovaroznavtsiv u mytnii spravi: avtoref. dys. ... kand. psykol. nauk: 19.00.07 / H. A. Bahrii; Derzh. prykordon. sluzhba Ukrainy, Nats. akad. Derzh. prykordon. sluzhby Ukrainy im. B. Khmelnytskoho. – Khmelnytskyi, 2012. – 16 p. – ukp. – Mode of access: <http://irbis-nbuv.gov.ua/>
6. Petrova A. I. Formuvannia inshomovnoi kompetentnosti maibutnikh menedzheriv zovnishnoekonomichnoi diialnosti v protsesi fakhovoi pidhotovky: avtoref. dys... kand. ped. nauk: 13.00.04 / A. I. Petrova; Vinnyts. derzh. ped. un-t im. M.Kotsiubynskoho. – Vinnytsia, 2009. – 20 p. – ukp.

### **Валерія Дремлюга. Основні тенденції вивчення англійської мови майбутніми товарознавцями**

Стаття присвячена визначенням особливостей викладання іноземної мови у вищих навчальних закладах. Досліджуються окремі аспекти вивчення англійської мови студентами – майбутніми товарознавцями.

**Ключові слова:** іноземна мова, викладання іноземної мови, аспекти навчання.

**Sofia Kovalevska**

student

Donetsk National University of Economics and Trade

named after Mykhailo Tugan-Baranovsky

Kryvyi Rih, Ukraine

Scientific Supervisor: K. Novikova

## **THE ROLE OF A TRANSLATOR IN THE MODERN WORLD**

The present article is devoted to the role of a translator in the modern world. The great attention is paid to different types of translation and demands that modern society put forward translators.

**Key words:** translator, translation, oral translation, written translation, machine translation.

Currently, foreign languages are socially in-demand, especially at that time when progress in science and technology led to an explosion of knowledge and has contributed to an overflow of information. Foreign language is needed as the main and most efficient means of information exchange between nations of our planet.

The aim of the present article is to analyze the role of a translator in the modern world, as well as existing types of translation and demands that modern society put forward translators.

Different aspects of translation were studied by many well-known scientists. Among the works on translation from English into Russian, the most remarkable are the following: L. Barkhudarov "Language and Translation", V. Arakin "Essays on the history of the English language" or "Comparative Typology of English and Russian languages", V. Karaban "English Translation of scientific and technical literature", I. Korunets "Theory and Practice of Translation".

Different scholars give different definitions of the notion "translation":

A. Fedorov believes that "translation – is the ability to express true and complete by means of one language (such as Russian) something that has already been expressed previously by means of another language (such as English) [8].

According to L. Barkhudarov: "The translation is the process of converting of speech work in one language to speech work in another language, while maintaining unchanged the plan-content, that is meaning" [1].

Another view of L. Latyshev: "translation is a kind of linguistic mediation, the public purpose of which is to bring bilingual communication to the normal monolingual communication. It turns out in this case, that the creative nature of the translation is excluded" [6].

After analyzing the existing definitions of the notion "translation", we can conclude that the translation is the ability to convey the meaning of the text properly and more accurately, transforming it from one language to another.

Since the introduction of literary works translation, it was seen as an art, but the meaning of translation did not change. As before, the translator must carry out the most accurate interpretation from English, while not neglecting the slightest details

and without losing the meaning of the conversation, because a lot are depended on it. As you can see, translation work has always enjoyed well-deserved respect and reverence in the civilized world. There were schools where except Latin, other languages were studied. It was considered a sign of beauty education to possess one of the European languages.

Nowadays a huge number of people are trying to learn at least one foreign language, but in addition to this amount, there are also people who are forced to resort to the translation services. This means that translators play a vital role in modern life. Translators – people who are doing their best for the sake of communication between different nations.

In our time, demands increased not only to the translation and its quality, but also to the translators themselves. In modern world there are numerous types of translation, namely oral translation, written translation, machine translation, as well as a huge number of divisions and sub-species of each of these types of translation.

The importance and role of technical translation cannot be overestimated. Scientific and technical translations are means of cross-language communication for experts and scholars in their professional field. Just due to scientific and technical translation, knowledge and technology spread; researchers, designers and engineers are able to work on joint projects, and people can use products of implementing of innovative ideas. Therefore, we can quite confidently say that scientific and technical translations are ones of the essential elements of the forces for technological progress. For example, in every apartment, in every office there are many technical translation samples in the form of instructions to household and office equipment, and other documents. Modern life is unthinkable without it.

Medical translation is a specific branch of technical translation industry. The high demand for medical translation in recent years due to such factors as: active promotion of products of leading foreign manufacturers of medicines and medical equipment to the Ukrainian market, the increasing number of Ukrainian citizens traveling abroad for treatment. High-quality medical translation is a necessary condition for achieving these objectives. The specifics of medical texts translation lies in the fact that deep professional knowledge in a particular area is required for skilled work with them, along with a high level of proficiency in both foreign and native language. The same applies to the technical translation in IT, engineering, oil and gas, and many other spheres.

Let's take a closer look at these kinds of translation:

Oral translation is a concept that brings together all kinds of translation, involves oral clearance, including such independent translation forms as consecutive interpretation, simultaneous interpretation and translation by ear. Oral translation covers oral and written texts [7].

For oral translation a translator should have such set of knowledge, skills and abilities as: language competence (knowledge of the source language and target language); communicative competence; translation competence (translation skills); technical competence (the ability to work with information); personal characteristics (memory improvement).

Written translation is the most common type of professional translation, in which the perception of the text is carried out by visual means, and its transfer is carried out in writing. The same type of translation in scientific publication is called visually-written translation [7].

Machine translation is a type of written translation, as a result of which we get a written text. However, it is performed not by translator, but with the help of special computer program. Modern computer translation programmes are quite perfect, but they still cannot solve the most difficult task of the translation process: choice of contextually appropriate variant, which in each text depends on many reasons. At present, the result of this type of translation can be used as a draft text for future variant, which will be edited by a translator, as well as a means of getting a general idea of the subject and content of the text in situations when there is no translator at hand [5].

Machine translation is carried out with the help of such online services: Google translator, Free-translator.com, Systrans, Lingo 24, etc.

A modern translator must possess a number of qualities such as responsibility, objective assessment of his/her knowledge and abilities, a sense of language. Responsibility is one of the most important qualities of a translator, because without it there is no guarantee that the translation will be completed on time and that an employer will not be let down. The second equally important quality that a translator must possess is objective assessment of his/her knowledge and abilities. A translator-beginner must realize the fact that if he/she was always engaged in literary translation, the translation of legal agreements or the technical instructions will be more difficult process.

The problem of foreign language learning is very relevant today, because it is impossible to establish international trade and business relationships without knowledge of foreign languages. And only qualified translator can implement simultaneous translation into other language. Language schools and higher humanitarian education establishments, as well as foreign language courses can develop and improve language skills of a translator. But in order to become a good translator, a person must work really hard. The work begins when you enter the university, and it never ends because language skills must be improved constantly. And in order to get a good job, a translator needs to keep up with the times and be well grounded.

Speaking of our country, where imports exceed exports, and all of our companies are interested in attracting foreign investments, thus increasing the role of translators. If a company wants to work with foreign colleagues, it should be able to negotiate with them and without a good translator it is almost unreal.

There are those business leaders, who begin learning foreign language, but it is a very long process, and quite often it is not very reasonable. A more effective solution would be to reach out to the help of a translator. He/she is able to help to negotiate with foreign partners. The higher his/her competence is, the higher company's chances for fruitful cooperation.

An important aspect of a translator work is his/her abilities. It is important that he/she not only know the language, but also be smart and be able to get out of a difficult situation when it is impossible to make word-by-word translation.

If we are talking about high-level negotiations, a translator acts as a connecting link between the speaker and the listener. After all, national security depends on his/her ability to interpret a speech. The image of the country is also in his/her hands.

Due to the integration of countries, news as a way of obtaining information became more in demand due to huge movements of information flows. Therefore, there are the so-called news agencies, specialized information companies which serve the media. Their main function is to supply newspapers, magazines, television, radio, and other institutions, organizations and individuals who subscribe to their products with information. The functioning of such agencies is focused on news gathering. Thanks to the work of such agencies, people learn about events that took place not only in their country, but also outside. Translators, who can provide an adequate, accurate, correct translation of certain news, work in these agencies.

So as we see, the role of translators is really huge, especially in the present conditions, when all countries are open to each other. And due to this fact in the labor market there is a need for qualified and competent translators.

Concluding, we can say that any field of activity does not dispense with the work of translators, especially politics, culture, medicine, electronics, media, etc. People from different countries share their experience in the field of science, literature, theater, cinema and others. Countries exchange goods and services. All of this would not be possible without the work of translators. A professional linguist-translator provides intercultural communication in various professional fields, performing the function of a mediator. This can be communication in training companies, in the implementation of international programs and projects in enterprises and institutions, in travel companies, in the hospitality industry, in joint ventures, in foreign firms, etc. Linguists and translators are indispensable for the organization of business meetings, conferences, symposia, seminars with several working languages in enterprises and institutions.

#### References:

1. Бархударов Л. С. Язык и перевод. – М. : Международные отношения. – С. 59.
2. Роль переводчика в современном мире. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://engtexts.ru/interpreter.php>.
3. Роль переводчика. Электронный ресурс. – Режим доступа: [http://misento.ru/ entries/rol-perevodchika-v-sovremennom-mire/](http://misento.ru/entries/rol-perevodchika-v-sovremennom-mire/).
4. Определение перевода. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://perevod.name/opredeleniya-perevoda/>.
5. Основные виды перевода. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://wikienglish.ru/?p=113>.
6. Перевод. Теория перевода Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.5english.com/translator/perevod.htm>
7. Разница между устным и письменным переводом. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.rusarticles.com/inostrannye-yazyki-statya/raznica-mezhdu-ustnym-i-pismennym-perevodchikom-832414.html>.

8. Федоров А. В. Основы общей теории перевода. Электронный ресурс. – Режим доступа: [http://samlib.ru/w/wagapow\\_a\\_s/osnowyobshejteorii\\_perewoda2002.shtml](http://samlib.ru/w/wagapow_a_s/osnowyobshejteorii_perewoda2002.shtml).

### **Софія Ковалевська. Роль перекладача в сучасному світі**

Стаття присвячена ролі перекладача в сучасному світі. Велика увага приділяється різним видам перекладу та вимогам, які сучасне суспільство висуває до перекладачів.

**Ключові слова:** перекладач, переклад, усний переклад, письмовий переклад, машинний переклад.

УДК 373.347.1:[339.13:613.81(477)]-047.27(045)

**Valentyna Kozlova**

student

Donetsk National University of Economics  
and Trade named after M. Tuhon-Baranovsky

Kryvyi Rih, Ukraine

Scientific Supervisor: H. Udovichenko

### **FALSIFICATION OF ALCOHOLIC DRINKS IN UKRAINIAN MARKET AND WAYS OF ITS IDENTIFICATION**

The article is devoted to the problem of falsification of alcoholic beverages. It examines the main identification signs and falsification assortment of alcoholic beverages in Ukrainian market. The ways of distinguishing original from counterfeit alcoholic beverages have also been specified.

**Key words:** identification, falsification, alcohol, technical alcohol, synthetic flavors.

In modern life, we have to face the counterfeit products in Ukraine and often subject to falsification of alcohol. This is due to the fact that the realizations of these products bring big profits to the producers and distributors, so the temptation to forge and thereby increase sales of these products there has always been. The "performers" of such counterfeits do not care about the health and life of consumers. Cases of poisoning by poor quality alcoholic drinks consumption can lead to fatal results and serious consequences for human health are often observed in many regions of the country [1].

The main damage to life and health is caused by a falsification of alcohol through partial or complete replacement ethanol by means of technical alcohol, containing high amount of fusel oils, methanol, aldehydes, ketones, furfural in their structure and causing poisoning of varying degree of illness and even death. Moreover, consumption of methanol can possibly lead to partial or complete loss of vision.

Identification signs of alcoholic beverages. The assortment of alcoholic beverages, arriving at the market of Ukraine is very broad and includes several groups of vodka, tincture, cordials, liqueurs, brandy, rum, cognac, whiskey, wines and fruit wines [2].

Vodka is a mixture of ethyl-rectified alcohol of highest purification or extra alcohol with water, which processed with activated carbon and filtered afterwards.

Tincture is the alcohol that is produced by blending various raw materials. The content of alcohol and sugar is divided into bitter, sweet and sweet.

Balm is made from alcoholic extracts of various herbs with honey, syrup, brandy, caramel and others. Cordial is usually made with fortified juices and fruit drinks. It is composed of about 30% vol. alcohol and 25-40 g / 100 ml sugar.

Liqueurs are different from other types of alcoholic beverage products by the increasing amount of extract and flavor. Depending on sugar and alcohol share – strong liquors, dessert and cream. Let us look into dessert cream liqueurs. They have a low alcohol content (20-23% vol.) and the high amount of sugar (50-60 g / 100 ml).

Rum is a strong alcoholic drink made with rum alcohol containing up to 45% vol. alcohol and about 2 g / 100 ml sugar. Brandy a strong alcoholic drink that has a specific bouquet and flavor, made from cognac alcohol obtained during the distillation of young wine followed by long-term exposure of alcohol in oak barrels.

According to the legislation of the International Organization of winemaking and viticulture (IOWV) about control of items: the origin it is state that cognac spirits are mixed with alcohol, resulting in the distillation of wine produced in the department of migrants in France. The drink is produced in Ukraine on a similar technology and has come under the name "Brandy" as an exported product. According to the interstate agreement of Ukraine and Commonwealth of Independent States (CIS) name "cognac" for drinks kept coming to the domestic market, exported to the CIS countries and for imported ones.

Depending on the timing of shutter speed and the quality brandies are divided into ordinary and vintage. Ordinary brandies are made of brandy spirit, which is aged three, four or five years. These brandies have a different number of stars (three, four or five).

Vintage brandy is made from cognac, which was kept in oak barrels for at least six years. Brandy is a strong alcoholic drink made from distilled grape wine or fermented fruit juice. By the way of its production and strength there are three types of brandy: sturdy brandy (80-90% vol.); grappa (70-80% vol.); brandy (57-72% vol.).

Whisky is a strong alcoholic drink made of the raw alcohol obtained in the distillation of fermented grain mashes and seasoned in oak casks heating in more than four years. The strength of the drink is 45% vol.

Wine is an alcohol, resulting from alcoholic fermentation of grape or berry juice. They have natural chemical composition, which is due to the composition of raw materials (grapes, fruits and berries). In addition, the wines contain far less alcohol (10-20% vol.).

The range of wines is quite wide. Wines that come to the market of Ukraine are divided into groups according to various criteria. Depending on the homogeneous structure of raw material wine may be varietal and blend. Depending on the degree of saturation of carbon dioxide grape wines are divided into quiet, sparkling, sparkling or carbonated. Depending on the color of wine, they are divided into white, pink and on red.

Depending on the technology of making wine production is divided into five groups: dinner, fortified, flavored, sparkling and effervescent. Consequently, alcohol content and sugar differ within each selected subgroups wines. Depending on the



quality and timing of exposure quiet wines are divided into ordinary, vintage and collectible [3].

A broad assortment of falsify alcohol often occurs due to the substitution of high-quality seasoned vintage sorts with ordinary types which a much cheaper.

Falsification of quality alcohol is achieved by dilution with water, introducing additives not provided for the recipe, complete or partial replacement of ethanol and adding alcohol that is more technical.

So, alcoholic beverage products are regarded as possible technological drinks falsification if there has been replacement of the natural raw materials (fortified fruit drinks, juices, and herbal infusions) synthetic flavoring, coloring and sweetening agents of glycerol. Some of these substitutes belong to food additives, and if their number does not exceed the permissible limits, they cannot harm the body. However, while consumers have to deal with not only the quality of falsification, but also the falsification of information, taking your money for the product that you did want to buy, as it is the one with different properties.

If synthetic flavors are made on fat solvents, they can be determined by rubbing a few drops of the drink between your fingers. Thus, at the end of friction when alcohol and water evaporate, some fat structure remains on the fingers. However, this method does not produce the desired results if the flavors, which are made, based on alcohol solutions.

Mostly the falsification of vodka can be detected even when the external observe of the bottle. Its features are fuzzy, dim, dull matt label on paper, loose blockage, inconsistency first letter, which is to stamp cap, the presence of impurities that can be seen to the naked eye.

Breeding alcoholic drinks with water can be set upon organoleptic method (if more than 30% water). When you add less water to establish such falsification organoleptic method is difficult to establish. In this case, you can use simple physical method of determining the density of water-alcohol solution using a hydrometer.

A few ways to install counterfeit vodka are known and applied nowadays. The first way: pour a small amount of vodka in the cap of the cup and set it. Normal strength vodka 40% with burns weak bluish flame. If vodka does not burn or flash as petrol, you have to be careful with to this product.

The second way is the following: after opening the bottle of vodka you should breathe deeply from it. If there is a sharp unpleasant "no vodka" smell, then it is dangerous to consume the drink. The smell of acetone is an indication that the vodka is made from a synthetic alcohol, over containing of crotonic aldehyde and sulfur compounds is means that vodka that is made of technical hydrolytic alcohol [4].

Unfortunately falsifying wine products of little value is not a rare phenomenon in the Ukrainian market. This is a common way of falsification of wine as the production phenomenon and during implementation. Because of this falsification color intensity, saturation bouquet and strength of wine are being changed. In the process of trying fix this falsification-falsified wine by adding different chemical components (alcohol, more technical, sugar substitutes, and synthetic dyes).

The main types of falsification of wines: Galzara, Chaptalia, Petitesize and Sheela wine or the addition of glycerol.

The use of preservatives to speed up the process is also commonly applied. Salicylic acid is mostly common used for preserving the cheap wine that can quickly turn, sour as well as for wines that do not pass the stage of aging and storage.

The process of tinting wines is used to hide other fakes (dilution with water). However, there are cases where low-value white wines are turned into red repaint. For this purpose, both natural (fruit elderberry, blueberry, beet extract) and synthetic dyes are added.

Production of synthetic wines also occurs quite often in the Ukrainian wine –producing branch. For the production of these wines need grape juice. Wines produced from a mixture of well-chosen components that allow a product organoleptically perceived as grape wine. The composition of these components are water, sugar, yeast, wines sour potassium, crystalline wines and citric acids, glycerin, ethanol, ether and brandy oil according to the "recipe."

For champagne, we may issue ordinary dry white wine artificially saturated with carbon dioxide, and sometimes even subjected to saturation wine, and a mixture of alcohol and water, synthetic flavorings, sugar and citric acid.

The most common methods of falsification of brandy:

- speed up the process of aging brandy by adding in barrels of oak shavings;
- acceleration aging process by preheating brandy cognac alcohol;
- replacement of cognac alcohol aqueous-alcoholic solution with the addition of caramel well and other components that bring the taste and smell of the mixture to the natural product;
- the use of artificial flavors "brandy" [5].

To sum up, let me claim that Ukraine's alcohol market is very broad and includes several groups of vodka, tincture, cordials, liqueurs, brandy, rum, brandy, whiskey, wines and fruit wines. The most popular methods of falsification of alcoholic and liquor products are total or partial change of rectified alcohol to the cheaper inedible alcohol; using water that does not meet the requirements of technology; dilution or total substitution by the water.

Let me stress all kinds of falsification are aimed at cheating consumers, because under the guise of natural highly valuable product we are offered products with inappropriate consumer properties. We should also keep in mind and that counterfeit products are causing not only moral or material damage, but can lead to serious poisoning and disease. Cherish your health and life is very scrupulously feel about to choosing and buying of alcohol, inspect carefully study the composition, manufacturing date, and compliance with the price of goods to its quality.

#### References:

1. Careful, alcohol-containing production can be rubbish – Режим доступу: <http://ndekc.ck.ua/statt/54-oberezhno-alkogoln-ta-lkero-gorlchan-virobi-mozhut-butinyaksnimi:eng.html>
2. Алкогольні напої. Ідентифікаційні ознаки алкогольних напоїв – Режим доступу: [http://pidruchniki.com/10560412/ekonomika/alkogolni\\_napoji](http://pidruchniki.com/10560412/ekonomika/alkogolni_napoji)
3. Ідентифікаційні ознаки алкогольних напоїв – Режим доступу: <http://www.studfiles.ru/preview/5424152/page:29/>

4. Ассортиментна фальсифікація алкогольних напоїв – Режим доступу: [http://studopedia.ru/14\\_123258\\_asortiment-alkogolnih-napoiv.html](http://studopedia.ru/14_123258_asortiment-alkogolnih-napoiv.html)

5. Фальсифікація вина – Режим доступу: <http://www.znaytovar.ru/new776.html>

### **Валентина Козлова. Фальсифікація алкогольних напоїв на ринку України та шляхи її ідентифікації**

Ця стаття присвячена проблемі фальсифікації алкогольних напоїв. В ній розглянуто основні ідентифікаційні ознаки та асортиментна фальсифікація алкогольних напоїв на українському ринку. А також наведені способи, за допомогою яких можна відрізнити оригінальний алкогольний напій від підробки.

**Ключові слова:** ідентифікація, фальсифікація, алкоголь, спирт технічний, синтетичні ароматизатори.

УДК 81-027.63:([37.016:159.931/.936:]:33-051)(045)

**Viktoriia Konoplianko**  
student

Donetsk National University of Economics and  
Trade named after Mykhailo Tugan-Baranovsky  
Kryvyi Rih, Ukraine  
Scientific Supervisor: O. Bondarevska

### **FOREIGN LANGUAGE AS A MEANS OF STIMULATING OF AN ECONOMIST'S PROFESSIONAL AND PERSONAL DEVELOPMENT**

The present article is concerned with foreign language as a means of stimulating of an economist's professional and personal development. The impact of foreign training on the formation of economists' professional competencies is analyzed.

**Key words:** foreign language, professional activity, language skills, teaching a foreign language, professional communication, economics, business English.

Today the study of foreign languages, mostly English, is important and necessary for every second person. This language is used in many areas, one of which is the economy. In the process of an economist's job it is always necessary to conduct dialogues with various people. The difficulty in this case lies in the fact that people with whom you have to negotiate, can come from another country. To solve such a problem, you need to learn foreign languages which are popular in the world, particularly English.

Possession of a foreign language, especially English, as the language of international business, has become a necessity for people. In this regard, there is an important task for modern universities, namely to provide language training for professionals which is adequate to the needs of modern economic development of society; to develop professional-directed communication skills of future professionals that will enable them to successfully conduct international business, freely communicating in English [2].

The development of business activity in Ukraine has led to an increased interest and a growing popularity for Business English as an international language of communication.

The aim of this article is to analyze the impact of foreign training on the formation of economists' professional competencies; to determine the place of foreign language teaching for improving the training of future specialists in economics.

In modern conditions foreign communication is an essential component of professional activity. That is why more attention is paid to professional specificity in the study of a foreign language, its focus on the implementation of the objectives of the profession. The relevant requirements for new methods of teaching of foreign languages are set in different educational establishments. The constant search for ways of improving of the system of foreign language teaching is continuing.

Foreign language is a universal means of human development and the formation of higher mental functions, on which structures of consciousness, personal qualities, including professional, are based. The study of a foreign language, in its turn, affects the formation and development of personal qualities that are essential for professionals in the field of economics, namely focus on the solution of real problems, a productive and constructive cooperation, purposeful, efficiency, originality, multivariance and creative approach to professional affairs. Foreign language training of future specialists of economic specialties according to training programmes is aimed at building more than the actual foreign language communicative competence, but also other professionally important qualities: cognitive, professional and general cultural components of professional competence. Future economists' foreign language training has specific aims, content and methodology.

The aim of teaching a foreign language is such level of a language command that will provide qualified professional activity in different areas and situations of business partnership, joint production and scientific work [2].

Learning English for economists will include the main principles by which they usually increase their communicational skills, make possible to speak fluently on professional topics without any problems. Also this knowledge differs in versatility in some professional activity. With the help of English professionals can increase their level of income without many efforts.

It is very important to learn English for economists. That is why, in higher educational establishments great importance is given to teaching a foreign language in comparison with Mathematics and Economics. It is incorrect to think that English is required only for those who will work abroad as economic terminology is mostly based on English. English may be advantageous for everyone who begins to study it.

Integration into the global cultural, educational and economic environment requires high-quality training of professionals who will be capable for successful professional activity within the international community. The new conditions of life, new requirements for a future specialist, and new methods of recruitment require improving of modern approaches to specialists' training. In this context, a foreign language, especially English, as the language of international business, becomes a necessity for a person. In this regard, modern higher educational establishments are aimed to provide for professionals language training which is adequate to the requirements of modern economically developed society; to develop professional-

focused communication skills of future professionals which will enable them to successfully conduct international business, fluently communicating in a foreign language [1].

The main aim of learning a foreign language is not only a language command as informative means, but also the use of language as a means of communication in the professionally oriented communicative situations for future professional activity [4].

Learning a foreign language by students in higher educational establishments in economics is aimed at mastering the economic terminology in a foreign language. This fact implies the ability of teachers to combine students' foreign language skills in general foreign language with their professional knowledge in a particular scientific field.

Among the major challenges facing by students in the process of learning a foreign language we can distinguish the followings: obtaining information that would enlarge the course material that students learn in the process of study; formation of the necessary skills for further independent reading of literature in the specialty; annotation and abstracting of professionally oriented texts in foreign language.

Therefore, knowledge of foreign language is stated in the present article as a component of professional competence of specialists in economics. Future professionals must be fluent in a foreign language, as professional knowledge and skills determine the appropriate speech and social activity, as the professional language is related, on the one hand, to communication which is typical for many professional spheres of human activity, and, on the other hand, to specific professional communication.

Please note that the form of business English occur in all mentioned situations of business language. As a conclusion, we can outline the typical situations of oral communication for future economists: press conference, negotiations, presentations, discussion and conclusion of agreements and contracts, solving business issues with a partner on the phone, professional conversations. Therefore, future economists must be able to listen and understand the business language to succeed in business.

Most of the students have difficulty in understanding partner in the process of communicating in a foreign language. They do not fully understand him/her, so cannot always answer the questions. But the most common difficulties in communicating with foreign partners are unfamiliar terms, expressions and phrases, themes and specific pronunciation. Difficulties also arise in understanding the dialogic speech at direct communication in situations of business communication and speech perception in terms of technical obstacles when dealing with a partner by phone.

Nowadays there are more and more people who want to know foreign languages. People understand the importance of their study. Knowledge of any foreign language opens new opportunities, enrich spiritual world. With a foreign language, a person moves to a higher level and becomes a competitive applicant for the position. Foreign languages improve our quality of life in all its areas.

Frank Smith said: "Knowledge of a language allows you to enter the corridor of life; knowledge of two languages opens up all the doors in this corridor" [3].

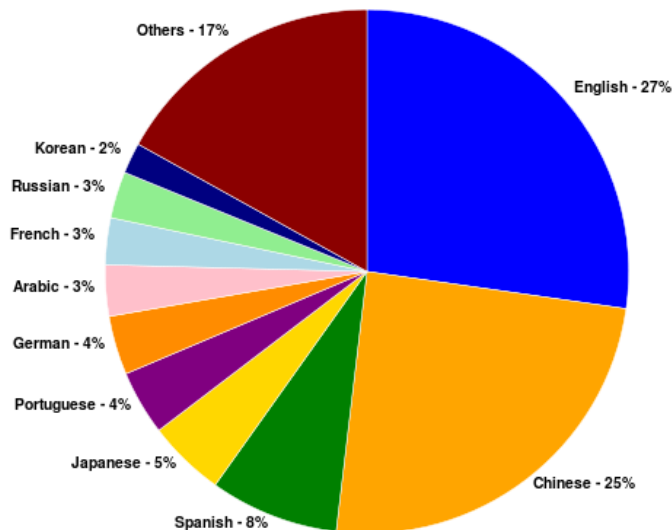
Indeed, a person who possesses languages is a developed personality who is endowed with better capabilities to study something new and perfect.

By studying and mastering the language, a person develops all his/her intellectual abilities. Only studying another language people start to pay attention to their own language. People do not spend their time to understand how to form their thoughts, how to transform them into words. Studying a foreign language people somehow have to separate words and thoughts, to pay attention to their own language, and to re-learn to express their thoughts in native and foreign language. The inner vision is opened; people begin to see the difference between words and nuances in meaning.

We believe that future economists' foreign language skills are seen now as an attribute of intellectual development of a person with higher education and successful activity in the economic field.

An economist should not only master professional knowledge, but also communicate with representatives of other countries in various fields of their future activities. A modern English teacher's tasks are development of professionally oriented communication skills of future specialists and thereby facilitate the preparation of graduates for their future careers using business knowledge of foreign languages.

Finally we can see that English is the most popular language. Let's consider the scheme of the top 10 languages.



The old proverb says: “How many languages you know, so many times you are a person”. That is, the more languages you know today, the better it is. After all every language is the key that opens the door to something new.

#### Список використаних джерел:

1. Авраменко М. М. Іноземна мова як засіб формування професійної компетентності майбутніх економістів / М. М. Авраменко // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. – 2009. – Вип. 132. – С. 393–397.
2. Заболотська О. О. Формування культурної компетенції у студентів / О. О. Заболотська //

- Вісник ЛНУ ім. Тараса Шевченка. – 2011. – № 13(224). – Ч. I. С. 74–86.
3. Малюська З. В. Типові ситуації ділового спілкування для спеціалістів з економіки / З. В. Малюська. – Хмельницький, 2010. – С. 26-27.
4. Сініцина В. В. Розвиток професійно-спрямованих комунікативних навичок студентів у процесі вивчення ділової англійської мови / В. В. Сініцина, Г. В. Піскурська. – Донецьк, 2009. – С. 35-37.
5. Важливість вивчення іноземних мов у сучасному світі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://frutta.ucoz.ua/publ/vazhlivist\\_vivchennja\\_inozemnikh\\_mov\\_u\\_suchasnomu\\_sviti/1-1-0-3](http://frutta.ucoz.ua/publ/vazhlivist_vivchennja_inozemnikh_mov_u_suchasnomu_sviti/1-1-0-3)

### **Вікторія Коноплянко. Іноземна мова як засіб стимулювання професійного та особистого розвитку економіста**

Стаття присвячена іноземній мові як засобу стимулювання професійного та особистого розвитку економіста. Аналізується вплив іноземної підготовки на формування професійних компетентностей економістів.

**Ключові слова:** іноземна мова, професійна діяльність, мовні навички, викладання іноземної мови, професійне спілкування, економіка, ділова англійська.

УДК 811.111-049.7:338.488(049)

**Daria Kot**  
student

Donetsk National University of Economics and  
Trade named after Mykhailo Tugan-Baranovsky  
Kryvyi Rih, Ukraine  
Scientific Supervisor: K. Novikova

### **THE USE OF THE ENGLISH LANGUAGE IN THE PROCESS OF TOUR GUIDE'S WORK**

The present article deals with the English communication between a tour guide and tourists while visiting foreign countries, as well as the usage of everyday language by a guide. The classification of colloquial vocabulary in the field of tourism is provided. The importance of the English language in a tourist guide's profession is stated.

**Key words:** tour guide, tourism, intercultural communication, colloquial vocabulary, bilingualism.

In our rapidly developing age the word “tourism” is well known to everyone. Tourism is the area of social life of modern society in which direct intercultural dialogue dominates.

This article is devoted to the analysis of direct communication in English while visiting foreign countries, as well as the importance of the English language in a tour guide's profession.

A lot of reputable native and foreign linguists worked on this topic. The following scientific works are the most important and interesting:

– on the theory of language contacts and bilingualism theory: U. Weinreich, Ye. Vereshchagin, F. Grozhan, Yu. Zhklutenko, V. Rosenzweig, M. Hansen, E. Haugen, G. Chernysheva, S. Shridhar, L. Shcherba;

– in the field of variantology of English language and the theory of World Englishness: D. Graddol, J. Jenkins, B. Seidl Hofer, D. Crystal, T. Macartull, Z. Proshyna, O. Safonova, L. Smith, A. Holliday;

– on the theory of intercultural communication: T. Grushevitskaya, D. Gudkov, V. Karasik, D. Cristal, O. Leontovich, V. Popkov.

Tourism is one of the areas where intercultural communication between multilingual communicants is the most evident. Tour guide is a person who received required permit. He/She shows to visitors the natural beauty and rarities, cultural-historical monuments, works of art, ethnographic and other attractions. In addition, the guide can tell visitors about historical events, personalities and related legends, as well as about the events of political and economic life. In a direct intercultural dialogue, which inevitably occurs at the contact of different cultures, a special language is formed – the language of international communication. A guide's desire is to achieve a reasonable balance between precision of the description of foreign language culture and its availability to focus on specific audiences. Often it is necessary to use common language as an essential element of culture of any nation.

Traditionally, lexicology distinguish names of clothing, shoes, household items, names of culinary dishes, names of monetary units, as well as other vocabulary used in everyday communication in colloquial vocabulary. It can be classified as follows:

1) Accommodation – Hotel language. Most hotels and guesthouses where foreigners stay are unified under European standard and, as a rule, employ English speaking staff. In this regard, the need for knowledge of the special multicultural vocabulary is virtually eliminated. For example: *hostel, single room, double room, twin room, penthouse, suite, guest, room service, receptionist, front desk, chambermaid, a five star hotel, B&B (bed and breakfast), HB (half board), FB (full board)*.

2) Transport language. In this group the most common words describing the urban public and rail transport. Foreigners quite actively use a bus and underground. For example, foreign tourists have a unique opportunity to get acquainted with such realities as:

– Travelling by plane: *flight, through flight, non-stop flight, pilot, boarding ramp, a take off, to change planes (to transfer for another flight), customs restrictions, to fly at a height of (at an altitude of) and so on;*

– Rail travel: *long distance train, local (suburban) trains, through train, fast train, carriage, first class (second class/third class) sleeper, buffet car, luggage-van, upper berth/lower berth, to pull into the station, luggage rack and so on;*

– Travelling by ship: *passenger ship, sailing ship, liner, yacht, rowing boat (motor boat), raft, displacement, to go on a voyage, to take a cruise, to go by boat (ship, ferry), first (luxury) class, second class, third (deck) class and so on;*

– Car Driving, Cycling, Hitchhiking: *to hitchhike, to drive 90 km an hour, to swerve, to overtake (a car), in a lay-by, motorway, parking space, service station, speed limit, road police, coach and so on.*



3) Health; Dangers and Annoyances language. For example: *ambulance, police, law, allergic to..., diabetic, sunburn, unwell, toothache, pill, dentistry and so on.*

4) Money; Shopping and Souvenirs language. Tourist guide is also required to know the names of monetary units of different countries such as: *cents, dollars, euros, shillings, pounds, penny, rubles and so on.*

5) Food; Restaurants and Cafes language. This group represents a very large section, including the names of specific dishes of any cuisine, beverages, including alcohol, advice on ordering meals in a restaurant and cafes, etc. For example: *starters, main course, complement, waiter, national cuisine, baked, grilled, stewed, beef, seafood, dairy product, spices and so on.*

6) Activities language. In this group entertainment, hobbies and different kinds of tourism are the most often used, for example: *aqua aerobics, sightseeing, trade fair, pilgrimage, festival, familiarization or farm trip, golf, camel rides, mountains climbing, hiking and so on.*

7) Telephone and Internet Access; Post language. For example: *a cordless/pay(public)/mobile, to answer the phone/call, the line is free, answering machine/voicemail (answerphone), to book a trunk call, a frequent high-pitched buzzing, to have a technician (or a telephone engineer) in, use the computer and so on.*

8) Holidays and Traditions language. This group is very diverse as all the countries have their own traditions and customs, but there are exceptions. For example: *spa, meditation, yoga, shiatsu, massage, aromatherapy, retreat (noun), t'ai chi, hikes / hiking, anti-aging treatment and so on.*

Everyday situations that describe the sections of “Local food”, “Transport” and “Money and souvenir” are the most popular. Such popularity is due to the fact that there a direct intercultural dialogue prevails, in which the guide helps the tourists to understand the culture of the local population.

In the analysis of theoretical sources it was taken into account that tour guide for foreign culture prepares tourists for the trip, and he/she is a necessary attribute during a visit to a foreign country, helping to navigate in unfamiliar linguistic and cultural space. In accordance with the latest theoretical developments in the field of typology of authentic texts, original, not a translation guide is a type of text relative to a knowledgeable recipient who is interested in the cultural component of communication.

Tourism in a foreign country inevitably entails contact between two cultures that leads to the necessity of invasion in the field of bilingualism. Bilingualism is understood as the ability of people to speak two or more languages, however, with varying degrees of communicative competence in these languages. Lexical borrowings of foreign culture and their inclusion in tourism cross-cultural communication is a common practice in the “language of tourism”. To such communication a modern guide prepares travelers.

Thus, the modern English-speaking guide is a hybrid, combining elements of a classic guidebook, a phrasebook, a handbook for business and also custom instructions for tourists.

In this small article we tried to show and to analyze that modern tour guide for foreign language culture is a kind of intercultural communication and offers a lot of features such as: wide use of everyday language, which helps tourists to navigate in the unfamiliar linguistic and cultural space. This gives us the right to assume that the modern tour guide is a model for the origin of language of future global communication and is a very interesting material for further study.

#### References:

1. Єгорова К. А. Специфіка білінгвізму міжкультурного контакту сфер туризму / К. А. Єгорова // Гуманітарна планета. – 2009. – №1.
2. Longman Dictionary of Contemporary English. – Essex : Pearson Education Limited, 2003. – 1950 p.
3. Кабакчи С. С. Основи англомовної міжкультурної комунікації / Кабакчи С.С. – СПб., 1998. – 232 с.
4. Лінгвістичний енциклопедичний словник. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://lingvisticheskiy-slovar.ru/>.

#### **Дар'я Кот. Використання англійської мови в процесі роботи туристичного гіда**

Стаття присвячена англомовному спілкуванню між туристичним гідом та туристами під час відвідування зарубіжних країн, а також використанню повсякденної мови гіда. Наводиться класифікація побутової лексики сфери туризму. Підкреслюється важливість англійської мови для професії туристичного гіда.

**Ключові слова:** туристичний гід, туризм, міжкультурне спілкування, побутова лексика, двомовність.

УДК (339.74+339.746)(477)(045)

**Yuliia Nikolaichuk**

student

Donetsk National University of Economics and Trade  
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky  
Kryvyi Rih, Ukraine  
Scientific Supervisor: O. Bondarevska

#### **CURRENCY REGULATION AND CURRENCY CONTROL IN UKRAINE**

The article defines the nature, characteristics and problems of regulation of the national system of currency regulation and control in Ukraine as part of monetary policy. It is indicated that the National Bank of Ukraine has taken some measures to solve the existing problems in the foreign exchange market and improved regulatory framework in the field of currency regulation and control.

**Key words:** currency regulation, exchange controls, currency restrictions, currency market.

The economic system of Ukraine is the transition economic system. The system of currency regulation and control functions in Ukraine are strong enough, the legal basis are laws such as the Constitution of Ukraine, the Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On Currency Regulation and Currency Control", Law of

Ukraine "On the order of payments in foreign currency" and the regulations of the National Bank of Ukraine.

The problem of currency regulation is relevant not only because the state plays a major role, but because this process affects the economic performance of entities, referring, to a certain extent, to the interests of every citizen.

It is necessary to state, there is a need for a comprehensive study of the features of the national system of currency regulation as part of monetary policy today. Among the authors who have searched these issues, can be noted the E. Alisova, O. Bereslavskaya, O. Butuk, V. Biloshapku, Y. Bovtruk, A. Boryshkevych, Y. Gusev, B. Lapchuk, I. Krasnov, T. Musienko, T. Shemet. The purpose of this work is to determine the currency regulation and currency control in Ukraine based on theoretical and practical aspects of the subject.

Government intervention in the economic field and in the sphere of currency regulation is highly in Ukraine. T. Musienko indicated that administrative methods of management of economic processes have shown the failure to take into account the interests of all economic agents in many countries [6]. However, historical experience shows that underestimating the role of the state to regulate the economy leads to a global crisis in the society.

In this regard, the role of national law increases in determining the status of foreign currency, the order of its turnover while ensuring priority treatment of the national currency and the protection of purchasing power and the settlement of other factors that affect the convertibility of the currency [5].

It should be emphasized that the main purpose of currency regulation in Ukraine are:

- significant strengthening of the national currency and reduce inflation process of movement on currency rate;
- encourage the flow of foreign currency control and the return foreign currency earnings by exporters;
- stimulate active foreign economic activity, encouraging of industrial exports and create conditions for imports [6].

One means of currency regulation is the currency restrictions. Currency restrictions are used for the purpose to balance the payments balance in the world practice, the maintenance of the national currency and concentration of resources in the state. The use of currency restrictions is profitable for government, because it is primarily a tool in the allocation of foreign currency reserves [1].

The degree of use of currency restrictions is higher when the country is less developed. So currency restrictions are used in developing countries or countries with economies in transition, covering a wider range of foreign transactions and observed in a greater rigidity. This is due to lack of foreign currency in these countries and need of resources and regulation of their spending to achieve economic stability and social security of the general population.

Basic element of currency restrictions have currency controls. E. Alisov said in his monograph "Currency relations in Ukraine" that currency controls should not only defend the currency by administrative means, but also to ensure the economic independence of Ukraine. If we analyze in detail the existing system of currency

regulation in Ukraine, we should note that the legal regime can be described as a mode of currency restrictions, which refers to a set of regulatory measures and rules laid down in the legislative or administrative procedure and directed at limiting transactions with currency values [2]. All currency restrictions used in Ukraine are enshrined in the provisions of the Decree of the Cabinet of Ministers "On Currency Regulation and Currency Control" and many other laws.

The Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On Currency Regulation and Currency Control" of 19 February 1993 is the normative document, which plays an important role and determines the mode of provision of such operations in Ukraine. According to this decree regulations the basic definitions and terms are expressed in form of the general principles of currency regulation, the powers of state authority, functions of banks and other financial institutions of Ukraine to regulate currency transactions the rights and duties of monetary relations, procedure of foreign currency control, and responsibility for violation of currency laws. The ownership of currency values, are also currency identifiable Ukraine, the use of foreign currency receipts [1].

The main body of currency regulation and control is the National Bank of Ukraine, which, in addition to direct control functions, also provides:

- state monetary policy based on the principles of the general economic policy of Ukraine;
- together with the Cabinet of Ministers of Ukraine, Ukraine's balance of payments;
- control of compliance approved by the Verkhovna Rada of Ukraine, limiting the external debt of Ukraine;
- determine the limits of indebtedness in foreign currency non-resident banks authorized;
- issuance within its competence binding regulations on transactions in the currency market of Ukraine;
- accumulation, storage and use of reserve currency assets for state monetary policy;
- licenses for currency transactions and decisions to repeal;
- establishing ways to determine the use of currency (exchange) rates denominated in national currency of Ukraine, rates of currency assets expressed in currency or settlement (clearing) units;
- the establishment of common forms of accounting, reporting and documentation of currency transactions, how to control their authenticity and timely submission in agreement with the Ministry of Statistics of Ukraine;
- publication of bank statements of their own operations and transactions of authorized banks etc [1].

In the field of currency regulation and currency control there have been significant changes in recent years. In particular, National Bank of Ukraine recommended by the Decree of President of Ukraine to strengthen the responsibility of commercial banks for violation of currency laws and prevent the illegal outflow of currency values outside Ukraine [4].

Recently, there was a certain tension in the currency market of Ukraine, which is associated with a number of situational combination of internal and external factors. To solve the existing problems the National Bank of Ukraine has taken additional measures as follows:

- empowering of support to the liquidity of banks by the National Bank of Ukraine;
- a zero rate reserve funds for short-term external loans;
- certain restrictions on the execution of clients' orders within banking balances on their current accounts at the beginning of the trading day;
- temporary restrictions on buying foreign currency on the interbank currency market of Ukraine on individual transactions;
- limitations in terms of authorized banks purchasing foreign currency on behalf of legal entities and individual entrepreneurs [3].

In addition to these requirements, the National Bank has improved the regulatory framework in the field of currency regulation and control. On the one hand, there is the liberalization of the currency market, on the other - precautions taking for the use of the banking system for poor business and limit opportunities speculation of the currency market [6].

Thus, despite the additional measures of the National Bank of Ukraine, the risks to destabilize the situation on the currency market still remain (high level of uncertainty about the global economy and international financial markets, deteriorating balance of payments, high external debt of Ukraine etc.). Additionally, the effective functioning of the currency market is due to prevent the emerge of Ukraine's devaluation. Therefore, it is believed that successful and effective functioning of the currency market in Ukraine is necessary to ensure appropriate liquidity for optimization mechanisms of regulation, the use of financial mechanisms to ensure an effective balance of payments and to maintain balance in the currency market, by means of maintaining confidence in the monetary system and the national currency.

#### References:

1. Декрет Кабінету Міністрів України “Про систему валютного регулювання і валютного контролю” [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/15-93>
2. Алисов Е. А. Правовое регулирование валютных отношений в Украине / Е. А. Алисов. – Харьков : Консум, 1998. – 141 с.
3. Береславська О. І. Міжнародні розрахунки та валютні операції: Навч. посібник / О. І. Береславська, О. М. Наконечний, М. Г. Пясецька та ін.; За заг. ред. М. І. Савлука. – К. : КНЕУ, 2002. – 392 с.
4. Бутук О. І. Валютно-фінансові відносини: навч. посіб. / О. І. Бутук – К. : Знання, 2010. – 349 с.
5. Гусев Ю. В. Валютное регулирование как один из факторов торможения развития экономики в Украине / Ю. В. Гусев // Бизнес. – № 16 (1211), 2016.
6. Мусієнко Т. Особливості валютного регулювання в Україні / Т. Мусієнко // Вісник Національного банку України. – № 5, 2003.

## **Юлія Ніколайчук. Валютне регулювання та валютний контроль в Україні**

У статті визначено сутність, особливості та проблеми регулювання національної системи валютного регулювання та контролю в Україні як частини валютної політики держави. Вказано, що Національний банк України вжив певні заходи для розв'язання існуючих проблем на валютному ринку та удосконалив нормативну базу у сфері валютного регулювання і контролю.

**Ключові слова:** валютне регулювання, валютний контроль, валютне обмеження, валютний ринок.

УДК 81.111-021.414:(005-029:33-044.22)'06 (045)

**Maryna Reshetniak**

student

Donetsk National University of Economics and  
Trade named after Mykhailo Tugan-Baranovsky

Kryvyi Rih, Ukraine

Scientific Supervisor: K. Novikova

### **THE ROLE OF ENGLISH IN BUSINESS**

The present article deals with the role of the English language in the business sphere. The usage of business English and its requirement in various fields of human activity are analyzed.

**Key words:** business, business English, business communication, business correspondence, language skills.

The spread of English has assumed a global scale nowadays. Now, when the political, economic and commercial ties between the states are going forward, the method of communication with business partners and colleagues becomes more urgent. Now, when the professions like an entrepreneur, a lawyer, a financier and an economist appear, English becomes vital. Knowledge of business English is one of the important features of a person who wants to work in the field of aviation or economics or computer science.

Because the prevalence of English grows up, and more and more people want to learn it, there is a new kind of business that provides the services of consumer education of different age groups, notably, language schools and linguistic centers.

As regards the usage of English in business, such scientists as E. Kosinskaya, S. Polyakova, L. Pichkova and A. Ataeva considered this issue.

The aim of this work is the analysis of English learning in the business sphere. The usage of business English and its requirement in various fields of human activity are analyzed.

In the modern world, it is impossible to do without knowledge of the English language. The features of proficiency in English concern the activities of different types related to the economy. The great importance in the knowledge of the English language is given to many programs aimed at training and improving the qualification of employees of international companies, as well as the growing demand for directors, secretaries and managers on specialized English language courses adapted to the professional activities of the company [1].

Business English contains several aspects. This concept includes business communication, business correspondence and specialized English language skills. However, in order to start studying business English, you need to reach the Intermediate level first. Business communication skills are essential for making phone calls in English, for giving speeches and presentations using typical turns of speech and inflections. This knowledge will be useful for directors and top managers. The final result depends on its accuracy – whether the contract between business partners will or will not be signed, or at the very end, whether the positive or negative opinion about you will be formed [2].

The skills of business correspondence are necessary for business matters, their rules and forms. If you read the appropriate literature and learn about the rules of writing business letters, you will be able to write the accurate and informative letters.

Within the international arena, the business management provides entering the new markets, and consequently there is a need to translate a large number of advertising, localization, marketing and other information. But at the same time generally accepted rules of drawing up documents specified by the legislation of the different countries should be followed. During the international undertaking, many companies face the difficulties in the document management. All the documents should be translated into a foreign language according to the international standards and the legislation of those countries where the commercial or entrepreneurial activity will take place. In other words, all documents should be legalized. In order to make the document valid on the territory of another state it should be apostilled. An apostille is a simplified form of document legalization [3].

For home specialists knowledge of English in the banking sector is also very important. In fact, the modern banking industry in Ukraine develops rapidly, outstripping the growth rate of economy in general and causing an influx of new staff. A huge number of foreign banks in this sphere, foreign partners and foreign terminology – all these are defined as a requirement for successful work and for promotion of employees, namely, the knowledge of the English vocabulary related to banking.

If we talk about foreign languages, even taking into account the intensive development of economic and political relations, Ukraine is extremely provincial. According to the research in population's level of knowledge of the English language, which was carried out by the EF English First in 44 countries, Ukraine was on the 34th place, far behind China, India and Brazil. Only 20% of Ukrainians speak any foreign language, while only 10% have ever been abroad (including neighboring countries and mainly Russian-speaking resorts of Turkey and Egypt) [1].

According to the LCA statistics, only 15% of Ukrainians have the international passport, while less than a half of them use it regularly.

Owing to the development of the international market relations, new words in the Ukrainian language appear, for example, names of imported products are often used in restaurant menus. It is unlikely that the shopkeeper will explain you what this particular new product is, and you will not get any idea about it, until you read the translation on the back label by yourself.

Nowadays, visiting the website of any company and looking over the vacancies, it becomes clear that the knowledge of English is one of the basic requirements in more than 60% of cases, and this number continues to grow. In addition, the majority of home HR specialists agree that the knowledge of English means a good rise in wage. The amount of the salary increment is around 15-35%.

In our days, more and more professions, where the knowledge of English is a prerequisite for successful performance of official duties, appear. Let`s consider some of them:

1. *IT-sphere*. English has become the key language in the world of computer technologies. Everyone who wants to work in the IT sphere, or start business online, should study a business English textbook, aimed at extending vocabulary within this topic, or to think about appropriate courses.

2. *Sales Manager*. Nowadays, most of the organizations whether or no cooperate with foreign partners or suppliers, not to mention the customers. So apart from learning the art of sales, you will have to learn a foreign language as well.

3. *Private entrepreneur*. Cooperation with foreign partners is a standard practice, and the language of communication with them is often English. It is better to do it personally to avoid errors and misunderstandings. You can, of course, turn to interpreters, but it is expensive and unpractical.

4. *The tourism and hotel business*. Whether it is a European hostel or an Asian hotel, a famous restaurant in the center of Paris, which was awarded with a Michelin star, or a small family café in Rio de Janeiro, the management will provide the staff which can communicate in English because, as everyone knows, the development of mass tourism brings a variety of guests who speak different languages. Apart from the ability to speak in such a way that the interlocutor at least could understand how to find the main attraction in the city, or place where he can eat tasty and inexpensive food, the staff should also handle written requests in English from potential customers from all over the world.

5. *The health worker*. In the era of nanotechnology where science is rushing forward rapidly, new methods of treatment of certain diseases, new medicines and medical apparatus appear. Instructions and manuals are primarily in English, in order experts from all over the world could translate them into the local language. In addition, qualified doctors should constantly monitor what happens in medicine in other countries. That becomes possible due to the scientific articles that are published in English.

6. *The field of Economics and law*. If you have to deal with the agreements or legal acts in English, a good proficiency in a language is vital, as any mistake can have fatal consequences.

It is clear that every person would like to be successful in business. In this case, the knowledge of English can contribute greatly. Firstly, it is additional knowledge, and secondly, a specialist who is aware of business English is more in demand among employers. However, it is not the most important thing. The main point is an opportunity to plunge into the world of mysterious and unknowable, is the ability to communicate with people and with another layer of ideology and mentality.



Thus, the modern Ukrainian businessperson has a tendency to refuse from the services of an interpreter when dealing with foreign partners and, having studied business English, overcomes the language barrier along with the barrier to a successful business. Time is going on and it comes to the day when asking a person about the knowledge of English would be immodest like asking whether he knows how to use a computer or not. On the other hand, the General level of English language knowledge among our population remains quite low even in the capital, not to mention other regions of Ukraine.

It is high time to start learning English now, because it is a hobby, about which you will not regret. Even if language is not useful in practice in the near future, it will bear fruits later. Resources that were spent on education will come back tenfold. Moreover, speaking English is very exciting and pleasant. English will allow you to feel confident in almost any country, irrespective of whether you are on a business trip or just on vacation with the family.

#### References:

1. Косинкая Е. В. Роль английского языка в бизнесе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/rol-angliyskogo-yazyka-v-biznese>.
2. Полякова С. Г. Деловой английский язык в современном социально – экономическом пространстве [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/delovoy-angliyskiy-yazyk-v-sovremennom-sotsialno-ekonomicheskom-prostranstve>
3. Ярков В. В. Гражданский процесс / В. В. Ярков. – М. : Волтерс Клувер, 2006. – 703 с.

#### **Марина Решетняк. Роль англійської мови в бізнесі**

Стаття присвячена ролі англійської мови в сфері бізнесу. Аналізується використання ділової англійської мови та її вимог у різних сферах людської діяльності.

**Ключові слова:** бізнес, ділова англійська мова, ділове спілкування, ділове листування, мовні навички.

УДК 336.227.5:336.221-022.233(045)

**Vyacheslav Savenko**  
student

Donetsk National University of Economics and Trade  
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky  
Kryvyi Rih, Ukraine  
Scientific Supervisor: O. Bondarevska

## **OFFSHORE SCHEMES AS A WAY OF TAXATION OPTIMIZATION**

The article examines the main methods of tax planning through the use of offshore schemes. The main offshore schemes that can significantly reduce the amount of taxes are considered. The choice of an offshore zone and offshore schemes depends primarily on the challenges that face a company.

**Key words:** Offshore, taxes, tax planning, tax optimization.

Nowadays it is difficult to imagine at least one large multinational corporation in the world, which wouldn't have used the possibility of reducing the cost, including

taxation and increase of its profits. For example, for a long time, many manufacturers from different western countries, such as General Motors and PepsiCo, transferred their main production facilities to countries where labor is cheaper. In this sense, tax planning is the same method to reduce costs, but it usually does not require substantial capital investment. Many well-known companies use tax-planning methods, opening subsidiaries in different countries with a favorable tax climate, thereby repeatedly minimizing their tax payments.

The purpose of the article – to show ways of tax optimization using offshore schemes.

In the world, more than 180 countries and only few of them can be attributed to offshore.

There are five main characteristics of offshore:

1. Offshore, as a rule, is a non-resident in relation to the territory in which it is registered.

2. Offshore, as a rule, exempts from taxes and pays the annual registration fee.

3. Simplified procedure for the registration and management of the company.

4. For offshore no exchange controls on financial reporting requirements are minimized in the country of incorporation. Audits, with rare exceptions, are not required.

5. Possession of offshore can be done on an anonymous basis with high guarantees of confidentiality. The confidential nature of offshore ownership is guaranteed by the generally accepted rules of law and the law of the jurisdiction in which the offshore is registered.

About 80 countries in the world provide tax incentives for companies registered in them, without leading in any activity in the territory.

There are many characteristics of tax havens – the geographical position, political stability and credibility in the international market, the presence of the country's professional staff, good communications and reliable banks. This also can be attributed to the possibility of visiting the country, the prospects for the satisfaction of any other projects that may arise in the future. Jurisdiction can be divided into three groups:

The first group – the classic offshore zone – a country with full exemption from any taxes in exchange for a small fixed annual fee that does not require submission of financial statements. This is usually a small "island" of the state. The most famous among them, the Bahamas, the British Virgin Islands (BVI), Seychelles, Belize, Mauritius, Nevis, Panama.

The second group includes countries that provide offshore companies tax breaks, but at the same time requiring them for financial statements. Registration and service of companies in these areas are more expensive, and the prestige of the country is high. This group can be attributed with Cyprus, Delaware, Gibraltar, Hong Kong, Uruguay.

The third group includes countries characterized by high respectability. They provide a number of cases, various tax benefits, subject, as a rule, certain stringent conditions which are not offshore zones. These countries are mainly chosen in order to improve the image of your business, giving it great respectability, as well as for

possible future release on to the financial markets of developed countries. Among such countries – the Netherlands, Switzerland, The United Kingdom.

There are many ways of tax planning, depending upon a particular purpose. Schemes can be very diverse, so let us consider some of them:

1. The scheme of tax optimization of commercial enterprises with the use of reseller and transfer pricing. Illegal tax optimization is often associated with the regime of offshore zones when they are used in order to evade tax or to obtain unjustified tax privileges. There was widespread use of such schemes as the creation of an additional intermediary company in an offshore zone, where goods are sold at a reduced price for the purpose of resale at market price. Similarly, minimizing tax payments made them use the commission contract.

2. The scheme of tax optimization through the use of credit agreements. By the conclusion of the credit agreement with an offshore, a company can move money in a better time than, for example, by investing in their authorized capital. What are the advantages of credit compared with investing?

Firstly, cash movement process takes a very short time, whereas the contribution of funds to the share capital of the subsidiary is necessary to observe some of the necessary steps: acceptance, approval and registration of the decision on the enthusiasm of the authorized capital, to obtain an extract from the state register.

Second, the size of the capital increase is not always the prerogative of the founders of the company, sometimes the increase is necessary to agree with the supervisory authorities (competition authorities, investment funds, etc.). In addition, it is important to note that the increase in share capital is only possible from the shareholders and the company credits can be carried out through any third party.

Thirdly, one of the important advantages of credit is that the repayment of the loan and the relevant interest shall be pre-tax income of the enterprise income tax. The amount of interest paid can be attributed to a decrease in the tax base.

3. The scheme of tax optimization through the conclusion of the license agreement. An offshore company can act as a licensee of a trademark, copyright. The main difference from the sale of trademark (copyright) is that if the sale of the right to use a trademark, copyright, and completely free of charge transferred to the buyer, then the issuance of the license to the licensee transfers the right to use them in accordance with the terms of the license agreement.

In the second case there is a passive business activities of a foreign legal entity (the offshore company) in the State of the licensee and a foreign entity derives income from sources within that State. Royalties made by the licensee, may be made in the address of the licensor only if withholding tax at source in accordance with the applicable law of the country, the licensee, unless otherwise provided by the terms of the agreement on avoidance of double taxation signed between the licensor and the licensee. Thus, for an effective minimization of tax liabilities of the company, which owns the copyright, it has to be recorded in the country, which has an agreement with the licensee's country.

4. The protection of business methods by removing from the balance enterprise assets. When an offshore company acts as a property owner, or it is transferred or sold, directly or it originally acquired any property. An offshore company as the

owner of the property is normally used to protect the property from foreclosure for the obligations of the debtor or to minimize tax liabilities. What are the benefits promised statement on the balance of property offshore company? When foreclosure of the property for tax liabilities or obligations of the other persons, enforcement proceedings, such are the claims countries laws in which the offshore company account can be ignored, but not excluded, there are cases when the property foreclosure registered in the territory of the company is possible.

5. Tax payments for dividends optimization. Some of the largest multinational companies have set up their own offshore companies involved in mixing the dividends received from subsidiaries, in order to maximize tax benefits. In a high tax jurisdiction, including, for example, the United Kingdom, income is taken from dividends received from abroad, depending on the source. It is possible that single-source dividends have a tax benefit in excess of the local tax, the local law does not allow to transfer the excess tax benefits from the first dividend to the local tax on other dividends. The solution for a local company is to create a branch, usually located on the territory, which has favorable agreements on double taxation, and use it for mixing of foreign tax benefits that allow set-off of excess tax benefits from dividends from a source with low taxation. Then, the mixed dividend paid to the parent company, where it has averaged a tax rate.

For Ukraine, one of the classic examples of the use of foreign offshore structures - the so-called self-financing. Funds derived abroad and designed to offshore structures, if necessary, are returned to Ukraine in the form of a loan or investment. Self-financing gives the owners of foreign offshore companies the following significant benefits:

1) Ability to form the conditions of the loan and interest rates depending on the goals and objectives of the owner.

2) The assignment of interest on the loan payments on the cost price of the Ukrainian company, which allows it to reduce tax costs.

3) The implementation of full control over the movement of funds.

4) Transfer of profit resulting from the use of financial resources abroad on a legal basis.

5) Ability to output lawfully funds (credit) abroad in the event of the country's economic crisis, political instability or any other adverse situations.

6. Optimization of enterprise tax by entering into circulation intangible assets. Upon the sale of copyrights and trademarks offshore company receives income from foreign economic activity, not the income from sources within the country - buyer of a trademark or copyright. If an offshore company has no permanent establishment in this country, the corresponding fee must be made without deduction of tax at source. In the country of registration, the company shall pay income tax in accordance with the local tax laws. For the sale of copyrights and trademarks existence of an agreement on the avoidance of double taxation of income is irrelevant.

In conclusion, it should be noted that the offshore companies and other jurisdictions are quite diverse administrative conditions of the company, reporting requirements, the tax rates. Therefore, the country for the registration of companies, including offshore, must be selected taking into account the specific business kind,

under a specific scheme possible, and sometimes even a specific possible deal. It is important for the modern Ukrainian science and practice to define the most essential domestic economic trends in the development of the offshore services market and the main problems relevant to this process. The offshore business is one of the ways to attract monetary resources to stimulate economic development. As experience has shown, the countries with the developed offshore services market are characterized by a larger financial stability, reduced macroeconomic risks and social shocks.

#### References:

1. Аксьонов Д. Можливості сучасного офшорного бізнесу / Д. Аксьонов // Фінансовий ринок України. – 2009. – № 11. – С. 38–41.
2. Бозуленко О. Роль офшорної фінансової діяльності у світовій фінансовій системі / О. Бозуленко // Економіст. – 2008. – № 1. – С. 51–53.
3. Вахітов Р. Мінімізація податків та сучасні реалії офшорного бізнесу / Р. Вахітов // Фінансовий ринок України. – 2009. – № 12. – С. 38–40.
4. Волкова Ю. О. Розвиток офшорних центрів у системі міжнародного бізнесу / Ю. О. Волкова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 1. – С. 43–48. 5
5. Офшорні зони як спосіб збереження капіталу в нестабільній економічній ситуації [Електронний ресурс] / Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vodt/2009\\_10/19\\_Ofshorni\\_zony\\_ak\\_.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vodt/2009_10/19_Ofshorni_zony_ak_.pdf).

#### **В'ячеслав Савенко. Офшорні схеми як спосіб оптимізації оподаткування**

У статті розглядаються основні методи податкового планування за рахунок використання офшорних схем. Розглянуто основні офшорні схеми, які можуть значно зменшити суму сплачених податків. Вибір офшорної зони і офшорних схем залежить головним чином від проблем, з якими стикаються компанії.

**Ключові слова:** офшорні зони, податки, податкове планування, податкова оптимізація.

УДК 81'373.46-029:811.111-021.321:338.48(100)(045)

**Карина Сапожник**

студентка

Донецький національний університет економіки і

торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: К. О. Новікова

#### **ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКОЇ ТЕРМІНОСИСТЕМИ У ГАЛУЗІ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ**

Стаття присвячена особливостям англійської терміносистеми у галузі міжнародного туризму, виявленню її ключових характеристик, встановленню місця термінології індустрії туризму у структурі сучасної англійської мови. Проаналізовані сучасні проблеми розвитку англійської термінології міжнародного туризму та шляхи її поповнення.

**Ключові слова:** терміносистема, термін, туризм, галузь гостинності, галузь харчування, галузь розваг, галузь транспорту.

Термін акумулює мовну та загальноспеціальну інформацію, необхідну для існування, збереження, подальшого розвитку і вдосконалення професійно-наукових знань. У сучасному термінознавстві все більше уваги приділяється питанням функціонування термінів у мовленні. Важливим є комплексний аналіз терміносистеми, що функціонує в спеціальних текстах певної сфери діяльності. Тож англійські терміносистеми є дуже важливим аспектом сфери міжнародного туризму.

Актуальність дослідження обумовлена зростаючим інтересом до спеціальної лексики окремих галузей знання. У той же час туристична термінологія є мало дослідженою і потребує інвентаризації, незважаючи на те, що протягом декількох останніх десятиліть така галузь людської діяльності, як туризм і надання туристичних послуг, швидко розвивалася і тепер перетворилася на досить розгалужену і перспективну галузь.

Метою роботи є визначення шляхів формування нових термінів та особливостей термінології міжнародного туризму на матеріалі англійської мови. Мета роботи спонукала до постановки та вирішення таких дослідницьких завдань:

- розкрити сутність терміна й аспектів його опису та запропонувати власну дефініцію «туристичного терміна»;
- визначити місце термінології міжнародного туризму у структурі сучасної англійської мови;
- проаналізувати сучасні шляхи розвитку і поповнення англійської терміносистеми міжнародного туризму.

Виходячи з того, що єдиного визначення терміна в лінгвістичній літературі ще немає, то завдання дати таке визначення на сьогоднішній день залишається актуальним. Крім того навіть не дуже глибоке вивчення термінології певної галузі знань показує, що не завжди термін точно виражає спеціальне поняття і не завжди входить лише в одну терміносистему. До того ж не завжди термін має чіткі семантичні межі і виражає точно окреслене поняття.

Д. Лотте давав таке визначення поняттю термін: «Термін це мовний знак, що репрезентує наукове поняття спеціальної, професійної області знань» [7].

А ось Огієнко казав що: «Термін – це слово або словосполучення, яке позначає поняття певної галузі знань чи діяльності людини» [8].

Проаналізувавши сучасні підходи до вирішення проблеми детермінації даного поняття, можна визначити туристичні терміни як слова або словосполучення, застосовані для точної назви понять, предметів або явищ в туристичній галузі, які характеризуються єдністю цілісної номінації, різноманітним виконуваним ним функцій і великою кількістю форм прояву.

Сфера понять, позначених термінами, що відносяться до туристичної термінології, пов'язана, перш за все, з людиною. В даний час відзначається зростання інтересу до людини і до всіх явищ, з нею пов'язаних, що відбивається в мові, в тому числі і в туристичній термінології.

Процес формування будь-якої терміносистеми передбачає створення, вдосконалення, впорядкування цілісного у структурному та функціональному аспектах угруповання мовних одиниць, що відбивають систему понять цієї

науки в різні періоди її розвитку. Формування терміносистем на різних етапах (залежно від ступеня розвитку та сфери функціонування літературної мови і самої предметної наукової галузі) здійснюється або тільки стихійно, або з різною часткою стихійності та науково обґрунтованого термінотворення, або тільки на основі науково обґрунтованих фахових (галузевих) та лінгвістичних підходів [1].

Терміносистему галузі туристичного бізнесу складають такі базові компоненти, на основі яких вона розвивалася: в англійській мові це – *tour* ‘тур’, *tourism* ‘туризм’, *tourist* ‘турист’. Отже не дивно, що ці слова увійшли у склад багатьох словосполучень та стійких висловів, які використовуються в галузі міжнародного туризму. Наприклад: *tour operator* ‘туроператор’, *tour guide* ‘екскурсовод’, *tourist information officer* ‘працівник інформаційної туристичної служби’, *tourist attractions* ‘туристичний об’єкт’, *package tour* ‘організована туристична мандрівка’, *incentive tour* ‘стимулюючий тур’, *ecotourism* ‘екотуризм’, *leisure tourism* ‘туризм для відпочинку’ тощо.

Термінологія туризму у порівнянні з терміносистемами інших галузей знань має специфічну структуру на мовному і концептуальному рівнях (кількісні і якісні параметри), оскільки термін як складник термінологічної системи має подвійну природу. Він є не тільки елементом системи лексики, а й елементом системи наукових понять. Індустрія туризму складається з комплексу різних видів діяльності. Кожен з цих видів діяльності, які пов’язані з туризмом, налічує власну групу термінів, що є відмінною від інших груп термінів туризму специфікою кожного окремого виду діяльності. Таким чином до індустрії туризму належать:

1. **Галузь гостинності** – пов’язана із розміщенням туристів в готелях, хостелах, кемпінгах, тощо. Наприклад:

*Check-in time* ‘час заселення у номер’, *check-out time* ‘час виселення з номеру’, *ExB (Extra Bed)* ‘додаткове ліжко у номері’, *FB (Full board)* ‘повний пансіон (сніданок, обід, вечеря)’, *B&B (Bed & Breakfast)* ‘тип номеру зі сніданком’, *full house* ‘повне заповнення готелю’, *junior suite* ‘велика кімната зі спальним місцем, яка перетворюється на вітальню вдень’, *rack rate* ‘ціна за номер без врахування знижки’, *walk in guest* ‘клієнт, який не бронював номер’.

2. **Галузь харчування** – реалізується через комплекс спеціальних закладів: їдалень, кафе, ресторанів, тощо. Наприклад:

*Buffet* ‘система харчування «шведський стіл»’, *room service* ‘доставка їжі та напоїв в номер’, *fast food outlets* ‘кафе швидкого харчування’.

3. **Галузь розваг** – допомагають організувати дозвілля туристів: екскурсії, походи, спортивні заходи тощо. Наприклад:

*Itinerary* ‘маршрут’, *pilgrimage* ‘паломницький тур’, *familiarization* ‘поїздка з метою об’єднання родини’, *flea market* ‘блошиний ринок’, *activity sheet* ‘маршрутний лист’, *re-enactment* ‘реконструкція історичної події’.

4. **Галузь транспорту** – забезпечує доставку туристів до місця призначення. Наприклад:

*Transfer* ‘пересадка’, *leased cars* ‘арендовані автомобілі’, *destination* ‘пункт призначення’, *transport hub* ‘транспортний вузол’, *transit lounge* ‘транзитний зал’.

Терміносистема туризму, фіксуючи в мові нові туристські реалії, знаходиться в постійному динамічному оновленні. Перше – запозичення термінів з інших сфер людської діяльності, головним чином з соціокультурної практики. Наприклад: *acquisition, animation, carousel, courtesy coach, defaulter, domestic tourism, fullboard, halfboard, housekeeping, hospitality industry, mixed-use destination, restricted goods, scheduled service, stopover, standby, welcome pack*.

Друге – утворення власних термінів. Наприклад: *affinity group, back-to-back charter, catering, code-sharing, concourse, consolidator, duty-free allowance, inclusive tour, itinerary, MICE tourism, open-jaw fare, redcap, shoulder season, time-share, tour package, visa, voucher* [6, с. 70].

Значний пласт англомовних термінів міжнародної термінологічної системи туризму переходить в національні терміносистеми без фіксації аналогів на національних мовах і зберігається у вигляді інтернаціоналізмів. Наприклад: *інклюзив, інтенсив-туризм, пекідж-тур, чартер, ваучер, ВІП-сервіс, табльдот, а ля карт, кейтерінг, карвінг, код-шеррінг, тайм-шер, стоповер, овербукінг, ресепшн*. Одна з причин цієї тенденції в тому, що в контактуючій мові відсутній терміну-аналог у формі слова або короткого словосполучення. Наприклад: *catering* ‘обслуговування масових заходів стравами і напоями’, *affinity* ‘група співробітників однієї установи, або учнів одного і того ж навчального закладу, або членів однієї і тієї ж організації, яка здійснює спільну поїздку і користується спеціальними пільговими авіатарифами’ [6, с. 72].

В силу історичних і соціальних причин в професійній сфері туризму найбільш вживаною визнається англійська мова. Навіть за наявності аналогів в контактуючих національних мовах англомовні терміни в абсолютній більшості випадків використовуються в національних туристичних індустріях і культурах паралельно з національними, асимілюючись в мові і мовленні.

Потреба в знанні і володіння англійською мовою може з’явитися практично в будь-якій сфері діяльності. Тут мова йде про те, щоб не тільки володіти загальним розмовною англійською, а й бути компетентним в спілкуванні в рамках будь-якої спеціальності. Ринок навчальних матеріалів з професійного вивчення англійської мови пропонує безліч різних рішень [5].

Таким чином, терміносистема туризму є відкритою, динамічною, постійно оновлюваною системою, яка налічує великий пласт термінів. Це явище обумовлене високою мірою популярності такої галузі людської діяльності, як міжнародний туризм, і, в результаті, перетворенням її на вельми розгалужену і перспективну народногосподарську галузь. Зважаючи на те, що термінологія туризму використовується не тільки спеціалістами галузі, а і безпосередніми користувачами її послуг, в основі лексики лежить загальноживана мова, доповнена специфічними термінами.

Сфера туризму й надалі розвиватиметься, тому потреба в упорядкуванні туристичної термінології та оптимізації її понятійного апарату зростатиме.



Термінологічні знання уже зараз потрібні людям багатьох професій – лінгвістам, перекладачам, редакторам, викладачам, спеціалістам туристичної галузі. З огляду на те, що немає спеціалізованих двомовних (англо-українських) та тлумачних словників туристичних термінів перспективним є лексикографічний опис термінології сфери туризму як один з етапів упорядкування цієї терміносистеми. З'ясування лексичних відмінностей між оригінальними туристичними текстами та їхніми перекладами, що допомогло б виявити лексичні заміни, не передбачено у словникових відповідниках, теж може становити значний інтерес у перспективі подальших досліджень.

#### Список використаних джерел:

1. Алексеева Л. М. термін і метафора / Л. М. Алексеева. – Перм : Пермський університет, 1998. – 250 с.
2. Белан Е. Т. До питання синонімії в англійській термінології міжнародного туризму. Переклад і перекладознавство. Тези виступів на науковій теоретичній конференції МГОУ (14 квітня 2005) / Е. Т. Белан. – М. : Вісник МГОУ, 2005. – С. 24.
3. Біян Н. О. Лексико-семантична та структурна класифікація термінів в англійській мові / Н. О. Біян. – Львів : Дрогобицький державний педагогічний університет ім. І. Франка. Іноземна філологія. – 2009. – С. 142-149.
4. Буділева В. С. Ознаки термінів як основа їх класифікації / В. С. Буділева – М. : Основа, 2002. – 144 с.
5. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури: учбовий посібник / В. І. Карабан. – Вінниця : Нова Книга, 2001. – 303 с.
6. Мошняга Е. В. Терминосистема международного туризма как лингвокультурное явление / Е. В. Мошняга // Вестник Московского городского педагогического университета. Сер. «Филология. Теория языка. Языковое образование». – 2009. – № 1 (3). – С. 67–73.
7. Реформатский А. А. Що таке термін і термінологія: Сб. Питання термінології / А. А. Реформатский. – М., 2007. – С. 47-51.
8. Шевчук С. В. Документознавство. Термін та його ознаки, термінологія як система. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/glavy/11310-311-termn-ta-yogo-oznaki-termnologya-yak-sistema.html>.

#### **Karyna Sapozhnyk. The peculiarities of English term system in the field of international tourism**

The present article is devoted to the peculiarities of English term system in the field of international tourism, identification of its key characteristics and place in the structure of modern English. The current problems of English terminology development in the field of international tourism and ways of its updating are analysed.

**Key words:** term system, term, tourism, hospitality industry, food industry, entertainment industry, transport industry.

УДК 81'25-021.321:82-6(044.4)=811.161.2(045)

**Таміла Яновська**

студентка

Донецький національний університет економіки і

торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: С. А. Остапенко

## ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ДОКУМЕНТАЦІЇ НА ПРИКЛАДІ КОНТРАКТУ

В статті розглядаються питання характеристики офіційно-ділового стилю та види ділових паперів. Авторка зосереджує увагу на основних відмінних рисах офіційно-ділового стилю української та англійської мов, з'ясовує лінгвістичні, граматичні, лексичні особливості контракту та розглядає лінгвістичні та лексичні аспекти перекладу контракту.

**Ключові слова:** ділова документація, кореспонденція, контракт, переклад, лексичні аспекти перекладу.

Актуальність даної теми полягає в тому, що на сьогоднішній для кожної людини дуже важливо вміти орієнтуватися у діловій документації. З контрактом ми зіштовхуємося майже у всіх сферах діяльності: ми укладаємо контракти, коли влаштовуємося на роботу, вступаємо до технікуму, університету. Стаття присвячена дослідженню лінгвістичних особливостей перекладу контракту, які характеризують структуру його написання.

Основне завдання цієї роботи полягає в дослідженні специфіки перекладу контрактів. Для досягнення поставленої мети необхідно розглянути такі питання:

- ознайомитися з характеристикою офіційно-ділового стилю;
- розглянути види ділових паперів;
- дослідити основні відмінні риси офіційно-ділового стилю української та англійської мов;
- розглянути лінгвістичні та лексичні аспекти перекладу контракту;
- з'ясувати лінгвістичні, граматичні, лексичні особливості контракту;

Ми б хотіли звернути увагу на видатних вчених, які присвятили свій науковий спадок діловому перекладу: В. Акуленко, Р. Погорєлова, А. Анікін, Ю. Апресян, І. Арнольд, Л. Бархударов, С. Влахов, І. Гальперин, І. Корунець, Л. Дайненко, Л. Тарануха, І. Жданова.

Сучасний офіційно-діловий стиль є одним з тих стилів, що належить до книжкових стилів і практикується у формі письмової мови. Усна форма офіційно-ділового мовлення – виступи на урочистих заходах, прийомах, доповіді державних і громадських діячів і т.д. [8, с. 475].

Офіційно-діловий стиль розділяють на два підстили:

- офіційно-документальний;
- побутово-діловий.

У першому можна виділити дипломатичну мову (дипломатичні акти, угоди) і мову законів, а в другому – ділові папери, службове листування.

**Мова дипломатії** – дуже своєрідна, у ній своя система термінології. Зазвичай, лише в дипломатичних відносинах вживаються етикетні слова

Що стосується синтаксису, то для дипломатичної мови характерні довгі пропозиції, дієприслівникові зворотами, інфінітивні конструкції, відокремлені прикладки.

**Мова законів** – це офіційна мова державної влади, якою вона розмовляє з населенням. Особливість мови законів полягає в тому, що вона вимагає

чіткості та точності. Для неї не характерні будь-які пересуди. Головне – чіткість вираження думки.

**Службове листування або промислова кореспонденція** відноситься до побутово-ділового різновиду офіційно-ділового стилю. Зразком мови службового листування можна вважати телеграфний стиль, який характеризується граничною раціональністю в побудові синтаксичних конструкцій. Не забороняється тут і нанизування відмінків, що вважається в інших стилях серйозним стилістичним недоліком. Тут же воно сприяє економії мовних засобів, компактності мови. Головна особливість мови службового листування – його висока стандартизованість [8, с. 447].

Як особливий функціональний стиль мовлення, офіційно-ділова мова характеризується відомими інтернаціональними рисами, які є наслідком універсальності розв'язуваних нею завдань – служити основним інструментом ділового спілкування, засобом документування офіційної управлінської та службової інформації. У той же час для української офіційно-ділової комунікації характерні і певні національні особливості, які найбільш виразно проявляються на тлі домінуючого в сучасному світі американської англійської мови [2, с. 351].

Смислова однозначність висловлювання в значній мірі обумовлена точністю слововживання, що передбачає використання лексем в їх прямих, денотативних значеннях. У зв'язку з цим труднощі у вживанні викликають пароніми і синоніми. В українському діловому спілкуванні, як відомо, не рекомендується використовувати жаргонну, розмовну лексику, архаїзми, історизми та фразеологізми. Англійська мова стилістично менш структурована, ніж українська. Але в англійському діловому спілкуванні все ж некоректно використовуються мовні форми, які відносяться як до офіційно-ділового, так і до розмовного стилів, а іноді – і до просторіччя [2, с. 362].

Контракт – це письмовий договір який представляє собою угоду для поставки товарів, послуг, і т.д., схвалений і підписаний покупцем (експортером) і продавцем (імпортером). Відповідно до закону контракти укладаються в письмовій формі. Широко використовуються стандартні контракти. Деякі пункти в них можуть бути змінені і додані.

Особливе значення в контракті мають наступні пункти:

- Номер контракту;
- Предмет контракту;
- Ціна і загальна сума контракту;
- Термін постачання;
- Якість товарів;
- Упаковка та маркерівка;
- Здача і приймання товарів;
- Платіж;
- Рекламації;
- Арбітраж;
- Форс-мажор обставини;
- юридичні адреси сторін;

- Підписи продавця та покупця.

Всі зазначені пункти – невід'ємна частина контракту. Контракт формується відповідно до встановленої форми, часто вже на спеціальних надрукованих бланках, де необхідно заповнити потрібну інформацію. Іноді, коли угода незначна за обсягом, контракт може бути укладений за допомогою факсу.

З лінгвістичної точки зору контракт – тип документа, тому як і будь-яка угода – це кінцевий документ, в якому фіксується інформація. Як різновид документу контракт має свої стилістичні особливості.

- конкретність, стислість, чіткість встановленої ідеї;
- висока продуктивність інформації;
- суворі логіка;
- чіткий ритм пропозицій;
- акцентування на головній ідеї за допомогою повторень слів;
- спеціальна система кліше і штампів;
- використання загальноприйнятих символів і марок, скорочень;
- використання термінів в їх прямому семантичному значенні;
- переважне використання однозначних слів;
- поділ тексту на глави, параграфи, пункти, часто пронумеровані (структурують композиційну структуру документа);
- використання певних синтаксичних моделей;
- графічне художнє оформлення документа: якість паперу, кількості і якості ілюстрацій, вид друку.

Головні особливості стилю контракту:

- стійка система лінгвістичних значень в тексті контракту;
- відсутність емоційного забарвлення;
- використання спеціальної символічної системи;
- чітко визначена синтаксична структура.

Стиль контракту визначає особливості і методи його написання. Створення контрактів відрізняється за деякими пунктами від ділових паперів, пропозиції, запиту, скарги, і т.д. Деякі аспекти, які є важливими для ділових паперів, не актуальні для контрактів, і навпаки. Головна відмінність полягає в тому, що будь-який контракт, який був укладений двома сторонами і містить інформацію різні аспекти договору. Таким чином, всі пункти повинні бути схвалені обома сторонами. Є певні, чіткі вимоги для того, як правильно укладати контракт.

Контракти мають бути формальними, повними, зрозумілими, конкретними, правильними і короткими. При укладанні контрактів ми повинні стежити за специфікою англійської граматики, використанням словника і стилістичного асигнування.

Стиль не повинен бути занадто простим, оскільки це може вказувати на несерйозність та невміння укладати контракт. Лінгвісти (Г. Літч, Дж. Свартвік, Х.Фрайс, О. Джеферсон, М. Джоолс, І. Арнольд, Б. Ілішен, Е. Гордон і т.д.) радять стилістичні прийоми, які могли б зробити угоди і контракти більш ввічливими: використання складно-підрядних речень, використання пасивного

стану дієслова, а не активного; повні форми слів, а не скорочені форми, там, де це необхідно [7, с. 449-456].

Символ “&”, який використовується в англійській мові та означає “і”, використовується в деяких термінах, наприклад: **C&F (Вартість і Ризик), C&I (Вартість і Страхування)**. Символ № використовується замість слова “число”. В Американському варіанті англійської мови символ “#” також означає “число”, але використовується в різних графіках, розкладах, а не в тексті. Також в контрактах використовуються латинські скорочення, наприклад такі як: **e.g** (наприклад), **et.al.** (та інші), **v.v.** (і навпаки) **i.e.** (тобто). Використовують і англійські скорочення **ltd.** (обмежена відповідальність), **Bros.** (брати), **encl.** (докладено), **dols.** (долари), **etc.**(і так далі).

Використання чисел замість слів, що означають суму, можуть створити незначні непорозуміння. Для їх уникнення необхідно писати суми і в числах і в словах, наприклад 9.897.44 \$ (дев'ять тисяч, вісімсот дев'яносто сім доларів, сорок чотири центи). Також вважається нормою, вказувати тільки долари (фунти, і т.д.) в словах; і центи (пенси, і т.д.) в числах, наприклад 100.50 \$ (сто доларів і 50 центів). З вищезазначеного ясно, що J – це символів (фунт) і \$ (долар), в документах зазвичай стоїть перед сумою.

Граматичну будову будь-якого контракту можна охарактеризувати, як досить просту і формальну. В укладанні контракту не має певних граматичних особливостей через брак варіантів, які спостерігаються в будь-якому юридичному документі. Що стосується часів дієслова, які використовуються в контрактах, найбільш розповсюджені неозначені і перфектні часи дієслів, як в активному так і в пасивному стані. У багатьох пунктах їх використання – це невід'ємна частина контракту.

Наприклад:

Sellers have sold and Buyers have bought ... .. (Present Perfect)

Продавці продали, і покупці купили

Our firm informed the Suppliers that the general conditions were not contained in the order. (Past Indefinite Active / Passive) [14]

Наша фірма повідомила постачальникам, що загальні умови замовлення не виконано.

Одна з основних особливостей контракту – використання дієслова **shall** (буде). Незважаючи на те, що це дієслово не використовується в сучасній англійській мові, в діловій кореспонденції та документах воно використовується і дотепер.

Наприклад:

The result shall be considered. /The result is to be considered / will be considered. [14]

Результат розглядатимуть/результат потрібно розглянути/ розглядатиметься.

Ще одна особливість полягає в тому, що дієслово **Should** (повинна, повинен) і інфінітива також показує майбутню дію. Така побудова фраз відбувається в підрядних пропозиціях.

Наприклад:

.....If a delay in the delivery should exceed 3 months [14]

..... якщо затримка поставки перевищується на 3 місяці.

Інфінітив, як доповнення активного дієслова завжди стоїть після головного дієслова. У діловій кореспонденції це такі дієслова: **to agree** (погоджуватися), **to appear** (з'являтися), **to arrange** (домовлятися), **to continue** (тривати), **to decide** (вирішувати), **to expect** (очікувати), **to fail** (терпіти невдачу), **to hesitate** (коливатися), **to hope** (сподіватися), **to intend** (намеривался), **to like** (подобатися), **to manage** (керувати), **to need** (потребувати), **to offer** (пропонувати), **to omit** (пропускати), **to plan** (планувати), **to prefer** (надавати перевагу), **to prepare** (готувати), **to propose** (пропонувати), **to regret** (шкодувати), **to secure** (обережувати), **to try** (пробувати), **to want** (хотіти), **to wish** (бажати) [13, с. 215].

Наприклад.

They have arranged to produce the equipment.

Вони домовилися виробляти обладнання.

Необхідно також звернути увагу на те, що в комерційній кореспонденції предмет інфінітивного доповнення – людина (наприклад, ми, вони) або річ, позначається предметом пропозиції (наприклад, наша фірма).

Наприклад.

We look forward to your early reply [14].

Ми з нетерпінням чекаємо вашого швидкої відповіді.

У кожному контракті є покупці і продавці, і ці слова можуть використовуватися як з означеним артиклем, так і без нього. Однак, вони завжди пишуться з великої літери **Buyer - Seller** – покупці, продавці.

Від вищезазначеного можна зробити висновок, що контракт має свої власні граматичні та стилістичні особливості, які мають багато спільного з діловою кореспонденцією.

Контракти також мають певні особливості з лексикологічної точки зору. Словниковий запас контракту має власні специфічні випадки. Перш за все, лексика досить стійка. Як правило, слова мають єдине точне значення. Немає слів з емоційним забарвленням. Зважаючи на це ми можемо перерахувати слова, які фактично присутні в кожному контракті.

Використання складних слів з прислівниками **here / there тут / там** і приводами також типово для письмового офіційного стилю англійської мови. Їх переклад залежить від значення їх компонентів. Немає ніякого принципового розходження між значеннями **here / there тут - / там -**

Наприклад:

If shipment of the whole or part is thereby rendered impossible ... (thereby = by it; by that means; in that connection) [14].

Якщо відвантаження цілого або частини, таким чином, представляється неможливою ... (таким чином = цим; цим кошти; в тій зв'язку)

Підсумовлюючи, можна сказати, що контракт є особливим типом офісної документації. Перша, і найбільш важлива причина розгляду контракту як виду офісної документації є офіційно-діловий стиль, в якому написаний контракт. Це означає, що текст договору може розглядатися як приклад офіційно-ділового стилю. Характерними стилістичними особливостями тексту контракту є:

- довге речення, що складається з окремих частин, розділених один від одного комами;
- у документі немає прямого звернення до особи, використовуються пасивні конструкції замість дійсних, використовується велика кількість числівників;
- використовуються слова в їх прямому, конкретному значенні;
- використовуються спеціальні терміни. Багато термінів запозичені з різних мов – латинської, грецької, французької;
- не використовуються емоційно-забарвлені слова, тон контракту нейтральний.

Основними вимогами, яким повинен відповідати переклад офіційно-ділового стилю, є:

- точність – всі положення, які тлумачаться в оригіналі, повинні бути викладені в перекладі;
- стислість – всі положення оригіналу повинні бути викладені, стисло і лаконічно;
- ясність – стислість і лаконічність мови перекладу не повинні заважати викладу лексики, її розуміння;
- літературність – текст перекладу повинен задовольняти загальноприйнятим нормам літературної мови, без вживання синтаксичних конструкцій мови оригіналу.

Переклад офісної документації вважається одним з найбільш складних видів перекладу. Багато в чому це обумовлено тим, що при перекладі текстів контракту як з української мови на іноземну, так і навпаки звичайних навичок перекладача недостатньо. Переклад контракту не може бути здійснений коректно без використання спеціальних знань у відповідній галузі економіки, без знання специфіки конкретного виду документообігу. Необхідно орієнтуватися в світі бізнесу, а також володіти спеціальною лексикою і знати про особливості використання іноземної термінології в конкретному контексті.

#### **Список використаних джерел:**

1. Англо-російський економічний словник. – М., 1976.
2. Арнольд І. В. Лексикологія сучасної англійської мови / І. В. Арнольд. – М., 1959. – 365 с.
3. Арнольд І. В. Основи лінгвістичних досліджень: Учеб. допомога. / І. В. Арнольд. – М. : Вища. шк., 1991. – 140 с.
4. Бурмістрова Н. А., Котляр В. Англійська мова для ефективного менеджменту / Н. А. Бурмістрова, В. Котляр. – М. : Технологічна школа бізнесу, 1994. – 264 с.
5. Гальперін І. Р. Стилїстика англійської мови / І. Р. Гальперін. – М., 1981. – 336 с.
6. Ділове листування з іноземними фірмами. Практичний посібник. – М. : Імідж, 1991. – 431 с.
7. Ізраїлевич Е. Е. Підручник комерційної кореспонденції та документації англійською мовою / О. Є. Ізраїлевич. – М. : Зовнішторгвидав, 1964. – 496 с.
8. Котій Г. А., Гюльмісаров В. Р. Ділові листи англійською мовою: зразки з перекладом на рус. яз.: (практ. посібник) / Г. А. Котій, В. Р. Гюльмісаров. – М. : Перша Федеративна книготорговельна компанія, 1998. – 191 с.

9. Лозинська Р. Г. Документ як тип тексту і його стилістичні характеристики / Р. Г. Лозинська // Тези 7-го зональної наради Східно-Сибірського регіону. Частина I. – Іркутськ, 1983.
10. Лук'янова Н. А. Настільна книга бізнесмена. Курс англійської мови з комерційної діяльності та форм ділової комунікації / Н. А. Лук'янова. – М. : ВТІ-Дейта Прес, 1993. – 570 с.
11. Сальникова Л. В. Англійська мова для менеджерів / Л. В. Сальников. – М. : Метод, 1992. – 183 с.
12. Сучасний англійська мова (Слово і пропозицію): Учеб. метод. посібник для студентів педвузів і фак-тів іноз. яз. – Іркутськ, 1997. – 409 с.
13. Gordon E. M., Krylova I. P. The English Verbals / E. M. Gordon, I. P. Krylova. – М. : Міжнародні відносини, 1973. – 215 с.
14. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.english-2days.narod.ru/bis/writing/contract.html>

### **Tamila Yanovska. Peculiarities of document translation via Contract examples**

The article deals with official style characteristics and types of commercial documents. The author pays attention to main distinguishing features of Ukrainian and English official style, finds out linguistic, grammar and lexical peculiarities of contract, investigates linguistic and lexical aspects of contract translation.

**Key words:** business documentation, correspondence, contract, translation, lexical aspects of translation.



## ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ

УДК 37.016:[81'35-028.42:81'367.2](072)

**Natalia Alekseieva**

senior teacher,

Kryvyi Rih Secondary Specialized School  
with depth study of English language № 107,  
Kryvyi Rih, Ukraine

### SUCCESSFUL ACADEMIC WRITING: SENTENCE

The concept of the academic writing, the sentence structure, the main idea of academic writing, the patterns of a typical academic writing are shown in this article. The following assignments will give you practice identifying and extracting the paragraph structure of data.

**Key words:** audience, sentence structure, academic writing, composition

Whenever you write, you need ideas to write about. Taking notes is one way to get ideas. You will ask a classmate some questions and take notes about his or her answers. When you take notes, you do not have to write complete sentences. Just write down the important information but after that you have transform them into sentence.

How do you know what a sentence is? Here is a definition.

A sentence is a group of words that contains a subject and a verb and expresses a complete thought.

A sentence begins with a capital letter and ends with a period. A sentence may also end with a question mark or exclamation point, but in academic writing, most sentences end with a period.

These are sentences:

1. He is a student.
2. It is hot today.
3. He looks tired.
4. Are you hungry?
5. Who's there?
6. Hurry!
7. The man bought a new car.
8. Does your sister live with you?
9. Where did you buy that hat?
10. Don't be late.

These are not sentences:

11. Is very athletic. (*There is no subject.*)

In some languages, you can leave out a pronoun subject (*he, she, it, we, you and they*) when the meaning is clear without it. English requires a subject in every sentence. (Exception: Command Sentences)

CORRECTED: He is very athletic.

12. The baby sleepy. (*There is no verb.*)

In some languages, you can leave out a verb like is or are when the meaning is clear without it. English requires a verb in every sentence.

CORRECTED: The baby is sleepy.

13. The man bought. (*This is not a complete thought. What did the man buy?*)

Many verbs in English require an object. (*An object is a noun or pronoun that follows a verb.*) Some of these verbs are buy, give, have, like, love, need, own, place, put, spend, and want.

object

CORRECTED: The man bought a cup of coffee.

14. When I finish my education. (*This is not a complete thought. What will happen when I finish my education?*)

A group of words that begins with when, if, or because (and others) is only half of a sentence. You must join it to another subject and verb to make a complete thought.

CORRECTED: When I finish my education, I will work for my uncle.

Command Sentences

If a sentence gives a command or instruction, we understand that the subject is you, but we don't say or write you. The verb in a command sentence is always in the simple (dictionary) form-stop, go, wait, be, eat. To make a command negative, put don't in front of the verb.

*Commands :*

Be quiet.

Speak slowly.

*Negative Commands :*

Don't eat so much!

Don't forget to call home.

Don't worry.

A. Which two sentences in examples 1-10 are commands? Underline their verbs.

Work with a partner.

Step 1 Read each group of words aloud.

Step 2 Decide which ones are complete sentences and which ones are not.

Step 3 Write S (for sentence) next to complete sentences and NS (for not a sentence) next to word groups that are not sentences.

Step 4 Explain why the NS word groups are not sentences.

1. Is very hot today. (There is no subject. ) Ns
2. It is very hot today. ( \_\_\_\_\_ )
3. My new classmate from Brazil. ( \_\_\_\_\_ )
4. He speaks three languages fluently. ( )
5. Is very handsome. ( )
6. He wants to start his own business. ( )
7. He isn't married. ( )
8. Enjoys many sports, especially baseball. ( )
9. Don't sleep in class. ( )
10. The children hungry. ( )
11. They didn't like. ( )

12. They don't want. ( )

13. Go to bed! ( )

In English, the subject of a sentence is always expressed (except in commands). The subject tells who or what did something. It is a noun or a pronoun.

My roommate lost his keys. (Who lost his keys?-my roommate)

The taxi hit the child. (What hit the child?-the taxi)

Soccer and tennis are my favorite sports. (What are my favorite sports?-soccer and tennis)

The verb usually tells an action. Sometimes a verb doesn't tell an action. Sometimes it just links the subject with the rest of the sentence. Action verbs name an action, such as hit, live, lose, speak, go, and come.

The taxi hit the child.

My family lives in a two-bedroom apartment.

My roommate lost his keys.

Linking verbs link the subject with the rest of the sentence. Linking verbs do not have objects. The most common linking verbs are be, become, look, feel, seem, smell, sound, and taste.

The object receives the action of an action verb. It is a noun or a pronoun. To find an object, make a question by putting what after an action verb. (Note: *This method for finding objects doesn't work with linking verbs because linking verbs do not have objects.*)

The taxi hit the child. (Hit what?/who? – the child. The child is an object.)

My roommate lost his keys. (Lost what? – his keys. His keys is an object.)

His girlfriend found them.(Found what?/who? – them. Them is an object.)

Not all sentences have objects.

My family lives in a two-bedroom apartment. (Lives what?-not possible. This sentence has no object.)

The sun is shining today. (Is shining what?-not possible. This sentence has no object.)

The fish didn't smell fresh. (Didn't smell what?-not possible. This sentence has no object.)

Certain verbs **MUST** have objects. Some of these verbs are buy, give, have, like, love, need, own, place, put, spend, and want.

They need some money.

I don't want it.

In English, there are many rules for using capital letters. Here are six important ones.

Six Rules

*Capitalize:*

1. The first word in a sentence.

2. The pronoun

3. Names of people and their titles. **BUT NOT** a title without a name. Exception: A title without a name is sometimes capitalized if it refers to a specific person.

4. Nationalities, languages, religions, and ethnic groups.

5. Names of school courses with numbers. Note: Don't capitalize school subjects except names of nationalities, languages, religions, and college classes with numbers.
6. Specific places you could find on a map.

Good writing is more than just sitting down and "talking" on a piece of paper. Good writing involves thinking, planning, writing, and revising.

#### **References:**

1. Donna Bain Butler, Yalun Zhou and Michael Wei, When the culture of learning plays a role in academic English writing, *ESP Across Cultures* no. 10 (2013): 55-74 [Special issue: Academic English Across Cultures]
2. Melinda Reichelt. Defining „good writing“: A cross-cultural perspective. *Composition Studies* 1 no. 31 (2003): 99-126.
3. Helen Snively, Coming to terms with cultural differences: Chinese graduate students writing academic English.” (Ph.D. dissertation, Harvard University, 1999).

#### **Наталя Алексєєва. Як успішно написати речення англійською мовою**

Концепція академічного письма, структура речення, основні ідеї академічного письма, зразки типового академічного письма наведені в цій статті. Наступні завдання дадуть вам можливість практикуватися у ідентифікації та виокремленні структури речень у даних прикладах.

**Ключові слова:** аудиторія, структура речення, академічне письмо.

УДК 37.02:378(045)

**Yulia Burovytska**  
postgraduate student  
Petro Mohyla Black Sea National University,  
Mykolayiv, Ukraine

### **METHODOLOGICAL ASPECTS OF ESP TEACHING**

The article is devoted to the problem of ESP teaching and its methodological aspects. Five roles of ESP practitioner are examined and their particular functions in the teaching of future IT-specialists are determined. The article also deals with the didactic principles used in the educational process of IT-students.

**Key words:** English for Specific Purposes (ESP), roles of ESP teacher, IT-specialists, didactic principles, methodology.

English language has become the most important tool for many people in different spheres. People use English in their everyday life, work, business communication, etc. But nowadays English for specific purposes (ESP) has become even more important focus in English speaking and non-English speaking countries. Many works were published to satisfy special needs of people who use English language in their profession or for students who are just getting ready to get this profession.

English for specific purposes differs from General English, because it is devoted to the sphere of teaching English including business English, technical, scientific English, English for medical workers, waiters, English for tourism, art, etc. There are also many branches into which English is divided. They differ from each

other by the sphere where English is used and by the purpose of studying English. For example, English for Science and Technology (EST), English for Business and Economics (EBE), English for Social Studies (ESS), English for Academic Purposes (EAP), English for Occupational Purposes (EOP), etc.

There are four main notions of ESP in the literature. They were defined by T. Hutchinson and A. Waters, P. Strevens, P. Robinson, and T. Dudley-Evans and M. St. John. D. Carver defined three main types of ESP. Such scientists as D. Wilkins, K. Morrow, J. Harmer, D. Nunan, D. Taylor, W. Yuk-chun Lee, W. Guariato and J. Morley wrote about the authenticity which is one of the main principles in ESP teaching. J. Swales formulated five principles or as he called them “enduring conceptions” of ESP. L. Anthony has many works concerning ESP teaching, a teacher and a student in the ESP course, and importance of ESP.

The main driving force of the ESP teaching process is a teacher. Teachers have always had many roles and functions in the classroom. Of course, the main role of a teacher is educating. But there are such functions as building a warm environment in the classroom, nurturing and mentoring, listening, looking for signs of trouble and becoming role models. The most important role of the teacher in the classroom is to give knowledge to students. Teachers have a curriculum which they must follow throughout the year. They have to dispense all their knowledge to the students. There are many ways in which teachers can teach, e.g. hands-on learning activities, lectures, small group activities. The next function – creating classroom environment – is also common to all teachers. They can create either a positive or a negative atmosphere. Negative atmosphere in the classroom will have negative consequences for the social behavior and knowledge of the students. As for mentoring, it is the way a teacher inspires students to struggle to be the best, encourage students to enjoy the process of learning. Listening to students is also a part of mentoring. If a teacher listens to students, it will help to build students’ confidence and will help them want to be successful. Another teacher’s role is the role of protector. Teachers must know how to notice the signs of trouble in their students. When a teacher notices some signs of physical abuse or change in students’ behavior, he/she is required to find out the problem [3].

These are the roles of all teachers, including teachers at schools, universities, teachers of different subjects as well as teachers of General English and teachers of English for Specific Purposes. But there are such roles which are specific only for ESP teachers. There is a notion that in the specific ESP classes, the teacher sometimes becomes more like a language adviser and consultant, having equal status with the learners who are often experts in the subject matter [2].

Scientists T. Dudley-Evans and M. St. John [1] defined five key roles for the ESP practitioner. They used the term “practitioner” instead of more common “teacher”, as this definition seemed to be more detailed and complete. The roles they proposed are:

- teacher;
- course designer and materials provider;
- collaborator;
- researcher;
- evaluator.

The first role of the ESP practitioner as a teacher means that the teacher is no longer a “primary knower”. In the case of very specific courses the students themselves become “primary knowers” as they know the content of materials better than their teacher of English. The main role of a teacher here is to generate real, authentic communication on the lesson based on students’ knowledge. During our course of English for future IT-specialists we always have an exchange of ideas in which students give their ideas concerning their special professional topic and the teacher plays the role of the adviser who directs students to the correct implementation of ideas. As a rule, students who study Information Technologies during their second-third year of study can tell an ESP practitioner more useful information on their subject than a teacher knows.

The next role is a course designer and materials provider. This role means that a teacher makes a plan of the course and provides materials for it. But providing materials does not mean that a teacher only makes copies from a suitable book. It means that a teacher adapts materials if they are published but not appropriate, or writes his/her own materials. Nowadays there are some course books created especially for the students of Information Technologies. Sometimes these materials are very hard for students to understand, sometimes they are easy. Thus, we have to compile materials from different sources to make them acceptable for our students.

The third role of the ESP teacher is a researcher. First of all, a teacher should discover the students’ goals in their future profession and what they particularly want to achieve in it. Then a teacher has to work out the course, to create teaching materials, and to determine students’ special interests. The main aim of each student, including the future IT-specialists, is to get a good well-paid job. To get such a job students have to study well and to learn English which is very important for their future. Their special interests are everything associated with the newest technologies, websites, Internet, and different devices.

The fourth role is a teacher as a collaborator. T. Dudley-Evans and M. St. John [1] defined this role as cooperation with specialists of a particular subject. A teacher can get information about the subject syllabus from the teachers of special disciplines, or about tasks which students have to complete in their professional environment. So, teachers of English who work with IT-students integrate between their specialist studies or activities and the language.

And the final role of ESP practitioner is an evaluator. This function is not a new one, because it works in General English too. By the T. Dudley-Evans’s statement, the evaluation should be on-going: while the course is being taught, at the end of the course, and after the course has finished [1].

For teaching ESP in the most efficient way teachers should follow particular didactic principles. Principle is a guide to action, to teaching. Methodology of teaching General English as well as teaching English for Specific Purposes is built on the fundamental principles of Didactics.

There are many didactic principles, for example, principle of systematization and continuity, scientific orientation, accessibility, combining theory and practice, conscious and active participation of students in the education process, visualization,

thorough acquisition of knowledge, skills and abilities, individualization, durability, didactic reduction, securing results, etc.

Main principles, which we use in our research work are the principle of accessibility (comprehensibility), combining theory and practice, conscious and active participation of students in the education process and the principle of individualization.

The principle of accessibility means that the contents of education have to be arranged in such a way that they can be adapted to the previous learner's level of knowledge and capacity for understanding. In our work we use this principle because in teaching ESP to future IT-specialists we must base on their prior knowledge of General English as well as on knowledge of their specific subject, i.e. Information Technologies. Without it the students will not be able to understand what knowledge we want to give them.

The next principle is combining theory and practice. This principle is based on the objective connections between science and industry, theory and practice. Theoretical knowledge (general, special, technical, etc.) is the basis of modern production industry, and contributes to strong and conscious mastering of it. Using of the personal experience, gained practical knowledge, disclosure of the significance of knowledge are the realization of this principle. During our lessons we use the principle of combining theory and practice, first of all, because all our lessons are oriented on practice. We integrate their knowledge which they get on their special subject with the language. We study the same theory from the IT-sphere using English. Without this principle students will not be able to implement their theoretical and practical knowledge into their future work.

The principle of conscious and active participation of students in the education process may be called a basic one. According to this principle, students must have conscious approach and take an active part in the activities. Students must have the ability to understand the information they are given clearly and deeply and must be able to make conceptual-theoretical equating. For students to get the knowledge consciously it is necessary: 1) to clarify goals and objectives of the subject, motives and rational techniques which are used during lessons; 2) to give a clear meaning of the subject in solving different problems; 3) to explain the prospects for the student; 4) to give positive emotions to students with the help of the subject; 5) to control the work of students and let them do self-control. All this methods of this principle are used during teaching future IT-specialists because they help teachers to involve all the students into educational process.

The principle of individualization is very important for teaching English for specific purposes. The members of the group learning ESP differ from each other greatly. They have their own interests, prior knowledge, rate of knowledge acquisition, etc. The teacher has to find the way how to manage the whole group's activity, how to evaluate the progress of each student. The teacher has to know how to make the slowest students not depressed and the fastest students not frustrated by being held back. During our lessons of ESP with IT-students in order to individualize the process of learning we use specific exercises for slow students and fast students,

individual tasks on cards, special additional materials, learn about particular students' interests and inclinations.

Thus, there are many roles of ESP teachers which they have to play simultaneously in order their students get effective and appropriate knowledge. Teachers also have to rely on didactic principles. To teach ESP to future IT-specialists we have to use such principles as the principle of accessibility (comprehensibility), combining theory and practice, conscious and active participation of students in the education process and the principle of individualization to make their education useful and applicable in their future profession.

#### References:

1. Dudley-Evans, T., & St John, M. (1998). Developments in ESP: A multi-disciplinary approach. Cambridge: Cambridge University Press.
2. Sierocka, H. The role of the ESP teacher. – Retrieved from: <http://www.jezykangielski.org/theroleofthespteacher.pdf>. - 05.10.2016
3. [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.education.gov.gy/web/index.php/teachers/tips-for-teaching/item/1603-roles-of-a-teacher-in-the-classroom>. – 02.10.2016

### **Юлія Буровицька. Методологічні аспекти викладання англійської мови за професійним спрямуванням**

Стаття присвячена проблемі викладання англійської мови за професійним спрямуванням та його методологічним аспектам. Розглянуто п'ять ролей викладача англійської мови за професійним спрямуванням та їх особливі функції при викладанні майбутнім спеціалістам з інформаційних технологій. У статті також йде мова про дидактичні принципи, які використовуються у процесі навчання IT-студентів.

**Ключові слова:** англійська мова за професійним спрямуванням, ролі викладача, спеціалісти з інформаційних технологій, дидактичні принципи, методологія.

УДК (37.016:811.111)-029:001.895(045)

**Дмитро Бурак**

студент

Донецький національний університет економіки і

торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: Г. М. Удовіченко

### **ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ**

Стаття присвячена інноваційним методам вивчення англійської мови. Проаналізовані найбільш поширені помилки, які допускають студенти при вивченні іноземної мови. Розглянуті різні методи навчання та проаналізовані мобільні додатки, як можливість інноваційного підходу до вивчення іноземних мов

**Ключові слова:** іноземні мови, методи вивчення, типові помилки, мобільні додатки

Інтеграційні процеси які спостерігаються в сучасному світі, неможливі без застосування іноземних мов. Комунікації з бізнес партнерами,



налагодження партнерських відносин, подорожі, виробництво, навчання – все це потребує знання іноземної мови. Нині, володіння однією іноземною мовою не робить людину достатньо конкурентоспроможною, як це вважалося декілька років назад. Значно більше цінуються спеціалісти які володіють двома та більше мовами. Незважаючи на це, лишається досить великий відсоток людей, які не володіють навіть англійською на достатньому рівні. Тому гостро стоїть проблема вивчення саме англійської мови (мови міжнародного спілкування) та розробка тих методів, які значно полегшать процес вивчення та зробить його більш доступнішим та цікавішим.

Проблема вивчення англійської мови неодноразово була розглянута у працях Д. Квасилевича [1], Г. Колшанського, Т. Булигіної, Ю. Степанова.

Метою статті є аналіз причин, які стримують вивчення англійської мови, дослідження стандартних методів вивчення мови та характеристика інноваційних засобів вивчення англійської мови.

Преш ніж перейти до аналізу вивчення англійської мови, варто зазначити, що саме ця мова є державною в 35 країнах світу. Англійська мова розповсюджена в 110 країнах, а загальна кількість осіб, що її вивчають складає 1,5 млрд [2].

Найчастіше, проблема вивчення мови не залежить від вибору методу вивчення, а полягає в невірному підході до цієї справи. Зазвичай, особа яка вивчає мову ставить для себе занадто високу шабель і прагне досягнути її за короткий проміжок часу: прагне розмовляти без акценту, не допускати граматичних помилок. Зазнаючи труднощі, учень кидає вивчення мови.

Друга помилка – мислення на рідній мові. Цей процес перекладу з англійської на рідну мову є надзвичайно стомлюючим для головного мозку, виснажує організм і, як наслідок, зникає бажання продовжувати навчання.

Третя помилка – невірна вимова, що виникає при спілкуванні з некваліфікованим педагогом. Задля уникнення подібного, необхідно слухати носіїв мови, спілкуватися з ними. Не менш розповсюджена помилка - надзвичайна увага приділяється на вивченню граматики, яка для багатьох є не зрозумілою та вимагає «зазубрювання» [3].

Більшість методів навчання іноземних мов базуються на тих, які були створенні при вивченні так званих «мертвих» мов – грецької та латинської. Згодом ці методи зазнали трансформацій та в певній мірі досягли і нашого часу.

Принцип методу «Silent way» полягає в тому, що знання мови закладено в тій людині, яка хоче її вивчити. Викладач не заважає учню, не нав'язує своєї думки. На початкових етапах вивчення, використовує кольорові таблиці, на яких кожен колір та символ позначає конкретний звук і відбувається презентація нового слова. Завдяки маніпуляції з різними квадратами, картками, паличками, учень на підсвідомості отримує навички та просувається далі до поставленої мети. Перевага цього методу полягає у тому, що учень має можливість для самовираження і рівень знання мови студента не залежить від рівня знання мови викладача. Цей метод є корисним для тих, хто любить сучасні технології.

Одним із методом навчання іноземних мов є «Total-physical response» (метод фізичного реагування). Особливість його полягає у тому, що варто все пропустити через себе. Відповідно до цього методу, на перших заняттях студент нічого не говорить. Він отримує певну кількість знань, які відкладаються. Наступні двадцять занять, студент читає іноземною мовою, але не спілкується нею. Після чого, настає процес, коли учень повинен реагувати на прочитане тільки рухами. Починається даний етап навчання вивченням слів, які означають фізичні рухи. Позитивним моментом цього методу є те, що студент відчуває себе комфортно під час вивчення мови. Особливістю цього методу є те, що студенти спілкуються не тільки з викладачем, а, в певній мірі, між собою.

Варто приділити увагу методу занурення («Suggestopedia»). Дана методика передбачає, що вивчення мови стане значно простіше, якщо учень «стане» іншою людиною. В процесі навчання студенти вигадують собі нові імена, фантазують нову біографію. Як наслідок цього – виникає враження що студенти знаходяться у «паралельному світі», в якому існує лише іноземна мова. Всі ці дії спрямовані на те, щоб учні почували себе більш розкуто, не прив'язувалися до конкретних фактів.

Черговий метод «Audio-lingual method» (аудіолінгвістичний метод). Унікальність його полягає в тому, що на початкових етапах навчання, учень неодноразово повторює почуті фрази або речення за викладачем або за аудіозаписом. Лише на наступному рівні студент може говорити декілька фраз від себе

Комунікативний метод має за собою мету навчити учня спілкуватися. Основною вимогою цього методу є те, аби навчання відбувалося в природних умовах. Сучасний комунікативний метод вивчення мов полягає у гармонійному поєднанні багатьох методів та способів [4].

В процесі розвитку освітніх технологій, деякі методи втратили свою практичність та результативність і нині здаються абсурдними. Нині, в динамічному світі, надзвичайно важлива кожна хвилина часу. Більшість людей які не можуть розпочати вивчення іноземної мови, мотивують це відсутністю вільного часу. На сучасному етапі, надзвичайно є важливим, щоб вивчення мови не обтяжувало людей та гармонійно поєднувалося з повсякденними справами.

Задля раціонального використання часу та практичності вивчення мови, набуває широкої популярності використання тематичних додатків для смартфонів. Людина завжди має під рукою «гаджет»: під час поїздки на навчання, на роботі, під час прогулянки, відпочинку. Тому задля оптимізації вільного часу та покращення мовленнєвих навичок, люди використовують саме ці додатки. Додаток передбачає набір візуальних, граматичних вправ, що базуються на використанні граматичних конструкцій, аудіо матеріалів. Існує достатньо велика кількість додатків, кожен з яких має свої унікальні можливості проте, вони мають і певні недоліки.

В свою чергу додатки поділяються за рівнем володіння мовою: для початківці і осіб які прагнуть покращити свої навички; за конкретними

навичками які необхідно покращити: граматичні, говоріння, лексичний запас; за вартістю: безкоштовні та платні.

Одним із найпопулярнішим додатком є Duolingo. Ідеально підходить для тих, хто прагне вивчити англійську, німецьку, іспанську, французьку, італійську та португальську мову «з нуля». Навчання розпочинається з лексики, наступним кроком є граматики, далі усі отриманні знання закріплюються у вправах: переклад, правопис, аудіювання та читання. При цьому система автоматично визначає рівень знань та приділяє увагу найбільш складним вправам. Недоліком Duolingo є те, що система більше сфокусована на освоєнні правил, ніж на розмовній практиці. Такий метод навчання буде ідеальним для новачків та «просунутих» користувачів

Надзвичайно популярним додатком, для вивчення саме англійської мови є LinguaLeo. Принцип навчання базується на грі з віртуальним левеням. Курс вивчення має надзвичайно багато пунктів: вивчення мови: за допомогою фільмів та перекладу пісень, промов відомих особистостей, практика незнайомих слів, які зустрічались в процесі навчання. До недоліків даного додатку варто віднести те, що не всі ресурси безкоштовні, деякі з них передбачають придбання «золотого статусу» та додатки відрізняються в різних операційних системах. Варто зазначити, що LinguaLeo підходить для тих користувачів, які мають базовий рівень володіння англійською мовою.

LingQ ще один цікавий додаток який включає себе он-лайн уроки, можливість слухати пісні англійською. Його особливість полягає у тому, що слова що вже повторюються виділяються кольором, в залежності від складності запам'ятовування. Також можливе виконання граматичних вправ, які будуть перевірятися носіями мови. Проте, ця процедура є платною, що є недоліком LingQ.

Busuu – додаток, що функціонує на трьох принципах: вчитися у носіїв мови, вивчати оригінальний матеріал, вчитися безкоштовно. Додаток має зручний інтерфейс, всі завдання супроводжуються тематичним ілюстраціями та аудіо підказками. Недоліком Busuu є обмежена кількість ресурсів для навчання.

Livemocha пропонує для вивчення 27 іноземних мов. Перевага сервісу полягає в акцентуації на живе спілкування. Відкриття нових уроків та курсів відбувається за «жетони», що нараховуються за перевірку вправ інших користувачів. При бажанні можна оформити платну підписку і отримати «золотий ключ». Основний недолік цього ресурсу полягає у відсутності мобільного додатку, але, як зазначають розробники, мобільна версія вже згодом з'явиться [5].

Отже, для вивчення іноземних мов є досить багато методів, які розроблялися не одне десятиліття. Нині, в XXI ст., деякі з них здаються абсурдними та абсолютно неефективними. Проте технології розвиваються і саме вони дають поштовх для розробки інноваційних методів вивчення іноземних мов. Саме такою інновацією, яка поступово стає буденністю, є мобільні додатки. Аналізуючи їх різновид, є очевидним те, що вони підходять для будь якої людини яка зацікавлена у покращенні своїх мовленнєвих навичок. Особливість додатків полягає в їх практичності та простоті користування, що

залучає більшу аудиторію до навчання і робить вивчення іноземної мови цікавим та захоплюючим процесом.

#### Список використаних джерел:

1. Квасилевич Д. І., Сасіна В. П. Практикум з лексикології сучасної англійської мови: Навч. пос. / Д. І. Квасилевич, В. П. Сасіна. – Вінниця : В-во “Нова Книга”, 2001. – 126 с.
2. The world’s languages, in 7 maps and charts [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2015/04/23/the-worlds-languages-in-7-maps-and-charts/>
3. Изучение английского: основные проблемы и ошибки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://engmatrix.com/staty/problemy-i-oshibki-v-izuchenii-anglijskogo-jazyka.php>
4. Методи вивчення іноземної мови [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://osvita.ua/languages/article/5671/>
5. 7 найкращих сервісів для вивчення англійської мови [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://mta.ua/stat/7\\_top\\_services\\_for\\_learning\\_english](http://mta.ua/stat/7_top_services_for_learning_english)

### **Dmytro Burak. Innovative methods of learning English**

This article is devoted to innovative methods of English learning. We analyzed the most common mistakes that allow students at foreign language studying. We analyzed different teaching methods and mobile applications as the possibility of an innovative approach to learning of foreign languages

**Key words:** foreign language, methods of study, typical mistakes, mobile applications

УДК 37.011:378(045)

**Anastasiya Havrylenko**

postgraduate student

Petro Mohyla Black Sea National University

Mykolayiv, Ukraine

### **LEARNING STRATEGIES FOR TESL**

The article increases faculty awareness and understanding of the effect of learning strategies in the teaching process. The research focuses on the analysis of learning strategies from different points and the importance for teachers to know preferred learning strategies for students of acquiring the English language. Foreign language learning strategies is one of the most widely used systematization in teaching practice and research on language learning. Learning strategies represent one of the key determinants of language gaining and educational achievement.

**Key words:** strategy, learning strategy, second language learning strategy

The strategies a student uses to learn a second language depend greatly on their individual learning style. Some students are outgoing and will experiment freely and frequently while learning a new language. Other students are more introverted, preferring a more individual, private approach to the way they learn and practice the language. The strategies used by an outgoing student may vary significantly when compared with the strategies of a more reserved student. The phrase ‘learning strategies’ refers to the actions and behaviours a person uses to learn [3, p. 2]. All learners use strategies to help them succeed, but not all are aware of the strategies they use. As R. Oxford states: “...the most successful learners tend to use learning

strategies that are appropriate to the material, to the task, and to their own goals, needs, and stage of learning” [3, p. 6].

Language learning strategies are the main factors that help determine how and how well, students learn a second or foreign language. The second language is a language studied in a setting where that language is the main mechanism of everyday communication and where abundant input exists in that language.

Learning strategies are defined as “specific actions, behaviors, steps, or techniques such as seeking out conversation partners, or giving oneself encouragement to tackle a difficult language task used by students to enhance their own learning” [2, p. 104]. When the learner consciously chooses strategies that fit his or her learning style and the L2 task at hand, these strategies become a useful toolkit for active, conscious, and purposeful selfregulation of learning.

Studying of language learning strategies has increased significantly, since the 1970s, because such categories play very important roles in language learning. The problem of mastering strategies as an important aspect of forming skills for self-learning came into consideration of foreign and Russian researchers such as: A. Chamot, L. Dickinson, H. Holec, J. O'Malley, R. Oxford, K. Percy, U. Rampillon, A. Leontyev, E. Passov, G. Rogova, V. Safonova, S. Ter-Minasova [8].

Scientists were engaged in research of students' strategies to define how some of them can achieve success in varying degree while self-learning of foreign language. Many researchers study how learners process new information and what kinds of strategies they use to understand, learn or remember the information in the area of second or foreign language learning. Research on language learning strategies started at the 1970s [5].

For the most part, the progress in cognitive psychology had a great effect on the research studies on language learning strategies [7].

In 1971 J. Rubin conducted a study in which the main focus was on the strategies of successful language learners. In her study she argues that, once identified, such strategies could be offered to less successful learners. Rubin classifies learning strategies according to processes which contribute either directly or indirectly to language learning [6].

Learning strategies that language learners employ in the process of learning a new language have been identified and described by the researchers. Consequently, these strategies have been classified by many professional experts in the area of language learning [3, p. 9]. This progress not only helped categorize strategies and link them to a variety of cognitive processing phases during language learning, but also assisted in creating instructional frameworks.

Certainly, many researchers and experts have defined learning strategies (LS) from different points of view. According to Rubin, LS is a technique or device, which a learner may use to acquire second language knowledge “What learners do to learn and do to regulate their learning” [6].

American researcher O'Malley and Chamot defined LS as “the special thoughts or behaviours that individuals use to help them comprehend, learn, or retain new information” [3].

Researchers Weinstein and Mayer classify LS as “the way in which the learner selects, acquires, organizes, or integrates new knowledge” [2, p. 110]. According to Oxford, LS is “... operations employed by the learner to aid the acquisition, storage, retrieval, and use of information”; “Learning strategies are specific actions taken by the learner to make learning easier, faster, more enjoyable, more self-directed, more effective, and more transferrable to new situations” [3, p. 12].

However, most of attempts to categorize language learning strategies reflect relatively the same categorizations of language learning strategies without any fundamental changes. They developed their own classification of strategies according to their research findings by applying different methods of data collection [5].

The most productive is the classification of Learning Strategies by O’Malley based on the dividing learning strategies into three main categories: metacognitive strategies, cognitive strategies, and socioaffective strategies [3].

J. Rubin made a great contribution in the field of language learning strategies and made a distinction between strategies contributing directly to learning and those contributing indirectly to learning. By his opinion, direct strategies include metacognitive and cognitive strategies and indirect strategies include communicative and social strategies. According to Rubin, there are three types of strategies used by learners that contribute either directly or indirectly to language learning. They are: learning strategies, communication strategies and social strategies [6].

The most significant classification of language learning strategies is provided by R. Oxford's. R. Oxford divided language learning strategies into two main categories, direct and indirect strategies which are also subdivided into six classes. Direct strategies, which involve the new language directly, are divided into memory, cognitive and compensation strategies. As R. Oxford says, “all direct strategies require mental processing of the language”. Indirect strategies include metacognitive, affective and social strategies. Indirect strategies provide indirect support for language learning by employing different strategies such as focusing, arranging, evaluating, seeking opportunities [2, p. 114].

Learning strategies are classified into five groups by Stern. They are as follows:

- Management and Planning Strategies;
- Cognitive Strategies;
- Communicative - and Experiential Strategies;
- Interpersonal Strategies;
- Affective Strategies [5].

There are many factors which affect the choice learning strategies. Those factors include degree of awareness, age, sex, nationality, learning style, personality traits, motivation, learning context, and language proficiency [2]. Many research studies have explored the relationship between learning strategies and learners’ proficiency in which the findings have indicated that more proficient language learners use a greater variety and often a greater number of learning strategies [8, p. 3].

In addition, motivation is another influential variable, which has been widely examined with respect to its relationship with learning strategies. Learners with high

motivation use a significantly greater range of learning strategies than less motivated students [5]. Moreover, learning styles of language learners play a leader role in choice of language learning strategies. The most appropriate classification of thesecond language learning strategies in foreign language literature are classifications by Naiman, Fröhlich, Stern, Todesco, Rubin, Wenden, Oxford.

According to Naiman, Frohlich, and Todesco successful second language learners use the following six strategies:

- select language situations that allow one's (learning) preferences to be used;
- actively involve themselves in language learning;
- see language as both a rule system and a communication tool;
- extend and revise one's understanding of the language;
- learn to think in the language;
- address the affective demands of language learning [2, p.117].

Learning strategies represent one of the key determinants of language gaining and educational achievement. From a pedagogical point of view, learning strategies are often considered as moreeasy to modify as compared to individual learning styles.

Certainly, understanding and forming learning strategies may become important as classroom increase of good results in teaching English. Strategies influence how students learn, how teachers teach, and how the two interact. The basic strategy for learning language is cognitive strategy, which is based on the individual learning styles. Each person is born with certain tendencies toward particular styles, but these biological or inherited characteristics are influenced by culture, personal experiences, maturity level, and development.

As a result, lecturers need to incorporate language learning strategies into their teaching methods and techniques and approaches, train the students to apply the appropriate strategy for a specific purpose or a specific skill area, and encourage them to use the strategies as much as possible. Students can learn to use language learning strategies to improve their language skills. However, it is important to remember that all existing learning strategies, teachers need to deepen and maximize the potential of their using during the learner`s learning process ESL.

#### References:

1. Khaleeva I. I. Gender in the theory and practice of teaching interlingual communication. In: Gender: language, culture, communication / I. I. Khaleeva. – Moscow : Moscow State Linguistic University, 2001. – pp. 7-11.
2. Martinez I. The importance of Language Learning Strategies in Foreign language Teaching / I. Martinez. – Caudernos de Filologia Inglesa, 5/1,1996. – pp. 103-120.
3. O'Malley, J. M., Chamot, A. U., Stewner-Manzanares, G., Kupper, L.J. & Russo, R.P. Learning strategies used by beginning and intermediateESL students. *Language Learning*, 35(1). 1985. – pp. 21-46.
4. Oxford, R. L. *Language learning styles and strategies: An overview*. Learning Styles & Strategies/Oxford, GALA, 2003. – pp. 1-25.
5. Paine N. Learning Strategies. Masie Center / N. Paine. – An open eBook. – 105 p. – 2011.
6. Rubin, J. Learner strategies: Theoretical assumptions, research history andtypology. In A. L. Wenden & J. Rubin (Eds.), *Learner strategies in language learning*. – Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall, 1987. – pp.15-30.

7. Wenden A., Rubin J. (eds.) *Learner strategies in language learning* / A. Wenden, J. Rubin. – New Jersey : Prentice Hall, 1987.
8. Любашенко О. В. Лінгводидактичні стратегії навчання іноземної мови студентів неспеціальних факультетів вищих навчальних закладів: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра пед. наук: 13.00.02 / О. В. Любашенко. – К., 2008. – 44 с.

### **Анастасія Гавриленко. Стратегії навчання студентів у процесі вивчення іноземної мови**

Стаття підвищує обізнаність та розуміння значення навчальних стратегій в процесі викладання. Дослідження аналізує стратегії навчання та декларує важливість впровадження та формування стратегій навчання студентів у процесі вивчення іноземної мови. Наведено класифікацію навчальних стратегій. Визначено значення використання стратегій навчання при вивченні іноземної мови.

**Ключові слова:** стратегія, навчальна стратегія, навчальна стратегія іноземної мови.

УДК 37.02-047.75:[165.23-028.65:82-4]

**Olha Herasymova**

PhD, Associate Professor of the Department of  
Foreign Languages  
Kyiv National Economic University  
named after Vadym Hetman,  
Kyiv, Ukraine

### **THE MAIN IDEA OF THE WHOLE THESIS**

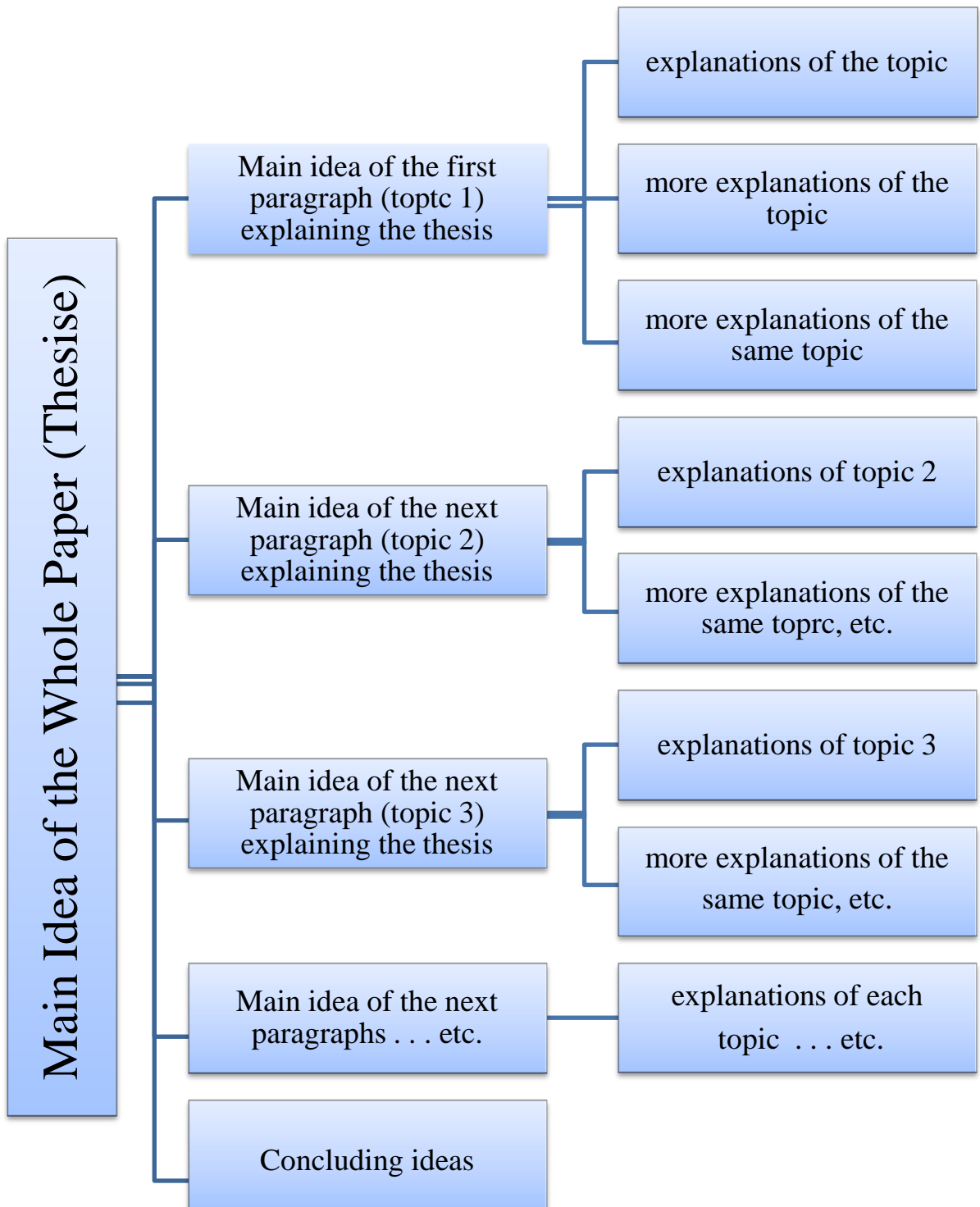
The concept of the thesis, topic sentence, or main idea of a piece of writing, the pattern of a typical academic essay is shown in this article. The following assignments will give you practice identifying and extracting the main idea from a body of data.

**Key words:** thesis, typical academic essay, article, composition, writer.

The main point or central idea of a piece of writing in English is often explicitly, or directly, expressed near the beginning of the text. This statement is traditionally called the thesis. In addition, if the article has several paragraphs, the main point of each paragraph (traditionally called the topic sentence of the paragraph) is often expressed somewhere near the beginning of the paragraph. You can think of these explicit statements of the main ideas in a composition as labels. To help you understand how these labels function, imagine that you are moving to a new apartment and must pack all your belongings in boxes. In order to remember which box contains kitchen utensils, which box contains books, and which box contains clothes, you might label the outside of each box with a statement of what is inside. Similarly, a thesis helps the reader understand immediately what the basic content of an essay will be, and a topic sentence near the beginning of a new paragraph helps the reader see in which direction the author intends to move in that paragraph. What you say in a thesis or in a topic sentence will make your reader expect to read certain things in your discussion, and English-speaking readers trust you to meet their expectations.

Figure 1. shows the usual pattern of a typical academic essay.





**Figure 1. Possible Organization of an Essay**

The following sentences express the main ideas of several paragraphs.

1. For years scientists have tried to discover exactly what causes headaches, but they have had little success. Although the exact cause is still unknown despite today's great advances in medicine, a few facts have emerged.

*Most English-speaking readers would expect a discussion of the facts that are known about the causes of headaches.*

2. As a first step toward understanding headaches, scientists distinguish among several types.

*The rest of this discussion will probably cover each of the different types of headaches.*

3. Although nearly all adults suffer from headaches, one type of headache is most common in women while another type is more typically experienced by men.

*Here most English readers would expect a comparison of these two types of headaches.*

4. The most common type of headache experienced by most men is called the cluster headache.

*This sentence leads the reader to expect a description of the characteristics of this type of headache.*

5. Migraine headaches are always painful, but the case of Joan Didion is an extreme example of how a simple headache can disrupt an otherwise normal life.

*The writer will probably tell the story of Ms. Didion's case.*

In each of the previous sentences, the writer made a kind of promise to the reader about the content of the paragraph to come. English readers tend to trust the writer to fulfill this promise. If the writer goes off in another direction and discusses something else, the reader becomes confused and even frustrated, finding it difficult to follow the writer's "train of thought."

As you have seen, the main idea of an essay is usually expressed somewhere near the beginning of the text. However, you do not need to know exactly what the main idea is before you begin to write. Although you will probably know the topic you want to write on, you may not know exactly what you want to say about it until you have done some invention writing and seen your ideas on paper. Formulating a thesis or a topic sentence that exactly fits your discussion is a form of revising, of focusing more clearly and sharply. Once you know more or less what your main idea is, that is, once you know what you intend your essay to explain or prove, keep this idea in mind as you gather information and write or reread your draft.

On one hand, the way you state or even think of your main idea will have an important effect on what you then write about your main idea in your paper. Keeping your main idea in mind will help you to select what to include in your paper and also to recognize what is irrelevant. On the other hand, you may find as you gather information or write your draft that your main idea changes or becomes dearer to you in different terms. That is fine. Just change your thesis or topic sentences so that they become good summary statements of the ideas you discuss in the essay or paragraph. Then reread your paper and remove any statements that are now irrelevant to your new main idea.

Explicitly stating your main idea is useful for two reasons:

1. For the writer: It helps you control your writing by helping you decide what to include in your essay and how to organize your ideas. Writing down on paper a clear statement of your main idea forces you to think through fully what you want to say and to crystallize it into a few words.

2. For your reader: A clear, explicit statement of the main idea helps your reader know quickly what direction you intend to take in the essay and within the paragraphs of the essay. This efficiency and clarity are especially important in business or industry, where your audience may be an administrator who wants a quick overview of what you will communicate in a report you submit. In fact, in some situations, particularly in technical writing for business or industry, readers will request a statement like this at the beginning of a piece of writing: "*In this report I am going to define (or explain or compare X to Y or show or analyze) . . .*" However, this kind of blunt announcement violates the conventions of academic writing in some situations. You should avoid such a statement unless you are specifically asked to include one.

There is no rule of English that says a statement of the main idea must appear near the beginning of a paper. In fact, while there is always a main idea in published writing, it sometimes appears at the end of the piece, especially in editorials in newspapers and journals. Sometimes, the main idea is not explicitly stated at all in the article. In most academic writing, however, readers appreciate being told early what the main idea will be, and it is probably a good idea for you to meet that expectation.

The ability to produce a clear summary statement of your main idea is a valuable skill to develop for your school work. Look at the following question and answers from an essay exam in a U.S. history course. The specific answers to the question are the same, but the second one is more powerful intellectually and gives a better impression because the generalization or topic sentence at the beginning suggests that the writer is in control of all the ideas.

*Question:* What were the main causes of the U.S. Civil War?

*Answer 1:* One cause of the Civil War was that the North was developed industrially while the South was mainly agricultural. Another cause was that the South wanted to expand the number of slave states. Another cause. . . .

*Answer 2:* The main causes of the U.S. Civil War fall into two distinct but interlinked categories: economic causes and political causes. Economically, the North was developed industrially while. . . .

Notice that in the second answer the general statement of the main idea is not long or elaborate. It is a straightforward one-sentence general answer to the exam question. The general answer is then followed by a specific explanation of the main idea expressed in the topic sentence. Because the main idea is not explicitly expressed in the first answer, it is hard to tell if the student is in control of the information. This answer gives the impression that the student's ideas are listed in a random order, not analyzed logically.

Summing up the results we must admit the concept of the thesis, topic sentence, or main idea of a piece of writing, the pattern of a typical academic essay is

fully disclosed in this article. The aforesaid assignments gave you practice identifying and extracting the main idea from a body of data.

#### References:

1. Берг Д. Б. Краткое руководство по написанию тезисов научного доклада: Методические указания / сост. Д. Б. Берг. Екатеринбург : УГТУ – УПИ, 2007. – 33 с.
2. Рекомендации студентам по составлению тезисов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.tsi.lv/Research/Conference/TSIrekom\\_Tezisy.pdf](http://www.tsi.lv/Research/Conference/TSIrekom_Tezisy.pdf)
3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://toplutsk.com/articles-article\\_456.html](http://toplutsk.com/articles-article_456.html)
4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://istpravda.do.am/forum/20-100-1>

#### **Ольга Герасимова. Загальна концепція тез доповідей**

В статті висвітлено основну концепцію написання тез доповідей, формулювання теми, основної ідеї, зразок типового академічного есе. Наступні практичні патерни дають можливість на практиці ідентифікувати та вилучити основну ідею з загального обсягу інформації.

**Ключові слова:** тези доповідей, типове академічне есе, стаття, твір, письменник.

УДК 373.5.046-021.66:([37.091.3-029:001.895]:811.112.2)(045)

**Валентина Карпюк**

доцент кафедри німецької мови і літератури з методикою викладання ДВНЗ КДПУ, Кривий Ріг, Україна

### **ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ВИКЛАДАННІ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ В СТАРШІЙ ШКОЛІ**

У статті висвітлюється проблема застосування і використання інноваційних технологій у процесі вивчення німецької мови у старшій школі. Розглядається питання інтерактивного вивчення мови, що полягає у формуванні в учнів комунікативної компетенції, базою для якої є комунікативні вміння, сформовані на основі мовних знань і навичок.

**Ключові слова:** інноваційні технології, комунікативна компетенція, комунікативні навички, німецька мова, інтернет.

Сучасні тенденції глобалізації та інтеграції світової спільноти неодмінно позначаються на різних аспектах людського буття, не залишається осторонь й освітня сфера. Сьогодні освіта України перебуває у стані організаційного реформування та модернізації. Реалізація нових векторів у галузі освіти потребує застосування інноваційних педагогічних технологій, творчого пошуку нових концепцій, принципів і підходів до освітнього процесу на різних етапах формування особистості.

Національна доктрина розвитку освіти серед пріоритетних напрямів визначає запровадження освітніх інновацій у навчально-виховний процес загальноосвітніх навчальних закладів. Сьогодні знання іноземних мов є вимогою часу, засобом міжособистісної комунікації та міжкультурного спілкування. У контексті організаційного реформування освіти, одне з центральних місць посідає іншомовний сегмент. Ефективне оволодіння

іноземними мовами можливе за умови запровадження інноваційних технологій навчання у навчально-виховний процес, що сприяють розвитку комунікативних вмінь, виступають дієвим засобом мотивації, допомагають розкрити та реалізувати творчі здібності суб'єктів навчання тощо.

Сучасний стан міжнародних зв'язків України, вихід її на Європейський та світовий простір, потребує осучаснення освіти. Досягнення належних результатів неможливо без застосування і використання інноваційних технологій. Це й зумовлює актуальність даного дослідження, яке полягає у теоретичному обґрунтуванні використання інноваційних технологій на уроці німецької мови в старшій школі.

Аналіз психолого-педагогічної літератури виявив, що питання інноваційних технологій та їх впровадження в освітню систему досліджувалось багатьма вченими (Л. Биков, В. Верлань, Р. Гуревич, І. Дичківська, Ю. Дорошенко, М. Жалдак, І. Зязюн, Г. Кедрович, О. Коваленко, Т. Коваль, С. Ковтун, А. Нікуліна, Н. Ничкало, О. Пінаєва, В. Радкевич, Г. Розлуцька, С. Сисоєва, О. Спірін, С. Стеблюк, О. Шапран, В. Шапран, О. Щербак та ін.). застосування інноваційних технологій навчання у навчально-виховному процесі загальноосвітніх навчальних закладів досліджували Л. Березівська, Л. Ващенко, Л. Даниленко, Г. Єльнікова, В. Маслов, В. Палмарчук, П. Шемет, Р. Чуйко та ін.

Мета статті: обґрунтувати ефективність застосування інноваційних технологій у навчанні іноземної мови в старшій школі.

Останнім часом все більшу увагу привертають інноваційні методи навчання, які дають різнобічний досвід спілкування і базуються на навчанні спілкування іноземною мовою в єдності всіх його функцій. Інтерактивне вивчення мови полягає у формуванні в учнів комунікативної компетенції, базою для якої є комунікативні вміння, сформовані на основі мовних знань і навичок. Цього потребує сучасний стан міжнародних зв'язків України, вихід її на Європейський та світовий простір, осучаснення освіти. Досягнення належних результатів неможливо без застосування і використання інноваційних технологій.

Засоби інноваційних технологій, що входять в систему освіти можна умовно розділити на два типи: апаратні і програмні.

Завдання вчителя полягає в тому, щоб створити умови практичного оволодіння мовою для кожного учня, вибрати такі методи навчання, які дозволили б кожному учню виявити свою активність, свою творчість. Сучасні педагогічні технології такі, як навчання в співробітництві, проектна методика, використання нових інформаційних технологій, інтернет-ресурсів допомагають реалізувати особистісно-орієнтований підхід у навчанні, забезпечують індивідуалізацію і диференціацію навчання з урахуванням здібностей дітей, їхнього рівня навченості.

Можливості використання *інтернет-ресурсів* величезні. Глобальна мережа Інтернет створює умови для отримання будь-якої необхідної учням і вчителям інформації, що знаходиться в будь-якій точці земної кулі: країнознавчий матеріал, новини з життя молоді, статті з газет і журналів і т. і.

На уроках німецької мови за допомогою Інтернету можна вирішувати цілий ряд дидактичних завдань: формувати навички та вміння читання, використовуючи матеріали глобальної мережі; удосконалювати уміння письмової мови школярів; поповнювати словниковий запас учнів; формувати у школярів мотивацію до вивчення німецької мови. Крім того, робота спрямована на вивчення можливостей інтернет-технологій для розширення кругозору школярів, налагоджувати і підтримувати ділові зв'язки і контакти зі своїми однолітками в німецькомовних країнах.

Учні можуть брати участь у тестуванні, у вікторинах, конкурсах, олімпіадах, що проводяться по мережі Інтернет, листуватися з однолітками з інших країн, брати участь у чатах, відеоконференціях і т.і. Учні можуть отримувати інформацію з проблеми, над якою працюють в даний момент в рамках проекту.

Змістовна основа масової комп'ютеризації пов'язана з тим, що сучасний комп'ютер являє собою ефективний засіб оптимізації умов розумової праці, взагалі, в будь-якому його прояві. Є одна особливість комп'ютера, яка розкривається при використанні його як пристрою для навчання інших, і як помічника в придбанні знань, це його бездушність. Машина може «приязливо» спілкуватися з користувачем і в якісь моменти «підтримувати» його, однак вона ніколи не проявить ознак дратівливості і не дасть відчути, що їй стало нудно. У цьому сенсі застосування комп'ютерів є, можливо, найбільш корисним при індивідуалізації певних аспектів викладання.

Основна мета навчання іноземної мови в школі – формування комунікативної компетенції, всі інші цілі (виховна, освітня, розвиваюча) реалізуються в процесі здійснення цієї головної мети. Комунікативний підхід передбачає навчання спілкуванню і формування здатності до міжкультурної взаємодії, що є основою функціонування Інтернету. Поза спілкування Інтернет не має сенсу – це міжнародне багатонаціональне, крос-культурне товариство, чия життєдіяльність заснована на електронному спілкуванні мільйонів людей в усьому світі, що говорять одночасно. Це – найбільша за розмірами і кількістю учасників розмова, яка коли-небудь відбувалася. Включаючись у нього на уроці іноземної мови, ми створюємо модель реального спілкування. В даний час пріоритет віддається комунікативності, інтерактивності, автентичності спілкування, вивчення мови в культурному контексті, автономності та гуманізації навчання. Сьогодні нові методики з використанням Інтернет-ресурсів протиставляються традиційному навчанню іноземним мовам. Щоб навчити спілкуванню на іноземній мові, потрібно створити реальні, справжні життєві ситуації (тобто те, що називається принципом автентичності спілкування), які будуть стимулювати вивчення матеріалу і виробляти адекватну поведінку. Цю помилку намагаються виправити нові технології.

Комунікативний підхід – стратегія, що моделює спілкування, спрямована на створення психологічної та мовної готовності до спілкування, на свідоме осмислення матеріалу і способів дій з ним. Для користувача реалізація комунікативного підходу в Інтернеті не представляє особливої складності. Комунікативне завдання повинне пропонувати учням проблему або питання

для обговорення, причому учні не просто діляться інформацією, але і оцінюють її. Основним же критерієм, що дозволяє відрізнити цей підхід від інших видів навчальної діяльності, є те, що учні самостійно вибирають мовні одиниці для оформлення своїх думок. Використання Інтернету в комунікативному підході як не можна краще мотивовано: його мета полягає в тому, щоб зацікавити учнів у вивченні іноземної мови за допомогою накопичення і розширення їх знань і досвіду.

Однією з основних вимог, що пред'являють до навчання іноземним мовам з використанням Інтернет-ресурсів, є створення взаємодії на уроці, що прийнято називати в методиці інтерактивністю. Інтерактивність – це «об'єднання, координація та взаємодоповнення зусиль комунікативної мети і результату мовними засобами» [3]. Інтернет допомагає у формуванні вмій і навичок розмовної мови, а також у навчанні лексики і граматики, забезпечуючи справжню зацікавленість і, отже, ефективність. Інтерактивність не просто створює реальні ситуації з життя, а й змушує учнів адекватно реагувати на них за допомогою іноземної мови.

Впровадження інформаційних технологій у навчання значно урізноманітнює процес сприйняття та відпрацювання інформації. Завдяки комп'ютеру, Інтернету та мультимедійним засобам учням надається унікальна можливість оволодіння великим обсягом інформації з її подальшим аналізом і сортуванням. Значно розширюється і мотиваційна основа навчальної діяльності. В умовах використання мультимедіа учні отримують інформацію з газет, телебачення, самі беруть інтерв'ю і проводять телемости. Таким чином впровадження інноваційних технологій в освітнє середовище уроку дозволяє:

- підвищувати і стимулювати інтерес учнів;
- активізувати розумову діяльність і ефективність засвоєння матеріалу;
- індивідуалізувати навчання;
- підвищити швидкість викладу і засвоєння інформації;
- вести екстрену корекцію знань.

Використання інноваційних технологій може бути застосоване на уроках німецької мови для вирішення наступних завдань:

- пошук літератури: а) в електронній бібліотеці учбового закладу, б) в мережі Internet за допомогою різноманітних браузерів (Google, Yandex, Rambler, InternetExplorer тощо);
- робота з літературою в ході реферування, конспектування, анотування, цитування тощо;
- використання електронних словників (AbbyLingvo 7.0) та робота з програмами-перекладачами (PROMTХТ);
- зберігання і накопичення інформації;
- планування процесу дослідження(система керування MicrosoftOutlook);
- спілкування з носіями мови (система відеозв'язку Skype, електронна пошта);
- створення, опрацювання і відтворення графічного або звукового матеріалу (програвачі MicrosoftMediaPlayer, WinAmp, Apollo, WinDVD,

програми для перегляду зображень ACDSee, PhotoShop, CorelDraw, програми для створення схем, графіків Visios) тощо;

- перегляду учбових та виховних фільмів, мультфільмів, передач, роликів, інтерактивних подорожей;

- навчання за допомогою навчальних програм (Jetzt-online, Kaleidoskop, Lernnetz, Dubl. Arbeitsblätter).

Використання інформаційних технологій для активізації пізнавальної діяльності на уроках іноземної мови може відбуватися на різних етапах і типах уроків. Наприклад, при знайомстві з новим граматичним матеріалом може бути створено електронний супровід у вигляді презентації, на якій будуть відображені основні поняття, алгоритм застосування граматичного правила, або може бути запропонований матеріал для спостережень і порівнянь, даються завдання, що готують до самостійної формулюванні правил, наводяться приклади і схеми.

Під час тренування нового граматичного матеріалу пред'являються вправи, в ході виконання яких у школярів формуються навички виявлення, пошуку і рішення граматичних завдань. Саме в тренувальному режимі особливо ефективно реалізується принцип індивідуалізації навчання.

На уроках застосування та закріплення це може бути інформаційна підтримка предмета у вигляді цифрового освітнього ресурсу з німецької мови, електронного тренажера, за допомогою якого учень зможе не тільки застосувати свої знання в процесі практичної діяльності, а й побачити свій результат. Особливістю освітнього процесу з використанням інформаційних технологій навчання є алгоритмізація самостійної діяльності учнів, що сприяє активізації навчального процесу, велика ступінь інтерактивності, наявність оперативного зворотного зв'язку. На основі цього можлива індивідуалізація і диференціація навчального процесу. Учні просунутого– рівня виходять на самостійну творчу діяльність (створення пам'яток, проектів, підготовка повідомлень з використанням інтернет-ресурсів), в той час як інші за допомогою тренажерів можуть закріпити необхідний мінімум.

Використання інформаційно-комунікаційних засобів на уроці можливо при вивченні практично будь-якої теми і на будь-якому етапі уроку. При правильному розташуванні, вдалому колірному оформленні, використанні схем і таблиць, голосовому супроводі матеріал буде сприйматися легше і швидше школярами. На основі тестових програм і надання довідково-інформаційної підтримки можна цікавіше провести контроль рівня сформованості мовних навичок.

Також у навчанні можуть допомогти програми, розроблені для вивчення іноземної мови. Програми представлені Гете-інститутом для користувачів різних рівнів володіння мовою, такі як «Deutsch lernen mit dem Jugendmagazine», «Jetzt.Online», «Kaleidoskop», «Dubliner Arbeitsblätter online», «Lernnetz-Deutsch als Fremdsprache» можуть стати гарним прикладом.

Проаналізувавши матеріали запропоновані цими програмами за методикою, стратегії навчання, оформленням, граматиною, країнознавством, лексикою, взаємодією, можна зробити висновок, що хороших результатів за



допомогою навчальних програм важко досягти тільки в практиці говоріння і в граматиці. Проблема полягає в тому, що при всій різноманітності інноваційних технологій для максималізації ефекту при навчанні граматиці іноземної мови представляється можливим використовувати дуже мала їх кількість. А саме: навчальні фільми, електронні підручники, схеми, таблиці та різні види тестування.

Використання ж комп'ютера і інших сучасних технологій на заняттях дозволить оптимізувати управління навчанням, підвищити ефективність і об'єктивність учбового процесу при значному заощадженні часу викладача, мотивувати учнів на здобуття знань. В результаті використання сучасних технологій на уроці німецької мови підвищується зацікавленість учнів до предмету, мотивація до діяльності та активність на уроці, процес навчання стає більш повноцінним та ефективним. Впровадження інноваційних технологій в освітнє середовище уроку дозволяє індивідуалізувати навчання, підвищити швидкість викладу і засвоєння інформації, вести екстрену корекцію знань. Учні мають змогу отримати інформацію з газет, телебачення, можуть самі брати інтерв'ю і проводити телемости. Ведення дискусій з носіями мови сприяють прояву мовної ініціативи, поліпшує готовність учня до здійснення іншомовного міжособистісного і міжкультурного спілкування. Введення інноваційних технологій сприяє навчанню навичкам говоріння, читання, аудіювання, письма, поповнює словниковий запас учнів. Проте використання інноваційних технологій має бути обґрунтоване об'єктивно існуючими потребами та зумовлене необхідністю досягнення навчально-виховних задач. Не можна, щоб використання інноваційних технологій ставало самоціллю.

#### Список використаних джерел:

1. Алексеева Л. Н. Инновационные технологии как ресурс эксперимента / Л. Н. Алексеева // Учитель. – 2004. – № 3. – С. 78.
2. Аносова Н. Э. Обучающие компьютерные программы – новые возможности преподавания иностранного языка / Н. Э. Аносова // Вопросы филологии. – 1995. – №1. – С. 102–103.
3. Владимирова Л. Н. Интернет на уроках иностранного языка. / Л. Н. Владимирова // Иностранные языки в школе, 2002. – № 3. – С. 39–41.

#### **Valentyna Karpiuk. Innovative technologies in German teaching in senior high school**

The article deals with the problem of innovative technologies applying and using in the process of German studying in senior high school. The author considers an issue of language interactive studying that consists in pupils' communicative competency developing which is based on communicative abilities formed through linguistic knowledge and skills.

**Key words:** innovative technologies, communicative competence, communicative skills, German language, Internet.

**Olexandr Malykhin**

Doctor of Sciences (Pedagogy), Professor,  
Head of the Romano-Germanic Languages  
and Translation Department  
National Bioresources and  
Nature Management University of Ukraine,  
Kyiv, Ukraine

## **ACADEMIC WRITING: SELECTING SUPPORTING MATERIAL FOR ESSAY**

The concept of the academic writing, the types of supporting material for academic writing, the main idea of academic writing, the patterns of a typical academic writing are shown in this article. The following assignments will give you practice identifying and extracting the supporting material from a body of essay.

**Key words:** supporting material, academic writing, article, composition.

Academic writing – a specific version of English, which write books, articles, monographs and popular scientific literature for professionals. Graduates are all schools and universities, regardless of specialty, as well as graduates of the most respectable and prestigious universities in non-English speaking countries must compulsorily acquire all handled academic writing and use the principles of this discipline for writing articles, Dissertations and their own books. We need to learn to use adequate situation instead of the usual formal design revolutions that characterize the daily, speaking, as well as clearly follow the rules relating to the format of academic texts and conditionally, which continue to be very strictly respected in the academic environment, in terms of professional economists, scientists, top managers and intellectuals.

The use of specifics makes writing easier to understand. Writers explain their generalizations in the following ways: using examples to illustrate a point or to show how a generalization works in a representative or typical case using reasons, causes, or effects related to the generalization to make it understandable using descriptive details to allow the reader to imagine the generalization better using the familiar to explain the unfamiliar discussing a subject step by step.

Examples and anecdotes are meant to help a reader understand a generalization by showing how it operates in a specific instance. Understanding a specific instance makes the abstract notion easier to understand. Think of the classes you are taking. Students often ask professors for examples in order to make concepts clearer.

But it is not enough for writing to be clear. Perhaps more important, a writer must convince the reader of the validity of his or her assertions by giving evidence to support those statements.

Typically, writers support their generalizations with data: facts or statistics that bring objective evidence to prove a point personal experiences, representative cases, observations, or anecdotes meant to prove that a generalization is true because it is

based on a specific, real incident references to recognized authority or experts in the subject.

These types of support-facts, statistics, real incidents, or references to authority – are objective pieces of evidence used to support and prove a generalization.

#### Exercise 1: SUPPORT

What kinds of support did he use to prove or explain his general statements in the first few sentences about learning a language?

Young teenage suicide is becoming one of the most tragic social problems in Japan. This year alone, some forty deaths of Japanese children have been confirmed as suicide. The most recent incident in a rash of teen suicides in Japan over the past few years occurred three weeks ago, when just before afternoon classes, a thirteen-year-old girl leaped off the roof of her four-story school building. The note she left said that she could stand the taunting of classmates no longer.

Taisuke Akasaka (Japan)

Support

#### PROFESSIONAL WRITING

Much of our folklore and many of the essays in popular and scholarly journals and books are full of information, which suggests that women and men have many different experiences. Or at least women and men are thought to possess many gender-linked interests and behavioral characteristics that lead them to different experiences. Women, for example, are thought to be more talkative, more religious, and more sensitive to others than are men. Men are thought to be more knowledgeable about business, more objective, independent, aggressive, active, adventurous, and more likely to think men are superior to women. By itself alone, the constant reaffirmation that we are one gender or the other means that we have somewhat different experiences. Cultural customs also serve not so much to acknowledge the (relatively slight) biological differences but actually to produce a sense of them: e.g., traditional courtship patterns, courtesy systems (protecting females from spiders, ram, cord, and other dangers), separate toilet facilities, and job placement (women in housekeeping and mothering jobs). These customs call for frequent expressions of genderism and make gender appear "natural" and highly significant; they are not expressions of natural differences, but they do mean that women's experiences differ somewhat from men's.

(Adapted from Cheris Kramarae, *Women and Men Speaking*, Rowley, Massachusetts: Newbury House, page 39).

Support

Deciding which specifics to include depends very much on your audience and purpose as well as on your main idea. For example, if you were writing a term paper for a sociology class on racial discrimination in housing in your community, which of the following types of support would you be least likely to use?

- facts or statistics
- personal experience or anecdotes
- references to authority
- examples

- reasons or effects
- descriptive details
- familiar situations to explain unfamiliar ones
- step-by-step explanations

On the other hand, which of these types of support might be appropriate for an editorial for your school paper or for a letter borne or for an essay on the evils of discrimination?

In your choice of how to approach an explanation of your ideas, you must consider your particular writing context. Is it formal or informal? Public (a newspaper article) or relatively private (a letter home)? Will your audience consider you an authority or will you need more objective evidence to make your point? Keeping your answers to these questions in mind will help you select the most effective support for your ideas.

### Unity

The following are the two most important requirements for selecting material to prove or explain your point:

1. The support must be pertinent.
2. There must be sufficient support.

Pertinent means that the support must be directly related to the generalization or the main idea you are trying to explain. One common problem student writers have is making irrelevant statements, ones not directly pertinent to the main idea. In the following composition, the student was explaining the origins of certain restrictions on Japanese women, but he included information about his subject that was not related to his main idea.

Read the article, and then write the numbers of the irrelevant sentences in the space provided.

### Exercise 2: SUPPORT STUDENT WRITING

(1) You may have seen on television or in the movies that Japanese women cover their mouths when they laugh. (2) Why do Japanese women do this? (3) This is a dying mannerism traceable to the feudal concept of women in Japan. (4) Older women, more than forty, have this mannerism, but most young women don't care. (5) Before the Meiji modernization about a hundred years ago, a well-brought-up woman had a set of prescribed mannerisms to observe. (6) Until the Meiji modernization, feudal Japan tried to shut all the Western countries out. (7) The basic feminine characteristics expected of a woman were self-restraint and self-effacement. (8) Any display of assertiveness was strictly frowned upon, and laughing in public was considered such a display. (9) What was considered particularly offensive was for a young woman to laugh revealing her teeth; (10) In feudal Japan, people's social status was indicated by the kind of dress they wore. (11) The married status was revealed by their teeth. (12) That is, a married woman painted her teeth black (with spectral herb preparations) while a young girl kept hers natural and unpainted. (13) In either case, for a woman to laugh out loud was considered unlady-like and ill-mannered unless she made a little show of self-restraining modesty by making an attempt, however symbolic, at covering her mouth when laughing.

Taisuke Akasaka (Japan)

Irrelevant sentences

Because this student's intention was to discuss the origins of certain social regulations for Japanese women, sentence 6, for example, does not belong. Sentence 6 makes a comment on sentence 5, but it has nothing to do with the social restrictions on women. Sentence 10 also gives information that does not relate to the main idea. If the student wants to keep the same main idea, he must remove the irrelevant sentences or rewrite them somehow to fit his main idea. On the other hand, if he wants to keep these sentences, he must alter the main idea. One possibility might be to reorient the entire discussion to focus primarily on different aspects of life in feudal Japan, which might include a discussion of social prescriptions for women. In any case, the supporting material the student selects must fit the main idea he expresses.

Sentences 4, 11, and 12 present other problems. They are more closely related to the student's topic, but sentence 4 seems out of place where it is. Can you suggest another place to include the information in sentence 4? Sentences 11 and 12, on the other hand, have not been interpreted for us by the author. As a result, the connection between revealing teeth and revealing marital status is not clear.

Exercise 3: SUPPORT

Look at the following main idea and each statement given to support it. Which statements are most pertinent? Which do not seem to support the main idea directly? Mark each sentence P (pertinent) or I (irrelevant).

Main Idea: Chicago offers good recreational programs for children during the summer in its many city-run parks.

1. The first recreation programs began just after World War II. \_\_\_\_\_
2. Swimming pools are open every day and swimming lessons are available for children more than 4 years old. \_\_\_\_\_
3. Of the 100 neighborhood parks run by the city of Chicago, over 70 hire special recreation directors in the summer for their children's programs. \_\_\_\_\_
4. In the bigger parks, children can take dance, sports, or craft lessons. \_\_\_\_\_
5. The parks run morning camps for children under 7 and day camps for children between 7 and 14. \_\_\_\_\_
6. All recreation directors are trained in first aid. \_\_\_\_\_
7. Dance classes are also offered for adults for a minimal fee. \_\_\_\_\_
8. A park is one of the few places in the city where the air is relatively fresh and clean. \_\_\_\_\_
9. The park system sponsors athletic teams. \_\_\_\_\_
10. In the field houses of bigger parks, children can use the gym for basketball or volleyball. \_\_\_\_\_

Look at the pieces of evidence you found unconvincing. What makes each of them weak support for the main idea?

Sometimes student writers try to include every detail they know about a topic, even though that information may not be relevant to their particular audience or purpose. Or they may include irrelevant information because they have gone in

another direction from the one they originally set out on. Or sometimes they have simply lost sight of their main idea and have forgotten what it was they set out to discuss, for whom, or why. At other times, what seems like irrelevant information might actually be relevant, but the writer has failed to interpret it and to show how it is linked to the main idea or is significant for the audience or purpose of the text. In other words, the writer must not only give pertinent supporting information but also interpret that information for the reader when necessary to show exactly how it helps explain or support the main idea. Look at statements 6 and T in the preceding exercise, for example. Even though they are weak support for the main idea, can you see why a writer might have included them as support for the generalization? Although statement 7 is related to recreational programs, it gives information on adult recreation, not children's recreation. The problem with statement 6 is somewhat different. The fact that the recreation directors are trained in first aid is irrelevant as written because it is not interpreted; that is, the writer failed to explain why this fact shows how good the recreational programs are. Can you rewrite statement 6 to link those two ideas and make the statement relevant to the main idea?

Here are some ways you might rewrite statement 6 to make it fit the main idea:

1. In addition to the variety of programs offered, the children can play in safety because all recreation directors are trained in first aid.
2. Because they are all trained in first aid, recreation directors are able to handle any accident that might occur in the pools, playgrounds, or gyms.
3. Should a child be injured while taking part in one of the recreational programs, the child will receive professional help since all recreation directors are trained in first aid.

Any of these revisions makes clear the significance of the fact that the recreation directors know first aid. Can you rewrite any of the other statements that do not seem relevant (for example, 8 or 9) so that they are more directly linked to the main idea?

Amount

How much support is enough? This question cannot be answered precisely because the answer depends very much on who the audience is and what the purpose of the text is. Sometimes a single example or an especially striking anecdote is enough to explain a point clearly. Sometimes three or four are needed in one paragraph for a point to be convincingly made. In the preceding example, how much evidence would be the minimum amount necessary to convince you that Chicago has good recreational programs? The answer depends both on you and on the type of evidence offered. If you come from a city with no recreational programs for children, perhaps one single example would be enough for you. On the other hand, if your city has more to offer, perhaps even five or six pieces of evidence would still not seem convincing. Furthermore, perhaps one particular piece of evidence may be so convincing that it outweighs three or four pieces of less convincing evidence.

As a writer, you must judge your audience and use your intuition and feedback from your readers to determine how much support is needed to explain your point. Furthermore, you will need to decide what type of support (fact, statistic, example,

anecdote) or combinations of types will be most effective in accomplishing your purpose with a specific audience.

Finally, keep in mind that English-speaking readers expect to be led systematically from one point to the next. They expect a writer to present all the evidence and the conclusions drawn own conclusions about the material or to accept unsupported generalizations.

#### **References:**

1. Hiroe Kobayashi and Carol Rinnert, High school student perceptions of first language literacy instruction: Implications for second language writing, *Journal of Second Language Writing*, no. 11 (2002): 91-116.
2. Catherine Marshall and Gretchen Rossman, *Designing Qualitative Research* (Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1999), 137.
3. Irina Korotkina, Academic writing in Russia: Evolution or revolution?, *Social Science Research Network (SSRN)*, 2014: 6,
4. Suresh Canagarajah, Addressing issues of power and difference in ESL academic writing., In J. Flowerdew and M. Peacock (Eds.), *Research perspectives on English for academic purposes*. Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press (2001): 117-131.
5. John Flowerdew and Matthew Peacock, *Research perspectives on English for academic purposes* (Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2001), 8.

#### **Олександр Малихін. Академічне письмо: добір підкріплюючих матеріалів до головної теми есе**

У статті висвітлено основну концепцію академічного письма, типи підтримуючих матеріалів для академічного письма, основну ідею академічного письма, зразки типового академічного письма. Наведені в цій статті наступні практичні зразки надають можливість на практиці ідентифікувати та вилучити підтримуючи матеріали з загального обсягу есе.

**Ключові слова:** академічне письмо, підтримуючи матеріали, есе.

УДК 81'35-028.42:37.02:(37.016:81-027.63)(072)

**Inha Siniahovska**  
Ph. D. (Pedagogy),  
Doctoral of the Laboratory of Didactics  
Institute of Education of Ukraine,  
Ukrainian National Academy  
of Pedagogical Sciences,  
Kyiv, Ukraine

#### **MAIN TYPES OF PURPOSES FOR ACADEMIC WRITING**

The concept of the academic writing, the types of purposes for academic writing, the main idea of academic writing, the patterns of a typical academic writing are shown in this article. The following assignments will give you practice identifying and extracting the main idea from a body of data.

**Key words:** audience, purposes, academic writing, article, composition.

If you have that same kind of awareness of your audience when you write, you will be better able to decide what would be convincing or informative. Thus, if you are writing for your compatriots, you do not have to explain anything you assume

they already know. On the other hand, if you are writing for someone not from your country, you will have to give explanations that your compatriots would not need. In the same way, if you wrote an article on the advantages of having a vertical 90 degree 16 valve combustion engine on a Honda Interceptor motorbike for readers with no particular knowledge of or interesting this subject, those readers would probably feel you were wasting their time. They would not be able to understand all the technical terms or concepts you would be using. Yet the same article might be quite interesting to readers of a motorcycle magazine. The concept of audience is extremely helpful. If you identify clearly in your own mind who the members of your audience are idea of the audience you are writing for and keep that person or group of people in your mind as you write. You will be better able to make assumptions about what they know, what they do not know, and what they want to know. This knowledge will help you make decisions about all aspects of your paper: what explanations you must give to make your ideas clear to your reader what types of explanations would be most helpful how to organize your explanations whether to write informally or formally how careful to be of correct grammar, spelling, and punctuation One special writing situation is writing for your teacher. Discuss these questions in class: How is writing for teachers different from writing for other audiences? What does your English teacher expect when she or he reads your writing? What do other teachers expect from your writing? When should you decide who the members of your audience are? There is no fixed time. Sometimes, such as when you are writing for a teacher, you will know your audience and purpose even before you begin any invention writing. At other times, your invention writing will help you discover the audience you are writing for and why. Sometimes, you will not really be sure of your audience until you are working on a draft. Your audience and purpose may even change as you write. Still, no matter where you are in the writing process, keep in mind that eventually your writing will be read by some specific readers. As you can see, English-speaking writers are very conscious of their readers. If the communication between writer and reader breaks down, it is generally considered the writer's fault. It is up to the writer to accommodate the reader by explaining the ideas as fully and as clearly as necessary.

#### Types of purposes for writing

Besides your audience, another important idea to keep in mind as you compose and revise a draft is your reason for writing, your reason for wanting to tell your audience about your subject. There are two basic reasons for writing (although one does not necessarily exclude the other): to express yourself and to communicate with someone else. When you keep a journal, your reason for writing is to express yourself; it doesn't matter whether anyone reads, understands, or likes what you have written. When you are writing to communicate, on the other hand, it is helpful to know not just with whom you want to communicate but also what you are trying to accomplish by writing your text.

Asking yourself questions like the following ones may help you to discover your purpose:

1. Am I trying to inform my audience about a subject they do not know much about but would be interested in knowing?



2. Am I trying to show my audience a new way to look at this subject, a way they may not have thought of before?

3. Am I trying to persuade my audience to agree with my point of view on this subject?

4. Am I trying to demonstrate to my audience (to a professor, for example) that I know about this subject?

5. Am I trying to entertain by writing something funny or beautiful or dramatic?

For each of the following, write down what you think the author's purpose might have been in writing on this subject.

Exercise 1. Purpose.

1. An essay in which the author discusses reasons against having only one child. Possible purpose:

2. A short story. Possible purpose:

3. An essay exam. Possible purpose:

4. An essay about marriage customs in Tunisia. Possible purpose:

5. An essay in which the author discusses attitudes in the United States toward individuality versus community. Possible purpose:

6. An essay about how people in the United States mispronounce the author's Arabic name. Possible purpose:

7. An article praising a new and unpopular state law requiring people to wear seat belts. Possible purpose:

Exercise 2. Purpose.

Your purpose in writing is related to the type of writing you are doing. The following are the first sentences of texts written by students in an English class. Can you figure out just from these first sentences what kind of text the student was probably writing? For each sentence, choose one of the following: a letter home; an essay; exam; an article informing readers about something they don't know about but might want to know about an article persuading readers to agree with the author a text with no clear purpose

Exercise 3. Purpose.

Although an author may have one main purpose in writing, the text may sometimes fulfill other purposes as well. Read the following text written by student and try to determine each student's main purpose and any secondary purposes.

### Student Writing Music and People

Almost everyone on this earth listens to music. Each person spends countless hours listening to music. People spend Pots of money on albums, musical instruments, and record-playing equipment. We can hear people whistle, dance, and sing at parties and even on the streets. It is rare to find a person who dislikes music although not everyone likes the same type of music or uses it the same way. People have different reasons for listening to or making music. Music provides a background for activity. Some people want music around them almost all the time. For instance, I have a friend who listens to musk almost twenty-four hours a day. Music is just a part of him. Every day, when he returns home from school, he will turn on the radio first

before he changes his clothes. He even turns on the radio before he starts cooking and studying. Music soothes his nerves and puts him in a good mood so that he can go on with his daily routine. For some people if their portable radios or record players were taken away, they would feel uncomfortable, and thus their activities would be disrupted.

Another use of music is to provide a special atmosphere for a non-musical situation. Music is used in motion pictures to increase the attractiveness of the pictures. Sentimental music during sad scenes makes the audience feel very emotional or haunting music during scary scenes makes the audience jump off their seats. In short, music is very important in films to attract the audience's attention; without music the audience may lose interest in the film. Music must be appreciated because besides the enjoyment it brings to us, music also brings people closer together. For instance, people go to discos, parties, and concerts to enjoy music and at the same time they make new friends. Music as one of mankind's great accomplishments yields much meaning and enjoyment to every person who can hear and understand it.

1. Main purpose:
2. What makes you think so?
3. Secondary purpose(s):
4. What makes you think so?
5. Did you have trouble determining the purpose of this essay?
6. Who do you think was the intended audience for this essay?

To sum up, a writer's purpose in writing is closely connected to the audience for which the writer is writing. When you write a letter to your parents describing a typical day here or how your studies are going, your purpose is to inform because you know that your parents are interested in what you do. If you wrote the same letter for your English class, however, your purpose would not be clear. It would not be obvious that your readers have any reason for wanting to read about your typical day. Deciding on a tentative purpose before you write will help you decide what to write and how to write it, just as deciding on a tentative audience will. Once again, however, you may find as you are writing that your original purpose is no longer what you want to convey. In that case, change your purpose and reorient your discussion. Reread what you have written to make sure that everything you have said fits your new purpose.

#### **References:**

1. Anderson, Jeff. *Everyday Editing: Inviting Students to Develop Skill and Craft in Writer's Workshop* / Jeff Anderson. – Stenhouse Publishers, 2007. – 164 p.
2. Berne, Jenifer. *The Writing-rich High School Classroom. Engaging Students in the Writing Workshop* / Jenifer Berne. – The Guilford Press, 2009. – 166 p.
3. Hundarenko, O. *Academic Writing for EFL Learners* / O. Hundarenko. – Kirovohrad, 2014. – 118 p.
4. Smith, Brady. *Proofreading, Revision and Editing Skills Success in 20 Minutes a Day* / Brady Smith. – Learning Express, 2003. – 193 p.

## **Інга Сіняговська. Типи цілей для академічного письма**

У статті висвітлено основну концепцію академічного письма, типи цілей для академічного письма, основну ідею академічного письма, зразки типового академічного письма. Наведені в цій статті наступні практичні зразки надають можливість на практиці ідентифікувати та вилучити основну ідею з загального обсягу інформації.

**Ключові слова:** аудиторія, цілі, академічне письмо, стаття, твір.

УДК 37.02-048.58:[165.23-028.65:82-4]

**Hannah Udovichenko**

Ph. D. (Pedagogy),

Doctoral of the Laboratory of Didactics

Institute of Education of Ukraine,

Ukrainian National Academy

of Pedagogical Sciences, Kyiv, Ukraine

**Vita Tymchenko**, senior teacher

Kryvyi Rih Secondary School №8

Kryvyi Rih, Ukraine

## **INVENTION TECHNIQUES**

The article considers and analyzes various ways of defining themes before essays writing. The different ways of exploring themes, ideas and plan of essays in preparation for writing are presented.

**Key words:** essay, invention techniques, freewriting, listing, wh- questions, clusters or branches, looping, cubing, outlining

Writing is a solitary and demanding task. One way to make the task easier is to use invention techniques. These techniques will enable you to explore your ideas on a subject before you actually begin to write about it.

When you sit down to write you probably know vaguely what you want to say but not exactly how to say it. Your ideas may seem chaotic; you have a lot of information and maybe strong feelings about a subject, but all this is stored in your brain in a complicated way. As soon as you write something down, twenty more ideas may come to your mind all at once, and all those ideas compete with one another for your attention.

Invention techniques can help you get control of these chaotic thoughts and examine them one at a time to see which ones are worth developing.

In this article you will learn several invention techniques.

You should experiment with each of these techniques just to learn how to use it. On your own, try each one again at least once to see if that particular form of invention is helpful to you.

Different individuals have very different styles of creating. An invention technique that is extremely fruitful for one person may produce nothing of interest for another person. This is why you should try the techniques while you are actually trying to produce an essay. After you have experimented with each technique, select the ones that work best for you and use those. In this article you will learn about:

- freewriting
- listing
- wh- questions
- clusters or branches
- looping
- cubing
- outlining

### *Freewriting*

There are two kinds of Freewriting. One type allows you to empty your mind temporarily of everyday concerns so that you can concentrate on the task at hand. The other type helps you begin to explore your ideas on a subject.

If you need to work on a writing assignment but cannot concentrate, the first type of freewriting may help you to clear your mind. Take a sheet of paper and begin to write about the thoughts on your mind at that moment. Write continuously for five minutes. This is usually enough time to rid your mind of distractions. If you still feel distracted, continue to write for another five minutes, or until you have gotten all distractions out of your system.

If you have chosen a general topic to write: about but have not yet decided what aspect of that subject you wish to explore, the second type of freewriting should help you. Write your general topic at the top of a page. Then begin to write down everything that comes to your mind on this topic. Write continuously for ten minutes. Time yourself or have someone else time you. Do not let your pen stop moving. If you cannot think of anything to say, write "I can think of anything to say" until something comes to you. Something will come, so relax and keep writing steadily. If you cannot think of the word you need in English, write the word in your own language or in some abbreviation or just leave a blank and keep going. The point is to get down as much as you can about the subject, no matter how disorganized. Notice that this draft does not include everything that came up in the student's freewriting. Also notice that even this early draft contains things that did not appear in the freewriting.

When you do your own inventing, stop after ten minutes and reread what you have written. Underline or circle the ideas and expressions you like. If you find an idea that makes you think of something else you wanted to say, draw an arrow from that point and continue writing until you have written everything you had to say about that idea. Somewhere in what you have written you will probably find aspects of your topic you can write about. If not, go on to another invention activity.

Imagine that you have decided to write a short composition about places of great natural beauty in your country. Do ten minutes of freewriting on this subject to see what ideas you come up with. When you finish, include this freewriting exercise in your journal.

### *Listing*

Once you have decided on an aspect of a topic to write about, you need to find out what you know about that topic and anything related to it. Listing is faster than freewriting but operates on the same general principle. When you list, you write

down everything that comes to your mind about your topic, but you do not write sentences. Instead, you write only words or quick phrases. Once again, you are trying to get down quickly as much information as possible. Listing is particularly useful for getting examples or specific information about a topic. This technique is also one of the most useful ways for writers to get started again if for some reason their ideas dry up as they are writing a draft.

Think of the first impressions you had of the community in which you now live in the United States. Make a list of everything that comes into your mind. Remember, try to get down as much as possible quickly. Keep this list in your journal. You may want to expand it into an essay someday.

When reporters write newspaper articles, they usually try to write the first sentence so that it will answer the following questions: who, what, when, where, why, and sometimes how. These questions can be used to generate ideas for your compositions as well. Asking questions like these may help you to clarify exactly what subject you are going to discuss in your composition. This technique, like listing, is also good for finding details about your subject and for restarting your writing if for some reason you get blocked. You are the one who both asks and answers the questions. Think of as many questions as you can.

#### *Wh- questions*

Think of the last argument or disagreement you had with someone. Then write a list of questions about the argument and answer them. Write as many questions as you can (what kind of ... , under what circumstances ... , whose ... , what cause ... , what effect ... , and so on). Did writing the questions and answers force you to consider any aspect of that argument you had not thought of before? Put this invention writing in your journal for possible future use.

#### *Clusters or Branches*

The human mind seems to store information partly by associating new information with information already stored. As a result, calling up one piece of information may trigger a whole series of other memories. For example, have you ever been eating something you hadn't eat in a long time and suddenly felt almost transported back to another time and place? That experience is an example of your associational memory at work. You can make good use of the mental capacity to associate when preparing to write essays. Write the subject of your composition in the middle of a piece of paper, and then write down all the things you associate with it. Then continue the process by finding associations for each of the things you have written down.

Continue to do this as long as you can find associations. Then look at all the associations you have written down. Try to group items into clusters or categories. Try your hand at clustering or branching by thinking back to being sixteen years old. What associations does this age bring to mind? Cluster your associations, and keep pursuing them until you run out of associations. Keep this cluster with your journal entries.

#### *Looping*

Looping is similar to freewriting, but it is more focused. It is especially useful when you have many ideas in your mind all at the same time. Looping can help you

focus your thought on a subject, find the core or center of your thought, and pinpoint a main idea on which to elaborate. To use this technique, begin by writing down the subject you want to consider. Keep that subject in the front of your mind as you write continuously for five minutes. It is important to keep the pen moving and to keep your mind focused on the subject. If you get distracted, just keep writing anything you think of until ideas on your subject came again. As with freewriting, do not worry about grammar or punctuation. If you cannot think of the word you want in English, write the word in your own language or leave a blank. Feel free to use abbreviations or your own personal shorthand forms of spelling.

At the end of five minutes (time yourself or have someone else time you), read what you wrote. Then write down one complete sentence that summarizes the essence of what you just wrote. You may find an actual sentence in your writing that seems to be the most important idea of the writing, or you may have to create one. In either case, write that sentence down. This is the end of your first loop.

Now begin a second loop by focusing on your summary sentence. Try to keep this sentence in your mind as you write continuously for another five minutes. When you finish the second five minutes of writing, read what you have just written. Look for the main idea or core toward which all the other ideas are turned. Summarize that core idea in one sentence, and write that sentence down. This is the end of your second loop.

Follow the same procedure for your third Loop. At the end of your five minutes of writing, read the third text and summarize it in one sentence. For most writers, this last sentence usually captures the gist of what they have to say on their subject. If your last sentence is still not satisfactory, you should probably try another invention technique.

#### *WRITING PRACTICE: LOOPING*

At the top of a piece of paper, write the word “tradition”. Then write about that subject continuously for five minutes. When you have finished, summarize your text in a complete sentence and write that sentence down. Repeat this process twice more. If you find an interesting idea, keep it for later use in an essay. This technique, like any invention technique, can be used at any time in the writing process, it can be especially useful when your ideas seem chaotic and you need to find a clear approach to your subject or an “angle” on the subject to write about.

#### *Cubing*

Cubing involves looking at an idea from six different points of view, each representing one of the six sides of a cube. You will look quickly at your subject from these six angles so that you have several perspectives on the subject available to you. You should spend three to five minutes examining your topic from each of the following angles:

1. Describe it. (What does it look like? What do you see?)
2. Compare it. (What is it similar to? What is it different from?)
3. Analyze it, (what is it made of? What are its parts?)
4. Associate it, (What does it remind you of? What do you associate it with?)
5. Apply it. (What can you do with it? What can you use it for?)

6. Argue for or against it. (Take either position. Give any reasons, even crazy ones.) When you have finished, reread what you wrote to find ideas that you like. Write those ideas down and look them over. Perhaps one of them is particularly interesting and may be a good perspective for an essay on the subject.

### *Outlining*

An outline is a structured method of exploring your thoughts on a subject. Some writers like to use the freer invention strategies to generate ideas. Then they make an outline So organize their ideas. Thus, outlining can be a transition between inventing and writing a first draft. When used this way, the outline functions as a plan for writing. It is extremely helpful in dividing up the big task of writing a formal paper into the much more manageable task of writing small parts that will eventually make a unified and organized whole. Other writers like to make an outline of their paper after they have written a draft. When used this way, the outline is not a plan but rather a check to verify that the paper presents the ideas logically and covers all aspects of the topic the writer wants to cover.

In either case, the outline is not an end in itself. It is merely a tool to help you produce an organized discussion or to help you verify that the discussion you have produced is organized. Basically, an outline helps you divide up a subject.

### *WRITING PRACTICE: OUTLINING*

1. Take any of the invention writing you have already done and try to divide the ideas you generated into two or more broad, general categories. Then decide how each idea you generated in your invention might fit into these categories.

2. One possibility for your first journal entry was to create a "time line." Whether or not you chose to make this entry, write an outline dividing your life history into two, three, four, or more major sections. Can you see how each event in your life would fit

into one of the sections?

### *Discussion and Reading*

One technique for generating ideas that has not been mentioned yet is simply talking to someone else about your ideas. Discussion is a powerful way to generate and test ideas. Unfortunately, it is also more restricted. You may not always be able to find someone willing to listen to you, or you may not be in a situation where discussion is appropriate (writing an essay exam, for example). But if you can, do discuss your ideas with others. The discussion may well help you clarify your thoughts, finally, perhaps the most common way of getting ideas is reading about a subject. Reading what others have written can both acquaint you with other people's ideas and stimulate you to think of new ideas of your own. If you use reading and research to find ideas, be sure to read more than one text on the subject so that you will not become excessively influenced by one writer. Also, be careful not to present the ideas of another writer as your own.

Did any of your invention writing help you discover new ideas on your assigned subjects? Invention techniques can help you start writing. But they can also be used after you have started to write a draft. Feel free to use one or more of these techniques whenever you cannot think of anything to write. Whenever you need to generate more ideas as you begin a draft of a paper, in the middle of writing a draft,

or after someone has read and commented on a draft-use one or several of the techniques you practiced here to stimulate the flow of new ideas from your mind onto your paper.

#### References:

1. Anderson, Jeff. Everyday Editing: Inviting Students to Develop Skill and Craft in Writer's Workshop / Jeff Anderson. – Stenhouse Publishers, 2007. – 164 p.
2. Berne, Jenifer. The Writing-rich High School Classroom. Engaging Students in the Writing Workshop / Jenifer Berne. – The Guilford Press, 2009. – 166 p.
3. Hundarenko, O. Academic Writing for EFL Learners / O. Hundarenko. – Kirovohrad, 2004. – 118 p.
4. Smith, Brady. Proofreading, Revision and Editing Skills Success in 20 Minutes a Day / Brady Smith. – Learning Express, 2003. – 193 p.

#### **Ганна Удовіченко, Віта Тимченко. Способи визначення теми при написанні есе**

В статті розглянуто та проаналізовано різні способи визначення теми під час написання есе. Визначено різні шляхи устаткування теми, ідеї та плану майбутнього есе на етапі підготовки до його написання.

**Ключові слова:** есе, способи визначення, вільне письмо, список, питання, угруповання ідей, перезапис, призмування, планування.

УДК [37.02:378]:[81'35-028.42:655.535.5]

**Iryna Shevchuk**

teacher

Kryvyi Rih Secondary Specialized School

with depth study of English language

№107

### **ACADEMIC WRITING: PARAGRAPH STRUCTURE**

The concept of the academic writing, the paragraph structure, the main idea of academic writing, the patterns of a typical academic writing are shown in this article. The following assignments will give you practice identifying and extracting the paragraph structure of data.

**Key words:** audience, paragraph structure, academic writing, composition

The kind of writing you will do in this class is called academic writing because it is the kind of writing you do in college classes. Every kind of writing has a particular purpose and a particular audience. The purpose of academic writing is to explain something or to give information about something. Its audience is your teacher and your classmates.

What is a Paragraph?

A paragraph is a group of related sentences about a single topic. The topic of a paragraph is one, and only one, idea.

A paragraph has three main parts.

1. Topic sentence



The first sentence in a paragraph is a sentence that names the topic and tells what the paragraph will explain about the topic. This sentence is called the topic sentence.

## 2. Supporting sentences

The middle sentences in a paragraph are called the supporting sentences. Supporting sentences give examples or other details about the topic.

## 3. Concluding sentence

The last sentence in a paragraph is called the concluding sentence. A concluding sentence often repeats the topic sentence in different words or summarizes the main points. A paragraph is like a cheeseburger sandwich: two pieces of bread (the topic and concluding sentences) enclosing the filling (the supporting sentences).

- Topic Sentence
- Supporting Sentences
- Concluding Sentence

Each paragraph that you write for this class should also have a title.

A title tells the topic of the paragraph in a few words. A title is short. It is not a complete sentence. It may be just one word. Here are some examples of titles:

- My Classmate
- Friendship
- A Famous Soccer Player

In academic writing, there is a special form for paragraphs. When you write a paragraph, make it look like the one below. Here are the rules for correct paragraph form for handwritten paragraphs:

### 1. Paper

The three holes should be on your left side as you write. Write on one side of the paper only.

### 2. Ink

Use black or dark blue ink only.

### 3. Heading

Write your full name in the upper left corner. On the next line, write the course name and number. On the third line, write the date the assignment is due in the order month-day-year, with a comma after the day.

### 4. Assignment Title

Center the title of your paragraph on the first line.

### 5. Body

Skip one line, and start your writing on the third line.

### 6. Spacing

Leave a blank line between each line of writing. Your teacher uses the space between lines to mark corrections.

If you use a computer, make your paper look like this:

Here are the rules for correct paragraph form for a paragraph typed on a computer.

### I. Paper

Use white paper.

## 2. Font

Use a standard font style, such as Times New Roman. Do not use underlining, italics, or bold type to emphasize words. It is not correct to do so in academic writing.

## 3. Heading

Type your full name in the upper left corner. On the next line, type the course number. On the third line of the heading, type the date the assignment is due in the order month-day-year, with a comma after the day.

## 4. Assignment Title

Skip one line, and then center your title. Use the centering icon on your word processing program.

## 5. Body

Skip one line, and start typing on the third line. Indent (move to the right) the first line of each paragraph by using the TAB key. (The TAB key automatically indents five spaces.)

## 6. Spacing

Double-space the body.

Editing is what you do when you check your writing and correct and improve it.

Work by yourself or with a partner on this editing practice.

Step 1 Find the mistakes in the form of this paragraph.

Step 2 Copy the paragraph, it should be one paragraph.

Write a paragraph about the classmate you interviewed in the Prewriting Activity at the beginning of the chapter.

Step 1. Give your paragraph a title, such as "My Classmate" or "My New Classmate."

Step 2. Begin your paragraph with a topic sentence that tells your classmate's name and also describes his or her personality in general you may choose a word from the following list to describe your classmate's personality, or you may use a different word. Discuss the meaning of new words with your class:

- interesting
- friendly
- likeable
- talented
- serious
- energetic
- cheerful
- quiet
- outgoing
- soft-spoken
- fun-loving
- hard-working

Here are some examples of topic sentences.

My new classmate is an interesting young woman. My classmate is an energetic young man. My new classmate is a friendly person.

Do NOT tell a specific fact about your classmate in your first sentence. For example, do not begin your paragraph with a sentence such as my classmate is from China or my classmate is married.

Step 3. Write several sentences telling about your classmate. Use your notes from the chart on page 3 to make sentences.

Step 4. End your paragraph with a concluding sentence that tells how you feel about your classmate. I am happy to have Alex as my classmate. I think Amy and I will become good friends. I would like to play soccer with Tony after class some day.

Step 5. Check your paragraph.

First, read your paragraph to the classmate whom you wrote about. Then ask him or her to complete Reader's Response Is the information about you correct? Do you understand everything? What do you like the best about this paragraph? Write one positive comment. If your answer is no, what part(s) or sentence(s) don't you understand? If your answer is no, what is the correct information? Then decide together if you should make changes in your paragraph.

Second, check your paragraph against Writer's Self-Check Paragraph Form

My paragraph has a title. The title is centered. The first line is indented. There are margins on both sides of the page. The paragraph is double-spaced.

Organization

My first sentence gives my classmate's name and tells something about his or her personality. My supporting sentences give information from the interview questions.

My concluding sentence tells how I feel about my classmate.

Step 6. Write a neat final copy of your paragraph to hand in to your teacher. Your teacher may also ask you to hand in your prewriting and your other drafts.

#### **References:**

1. Irina Korotkina, Academic writing in Russia: Evolution or revolution? Social Science Research Network (SSRN), 2014, p. 6,
2. Suresh Canagarajah, Addressing issues of power and difference in ESL academic writing. In J. Flowerdew and M. Peacock (Eds.), Research perspectives on English for academic purposes. Cambridge, United Kingdom, Cambridge University Press, 2001, pp. 117-131.
3. John Flowerdew and Matthew Peacock, Research perspectives on English for academic purposes. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2001, p. 8.

#### **Ірина Шевчук. Академічне письмо: структура параграфа**

Концепція академічного письма, структура абзацу, основні ідеї академічного письма, зразки типового академічного письма наведені в цій статті. Наступні завдання дадуть вам можливість практикуватися у ідентифікації та виокремленні структури абзацу у даних прикладах.

**Ключові слова:** аудиторія, структура абзацу, академічне письмо.

**Ludmyla Sherstiuk**  
PhD, Associate Professor  
Petro Mohyla Black Sea National University,  
Mykolayiv, Ukraine

## **AFFECTIVE STRATEGIES IN FUTURE PHILOLOGY TEACHERS TRAINING**

The article deals with defining the phenomenon of affective strategies and highlighting their role in future philology teachers training. Some examples of putting affective strategies and techniques into practice of future philology teachers training are described.

**Key words:** affective strategies, teaching strategies, future philology teachers training, social emotional strategies.

The concept of "teaching strategies" is more frequently used nowadays in the context of language learning. The reason for this is the desire to find ways of improving the languages learning process, allowing to gain communicative independence, stimulating lifelong self-study. This trend is reflected in national educational regulations, which envisage formation of students' ability to develop and use strategies for educational and communication activities as a way to effectively deal with the educational and life problems. The State Standard of Secondary Education, Ministry of Education of Ukraine Guidelines on Teaching Foreign Languages accumulated such requirements to the strategic competence of students.

Affective strategies and techniques are also called strategies and techniques of emotional self-regulation, strategies handling emotional issues, social-emotional strategies. Affective strategies were studied by A. Cohen, M. Frohlich, P. Makintaiyer, J. O'Malley and A. Chamot, N. Neimann, R. Oxford, A. Schepilova, H. Stern, A. Todesko and others.

A. Cohen, J. O'Malley and A. Chamot, R. Oxford, H. Stern put affective (socio-affective) strategies into their classifications of language learning strategies as those used in the process of studying of language acquisition.

Having analyzed the works of the aforementioned scholars, we concluded that the main function of applying affective strategies is to overcome negative emotional states. For example, a student should cope with unjustified beliefs as to inability to master a particular aspect of language or speech activity, the futility of their educational efforts, inability to achieve proficiency that meets nominated requirements, etc.

A. Turula wrote that "students who do not use strategies and techniques of emotional self-regulation, rarely employ other strategies in learning a foreign language, and their learning style shifts to the reproductive side" [1, p. 31]. Thus, it is appropriate to train future philology teachers to develop their ability to apply affective strategies and techniques.

The development of students' ability to produce and use affective strategies and techniques as part of practical training in a foreign language must be didactically

appropriate training caused by the situation, which occurs as a response to identified problems of some type. In this case, teachers exercise two common methods of pedagogical influence:

- a discussion of causes and possible solutions to these problems;
- stimulation of students' responsibility by reminding them of the forms and methods of control.

N. Scherba states that there are two more effective ways of pedagogical influence in such situations. They are conversation and creation of a new cognitive situation [2, p. 67].

The aim of *conversation* is to appeal to the relevant educational experience of students, which can be either done independently and then presented in class or discussed in class at once. Here are some examples to reduce negative attitudes to perform complex tasks:

- start with a more complex and unpleasant task; leave more interesting and understandable work to do in the end or in breaks;
- create a "situation of success" where you perform another task easily without any difficulties; previous success helps to deal with the problem fruitfully;
- discuss your feelings with someone who has performed similar tasks;

To improve performance N. Scherba suggests:

- thinking about feelings, benefits, and profits which you can get if you succeed in work;
- organizing the workplace so that all necessary things would be "at hand" and job would cause satisfaction;
- making a list of necessary tasks, arranging them according to the degree of urgency, and complexity. Keep in mind that you should leave space for notes on the performance of each of them.

To overcome the stressful situation, which is related to the training, you can:

- discuss your feelings with a friend of yours. This will help to objectively evaluate the situation, better control your emotional state, and to develop a plan for further action;
- try to comprehensively evaluate efforts yourself and determine the effectiveness of the used methods of your activity.

If the enumerated strategies are evaluated as unsatisfactory by your teacher, it may be useful to take up the *creation of a new cognitive situation*. It invites students to improve their academic achievement through the use of affective techniques. It can be either the technique "Tick-tock" by the method of P. Lecky or "Pros and Cons" [2, p. 68-69].

Teachers and psychologists united in the social project "TKCalifornia" also researched the problem of using affective technologies in teachers training process and presented the results of their work in the following strategies to develop:

- 1) Relationships and Social Interactions with Peers
- 2) Social and Emotional Understanding
- 3) Conflict Negotiation (Problem Solving)
- 4) Child Regulates Emotions and Behaviors
- 5) Engagement and Persistence

## 6) Responsible Conduct

## 7) Integrated Approaches for English Language Development and Family Engagement [3; 4].

Children are more likely to develop positive relationships when teachers model appropriate social behaviors; provide opportunities for them to develop new social-emotional skills; give explicit guidance; offer curriculum that is engaging and relevant to children's lives and cultures; engage with parents in a two-way relationship to build children's social-emotional skills; and reflect an ethic of caring and nurturing.

To illustrate the productive philology teacher behaviors, we will provide some examples:

- When a philology teacher shows respect and values students' cultural and language backgrounds, reads additional materials about their national customs and traditions or asks about it, students understand and praise his/her attention;
- As a language teacher, he/she politely encourages students to act the same; but it does not mean that such peculiarities of language should not be taught – vice versa, but the manner of communication should be polite;
- A philology teacher stimulates critical thinking by reading texts and classical literature, asking questions, engaging students into discussions, encouraging empathic thinking, promoting confidence, and developing new skills, engaging them in problem solving, at the same time providing additional support to students experiencing unusual stress in their lives.

N. Scherba gives the following examples of affective strategies:

1. Reading literature on psychology for finding practical ways to solve their emotional problems in the context of language learning;
2. Logical introspection and revision of negative thoughts associated with learning or language learning;
3. The use of real or perceived positive pictures showing the results of specific training task;
4. Use of physical activity as a means of distraction from certain negative experiences related to learning;
5. Use of favorite music as a means of settings on the job or for relaxation and recreation;
6. Talk with others as to their experiences, anxieties and so on [2].

In summary, we note that future philology teachers should acquire the ability to effectively use learning the language strategies in their training. Besides, applying affective strategies and techniques helps to cope with their negative emotional states that arise in the process of learning a foreign language, and improve their own academic achievement. At the same affective strategies, equip future teachers with experiences of applying strategies to help their future students.

### References:

1. Turula A. Language anxiety and classroom dynamics: A study of adult learning // English Teaching Forum. – April, 2002. – P. 28-33.
2. Щерба Н. С. Афективні стратегії та прийоми в підготовці майбутнього вчителя іноземної

мови [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tkcalifornia.org/teaching-tools/social-emotional/teaching-strategies/>

3. [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tkcalifornia.org/teaching-tools/english-language-development/>

### **Людмила Шерстюк. Ефективні стратегії навчання майбутніх філологів**

У статті розглядаються визначення феномена ефективних стратегій та підкреслюється їх роль у майбутній професійній підготовці вчителів філологів. Описані деякі приклади введення ефективних стратегій і методів у практику підготовки майбутніх вчителів філологів.

**Ключові слова:** ефективні стратегії, стратегії викладання, майбутнє навчання вчителів філологів, соціальні емоційні стратегії.

# МОВА І ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

УДК 654.4-027.236:338.48(045)

**Valeriia Bero**

student

Donetsk National University of Economics and Trade

named after Mykhailo Tugan-Baranovsky

Kryvyi Rih, Ukraine

Scientific Supervisor: D. Furt

## OUTDOOR ADVERTISING AS ONE OF THE MOST AFFECTIVE KINDS OF ADVERTISEMENT IN TOURISM

The importance of outdoor advertising for making successful tourism business is exposed in the article. The increasing tendency of total international tourist arrivals, a brief history of the development, the main reasons of its usage, the most popular types and specificity of adverts are shown.

**Key words:** outdoor advertising, billboards, street furniture, transit, alternative forms of outdoor advertising.

Many outstanding authors devoted their works to such important and contemporary question as outdoor advertising. They are: J. David Lichtenthal, Vivek Yadav, Naveen Donthu, Edmond A. Bruneau, Aldridge.

At first, it is necessary to find out the meaning of the notion “outdoor advertising”. So, outdoor advertising is advertising on signs that are located outdoors in public places, often by the roadside. This type of advertisement is very effective because it is seen by everyone who leaves his/her house. Outdoor advertising media is also an excellent vehicle to reach a mobile consumer who spend more time travelling than staying at home. So, one of the most prominent and expensive forms of marketing is outdoor advertising.

In the age of information overload, properly formatted outdoor advertising campaign can help to build a brand and to increase sales. It proves that Street Advertising offers a perfect selling opportunity for advertisers [2].

Another point that must to be discussed is the significance of outdoor advertising in tourism because the link between tourism and outdoor advertising is strong. And nowadays tourism industry is appearing as one of the most rapidly growing industries. To reach inbound tourists effectively and to stimulate their consumption, advertisers have to understand the needs and media behavior of these visitors. Due to language barriers, such tourists are often uninterested in local TV and print media such as newspapers and magazines. Instead, they are more likely to be exposed to out-of-home media. Comparatively speaking, tourists are relatively ready to spend money as they are seeking food, attractions and cultural experiences on each day of their stay at a destination. Their readiness to spend can make tourists an important target of advertisers using outdoor media. Many advertisers use out-of-home media to stimulate immediate consumption. The tourism industry sees outdoor advertising as effective way to draw customers and generate sales. And as a result



one-third of outdoor ads support the tourism industry, a top employer in most states. Every day, state tourism boards, travel agencies, and travel-related websites have the opportunity to connect locally with prospective vacationers in a powerful and direct way. Outdoor advertising makes that connection possible.

“Outdoor” advertising includes all forms of advertising that provide exposure out-of-doors. These forms may be pictured, written or spoken. Outdoor advertising market consists of four major segments: billboards, street furniture, transit advertising and alternative media. Billboards are the predominant form of outdoor advertising. Billboards are our latter-day town criers that announce what's hot and what's not; they define the trends, anoint the celebrities and create the buzz. The principal aspects of its effectiveness are cost saving and greater market coverage. Billboards are surely an efficient method to publicize products and services anywhere and anytime. Generally, these boards are on display for about two-three months. This indicates that it reaches a larger audience for a longer period of time [4]. Billboards are a powerful way for tourist destinations to give a super-sized image example of what they can offer to their customers. Recently, the liberal use of electronics with “outdoor” has created “spectacular” billboards that are more like giant screen televisions, some even with sound. Spectacular Billboards and Wallsapes are grand in size and unique in scope and execution. They are typically located on highways or in dense commercial areas such as Times Square, Las Vegas, Atlantic City, and the Sunset Strip. Digital screens, 3-D embellishments, special lighting, electronic zippers, and moving parts are among the unique features that make a billboard “spectacular.” Wallsapes vary in size and are found on the facade of buildings that face a roadside or highway. They are also located in downtown shopping and business districts where traditional billboards are limited.

Street furniture also provides very interesting options for out-of-home media usage in tourism industry. Some of the most prominent forms of street furniture consist of bicycle racks, bus bench / bus shelter advertising, kiosks, sidewalk posters, shopping mall displays, in-store displays and one sheet posters. One of the most popular street furniture advertising is Bus Shelter Advertising. Following bus routes along major city thoroughfares and penetrating residential neighborhoods, Transit Shelter advertising can deliver mass exposure or be targeted to reach a specific audience. With magazine-quality reproduction, Shelters are great on-the-street advertising extension of print campaigns.

Bus stop advertising also provides coverage in areas zoned out to other media. Dusk-to-dawn shelter illumination of bus stop ads provides round-the-clock visibility to both vehicular and pedestrian traffic.

Then there is transit system of advertising, which is also a great pie of outdoor advertising. Transit Advertising is advertising on transportation vehicles such as buses, taxicabs, subways, commuter trains, rapid transit trains and ferries, as well as inside airports and other transportation terminals. Transit offers high frequency due to duplication of annual travel patterns because it follows the flow of people from the heart of the city to home, as well as to airports, convention centers, and shopping and entertainment districts. The strength of transit advertising is its constant ability to find a crowd.

Finally, there is an “alternative” form of outdoor media. This is probably the fastest evolving category and includes such options as trash receptacle advertising, airborne displays, digital displays, carton and cup advertising, movie theater advertising and stadium and arena displays. One of the most famous examples of this type is Electronic Billboard, which rotate images and advertisements, have made more space for travel agencies and resort owners to advertise what they have to offer without spending a fortune. Such billboards are the digital version of traditional billboard advertisements. These billboards display a variety of digital advertising messages. They are targeted because they provide advertisers with the opportunity to change advertising messages throughout the day. Digital billboards are cost-effective because several advertisers share the expense with rotating advertisements. They are flexible because new designs and advertising messages can be changed within a day or two [3].

Darren Leach, an experienced outdoor advertising professional who specializes in media planning, says that all outdoor advertising is not created equally and some strategies are more effective than others. He considers that tourism industry today faces a challenge of incorporating new information and communication technologies in the development of marketing strategies with client communication, including another effective way of using outdoor advertising known as Guerilla marketing tactic. These types of techniques are a bit unconventional, but they are also quite powerful. The best way to use guerilla marketing techniques is to put outdoor ads in such places, where they are least expected. It can be anywhere: from hiring street artists to draw outdoor ads with chalk around town or simply placing stickers (basically tiny billboards) in unique places. The aim is to reach the audience in places that they are not used to seeing ads, which increases the likelihood that they will absorb the intended messages.

Darren Leach also believes that although another marketing strategy named augmented reality is still a developing technology, it can already be used as part of an effective outdoor strategy in tourism. Augmented reality has been turning heads in the marketing realm as it has the potential to change the entire landscape of the advertising industry. Through augmented reality, companies are able to reach their audience across multiple platforms that inject a creative element of interactivity – enabling the advertisement to stimulate the consumer both physically and cognitively. While there is growing excitement over the future of augmented reality, it currently has some useful applications in regards to billboards [4].

An “oldie”, but still one of the best methods is known as outdoor advertising. Having existed for hundreds of years, it is equally effective in today’s age. Given all inventions of modern media, outdoor advertising signs have reached new technological peeks and attract a broader audience range than ever before. The global outdoor advertising worldwide is growing at a great pace and is expected to continue stable growth in the advertising industry, which is mainly due to increasing popularity of this segment in comparison with other segments of the advertising industry. Tourists represent an important market for many consumer goods and services. But as there are language barriers and lack of interest in local media, out-of-

home media is an important means for advertisers to attract their attention. So, outdoor advertizing can in fact reach tourists.

#### References:

1. Brown S. Out of home: Jack Sullivan Mediaweek. S. Brown. – 2002. – 45 p.
2. Goodgold E. J. The Great Outdoors / E. J. Goodgold. – 2003. – 82 p.
3. Hutt M. D., Speh T.W. Business Marketing Management / M. D. Hutt, T. W. Speh. – 2001. pp. 408-455.
4. Karen A. How effective are outdoor ads? / A. Karen // Financial Times Information, Global Newswire, Philippine Daily Inquirer. – 2003.

### **Валерія Бєро. Зовнішня реклама як один з найбільш ефективний видів реклами в туризмі**

У статті розглядається важливість зовнішньої реклами для створення успішного туристичного бізнесу; представлена зростаюча тенденція міжнародних туристських потоків, описана коротка історія розвитку зовнішньої реклами, розглянуті основні причини її використання та найбільш популярні її типи, а також окреслена специфіка даної реклами.

**Ключові слова:** зовнішня реклама, рекламні щити, вуличні меблі, транзитні, альтернативні форми зовнішньої реклами.

УДК 316.472.4-029:811.111-042.3:316.346.32-053.6(045)

**Данило Булгакін**

студент

Донецький національний університет економіки  
і торгівлі ім. М. Туган-Барановського

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: К. О. Новікова

### **ВПЛИВ АНГЛОМОВНИХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА МОЛОДЬ**

В статті розглянуто найпопулярніші англomовні соціальні мережі, їх позитивні та негативні сторони. Велика увага приділяється впливу соціальних мереж на молодь.

**Ключові слова:** соціальна мережа, Інтернет, Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Google Plus+.

Інтернет та соціальні мережі є неодмінною умовою існування сучасної людини. Вони є невід'ємною складовою життя і стали такі ж необхідні, як їжа чи сон. Особливо це стосується молоді, яка не бачила і не уявляє собі світу без електронного павутиння. З кожним роком значення соціальних мереж в житті пересічних громадян стає все більш і більш вагомим. Віртуальне спілкування майже замінило реальні зустрічі і знайомства. А додаткові ресурси, які пропонують відомі соціальні мережі, позбавило необхідності в таких речах, як читання книжок, подорожі і навіть міркування. Готові думки, стислі огляди подій, фото та відео у необмеженій кількості дозволяють людині зануритись у віртуальний світ, забувши про власне життя.

В даній роботі буде розглянуто існуючі англomовні соціальні мережі та проаналізовано їх вплив на молодь.

Питання впливу соціальних мереж є дуже актуальним в наш час, бо думки поколінь з цього приводу дуже різняться. Хтось вбачає в них можливість об'єднання людей з різних куточків світу, можливість спілкуватись з іноземцями, шукати нових друзів за кордоном, практикувати іноземні мови тощо. Інші вважають таке спілкування небезпечним і неповноцінним, шкідливим для соціального та психологічного розвитку особистості. Отже, актуальність даної роботи полягає у необхідності аналізу існуючих позитивних та негативних факторів впливу соціальних мереж на молодь, як найбільшу цільову групу.

За результатами численних досліджень було з'ясовано, що більше половини всіх користувачів Інтернету активно використовують соціальні мережі. Цей показник зростає з кожною хвилиною.

Поняття «соціальна мережа» з'явилося в 1954 році і нічого спільного з поняттям Інтернет не мало. Соціолог Джеймс Барнс ввів цей термін: «Соціальна мережа – це соціальна структура, що складається з групи вузлів, якими є соціальні об'єкти (люди, організації) і зв'язків між ними (соціальних відносин) [3].

У сучасному тлумаченні соціальна мережа – це будь-який Інтернет ресурс, який дозволяє користувачам створити публічну або напівпублічну групу, яка б мала певне коло інтересів і дозволяла членам цієї групи обмінюватись інформацією між собою. Іншими словами, соціальна мережа у всесвітньому павутинні будується на тих же принципах, що і в реальному світі, але відрізняється від реальних людських спільнот тим, що у функціонуванні мережі не грає ролі географічна віддаленість її учасників один від одного.

Одними з перших і найбільш популярних соціальних мереж, які почали свій розвиток в Україні були англomовні Інтернет ресурси. Ось кілька прикладів англomовних соціальних мереж, про які ми сьогодні поговоримо:

1. **Facebook** – протягом багатьох років Фейсбук невпинно утримує першу позицію за популярністю серед користувачів. За даними за березень 2015, у Facebook 1,44 млрд. активних користувачів на місяць. За результатами дослідження eMarketer, 51% із загального числа Інтернет – користувачів відвідує Facebook хоча б раз на місяць [5].

2. **Twitter** – соціальна мережа, назва якої в перекладі означає «цвірінькати» або «базікати». Відрізняється тим, що тут можна публікувати повідомлення – твіти, не більше 160 символів. Відправляти повідомлення можна як за допомогою браузера – в такому випадку це робиться безкоштовно, так і за допомогою телефону, відповідно, в такому випадку доведеться платити згідно з тарифом. Соціальна мережа була створена в 2006 році і на даний момент налічує близько 200 мільйонів користувачів з усього світу, в тому числі України, Росії і т. д. [5].

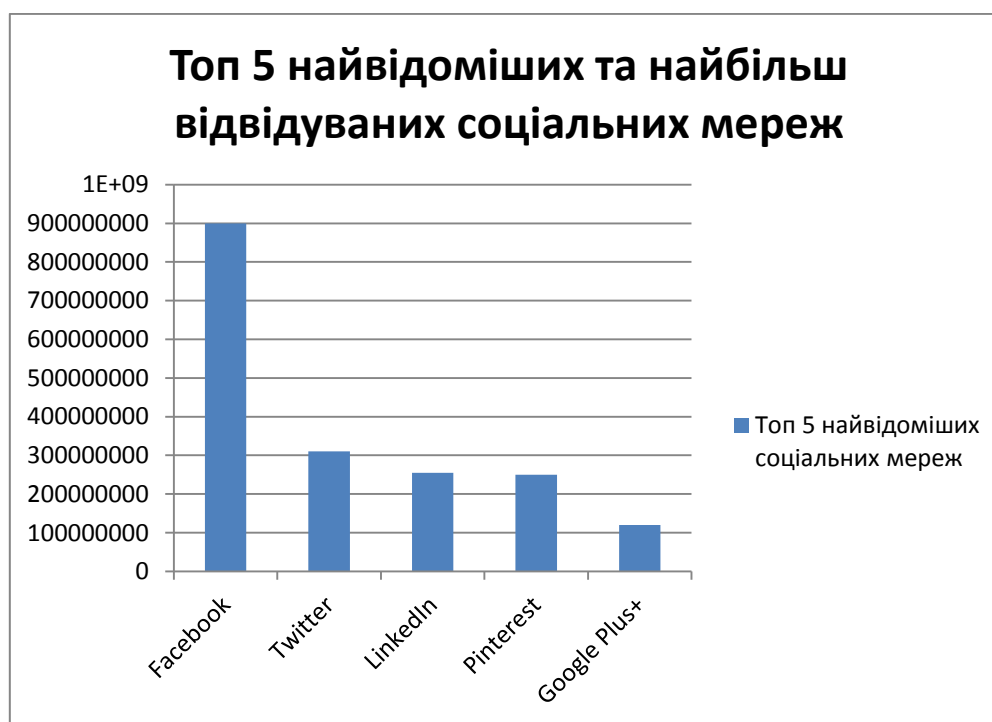
3. **LinkedIn** – це популярна соціальна мережа, корисна для розширення та встановлення професійних контактів. LinkedIn дає зареєстрованим користувачам великі можливості створювати та встановлювати ділові контакти для бізнес-комунікацій [5].

4. **Pinterest** – це сервіс, призначений для того, щоб додати в закладки різні зображення знайдені в мережі і організувати їх в тематичні колекції, свого роду інтерактивні альбоми, якими можна ділитися з іншими [5].

5. **Google Plus+** – принцип роботи мережі побудований на концепції кіл (circles), які допомагають максимально комфортним чином регулювати своє спілкування. Кожний користувач може створити довільну кількість кіл, додати необмежену кількість знайомих. Також він може встановити рівень приватності у кожному колі, визначаючи, яка інформація буде доступна кожному з них [4].

Проаналізувавши кількість користувачів різними соціальними мережами, можна зробити висновок, що близько 20 мільярдів людей у світі використовують ці п'ять соціальних мереж, які ілюструє Діаграма 1.

Діаграма 1.



Нажаль, користування соціальними мережами може мати як позитивні, так і негативні наслідки.

Серед негативних наслідків можна виділити наступні:

### 1. Відхід від реальності

Кожна людина звертається до соціальних мереж, щоб задовольнити певні потреби. Найбільш нагальна потреба – це спілкування. Велика завантаженість на роботі або навчанні, відсутність вільного часу або фінансових можливостей для реальних зустрічей з друзями підштовхує до спілкування у мережі. Віртуальні знайомі не знають, ким ти є насправді. Можна представитись бізнесменом або мандрівником, вигадати будь-який образ та будь-яку історію. Перевірити реальність розміщеної інформації дуже важко. Молодь вдається навіть до розміщення фейкових фото про відпочинок, зроблених на фоні фотошпалер або за допомогою Photoshop. Відбувається відхід від реальності, підміна реального існування на віртуальне. Але у реальному житті людина

залишається самотньою, на одинці зі своїми потребами. Нерідко надмірне захоплення спілкуванням у соціальних мережах приводить до психічних розладів. Людина стає асоціальною і не може вже нормально спілкуватись з іншими людьми.

Середня тривалість щоденного перебування в соціальних мережах серед молоді становить більше 3,5 годин. Це свідчить про те, що більшість вільного часу молоді люди проводять не в парку чи в кіно з друзями, а за екранами компютерів і телефонів.

## **2. Небезпечні знайомства**

Ця проблема є дуже актуальною в наш час, коли тероризм, крадіжки та різного роду афери очікують тебе майже на кожному кроці. Зокрема, терористичні угруповання, такі як ІДІЛ, користуються соціальними мережами для поширення своєї пропаганди, рекрутування нових членів та спонукання до автономного скоєння терористичних актів. Розміщені в соціальних мережах фото у власній квартирі, розповіді малознайомим людям про власний розпорядок дня або дорогі подарунки від батьків часто призводять до крадіжок.

Також викликають занепокоєння незнайомі люди, які можуть нашкодити підліткам, такі як сексуальні хижаки, яким легко вдається зв'язатися і розвивати відносини з підлітками через публічно розміщену інформацію в соціальних мережах.

## **3. Погіршення стану здоров'я**

Інтернет може мати негативний вплив на фізичне здоров'я підлітків, а час, проведений в Інтернеті, замінює час, необхідний будь-якій людині для виконання фізичних навантажень. Наприклад, типовий 15-річний американський підліток витрачає близько 6 годин в день, сидячи перед екраном комп'ютера, але менше однієї години в день витрачає на фізичне навантаження. Ожиріння, погіршення зору, викривлення хребта, психоемоційні хвороби – ось лише невеликий список хвороб, спричинених Інтернет залежністю. Часто підлітки жертвують годинами, відведеними на сон, для того, щоб поспілкуватись з друзями закордоном або переглядаючи новини чи відео в мережі. Це значно знижує працездатність, рівень концентрації та мозкової діяльності, що негативно позначається на результатах навчання чи роботи.

## **4. Необ'єктивність інформації**

Соціальні мережі, такі як «Facebook», «WhatsApp», «Twitter» «Instagram» дозволяють бути в курсі більшості подій, що відбуваються в житті ваших друзів, знаменитостей. Вивішені в альбомах фотографії з минулого дня народження, вдалої поїздки, фотосесії, красномовні статуси – все це може виявитися брехнею, якщо тільки їх не розмістив ваш реальний знайомий. Численні статті та повідомлення, розміщені на сторінках соціальних мереж, містять інформацію та поради з різних сфер життя. Наприклад, як швидше схуднути, народні засоби лікування, різноманітні товари, тощо. Часто ця інформація неправдива і в реальному житті призводить до численних проблем. Отже, довіряти всьому написаному чи побаченому в мережі категорично заборонено.

## **5. Відсутність індивідуальності**

Багато молодих людей стають заручниками віртуального іміджу. Мати зовнішність як у зірок, модний одяг та аксесуари стає важливішим у житті. Навіть думки інших людей використовуються як власні, що призводить до деградації особистості і повної відсутності індивідуальності. Часто такі люди не мають власної думки, висловлюються, цитуючи Інтернет статуси, чи схиблені на досягненні схожості з їх ідеалом.

Незважаючи на безліч негативних наслідків, соціальні мережі не набули б такого розвитку і популярності, якщо б не мали позитивних сторін. До них можна віднести:

### **1. Обмін інформацією**

Користувачів соціальних мереж приваблює можливість обміну будь-якими видами інформації і можливість спілкування з друзями, не зважаючи на відстань, час чи інші фактори. Соціальні мережі – це перш за все спосіб зв'язку, який економить кошти і час.

### **2. Саморозвиток**

Соціальні мережі можна використовувати як інструмент для саморозвитку. Тут можна дивитися пізнавальні фільми, слухати гарну музику, читати цікаві книги, вивчати іноземні мови. У соціальних мережах створені групи за інтересами, в яких можна знайти інформацію, що цікавить вас, наприклад, відео з заняттями по фітнесу чи з уроками гри на гітарі.

### **3. Майданчик для розвитку бізнесу**

Соціальні мережі надають безліч можливостей для розвитку власного бізнесу. Зокрема можна прорекламувати свій інтернет-магазин, студію веб-дизайну, рок-школу чи власні вироби хенд-мейд. Реклама може бути спрямована на цільову аудиторію і про ваш бізнес дізнаються люди, яких могла б зацікавити надана вами продукція або послуга. Можна відшукати тут нових клієнтів, збільшити лояльність постійних покупців. До того ж, на відміну від реклами в газетах чи на білбордах, можливості Інтернет мереж безмежні і ви можете запропонувати свій товар чи послугу будь-якій людині в будь-якому куточку світу.

### **4. Підвищення самооцінки**

Спілкування в Інтернеті здатне підвищити самооцінку людини і його значимість. Позитивні коментарі друзів, їх підтримка і заохочення спонукають людину до постійного розвитку. Хочеться виглядати краще, здивувати друзів яскравими подіями у житті, здобутками і власними результатами. Спілкуючись з друзями іноземцями почути, що ти досяг певного рівня володіння мовою, тощо. Головне не забувати, що це лише другорядне спілкування, а головне – це спілкування в реальному житті.

Але перш за все, потрібно знати міру і користуватися перевагами соціальних мереж з розумом. Немає нічого поганого в тому, щоб знайомитися і спілкуватися з новими людьми в соціальних мережах, можна знайти однодумців і поспілкуватися на спільні теми, знайти своїх родичів, слухати музику, дивитися фільми, вивчати мови, самовдосконалюватись.

Проаналізувавши вплив соціальних мереж на молоде покоління можна зробити висновок, що воно віддає перевагу англomовним соціальним мережам,

тому що вони більш популярні і більш розвинені для спілкування. Необхідно зазначити, що соціальні мережі займають все більше часу молоді, вони замінюють реальне спілкування та хобі. Слід розуміти, що соціальні мережі найчастіше погано впливають на навчання і сам процес навчання, але бувають і винятки. Тому слід контролювати кількість часу, який витрачається на Інтернет. Залежність від соціальних мереж стала глобальною проблемою. Методами боротьби із залежністю є відключення і закриття соціальних сайтів. Хочеться відзначити, що молодь у своїй більшості не вважає, що соціальні мережі відволікають їх від важливих справ, а навпаки впевнені, що ті допомагають їм зробити це саме життя набагато простішим і комфортнішим. Головним, що треба пам'ятати це те, що у всьому потрібно знати міру.

#### Список використаних джерел:

1. Влияние социальных сетей на молодежь [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ornatus.ru/ready\\_works/sotsiologiya/vliyanie-sotsialnykh-setey-na-molodezh/](http://www.ornatus.ru/ready_works/sotsiologiya/vliyanie-sotsialnykh-setey-na-molodezh/).
2. Социальные сети: плюсы и минусы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://webakula.ua/2013/05/socialnye-seti-plyusy-i-minusy/>.
3. Социальные сети и их влияние на молодежь [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-i-ih-vliyanie-na-molodezh>.
4. Google + , что это такое и зачем нужно? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://askpoint.org/google-plus-chto-eto-takoe-i-zachem-nuzhno/>.
5. 10 самых популярных социальных сетей в мире [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vestifinance.ru/articles/17790>

#### **Danylo Bulhakin. The impact of social networking sites on young people**

The present article deals with the most popular English-speaking social networking sites, their advantages and disadvantages. The great attention is paid to the impact of social networking sites on young people.

**Key words:** social networking site, Internet, Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Google Plus+.

УДК 811.111-054-051:37.016:811.111(045)

**Альона Журко, Віктор Барановський**

студенти

Донецький національний університет економіки

та торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського

Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: Д. В. Фурт

### **ВПЛИВ СПІЛКУВАННЯ З НОСІЯМИ МОВИ НА ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ**

У статті розглядається те, як впливає спілкування з носіями мови на вивчення англійської мови. Пояснюється чому саме таке спілкування на сьогодні набуває популярності. Наводяться переваги та недоліки вивчення мови за комунікативною методикою.

**Ключові слова:** носій мови, комунікативний метод, розмовна англійська мова, лінгвістика.



У сучасному житті знання іноземних мов робить людину успішною та дає змогу реалізувати себе як особистість. Зараз не обов'язково бути поліглотом і володіти безліччю мов, щоб мандрувати світом і не відчувати незручностей у спілкуванні. Варто знати лише англійську мову на достатньому рівні, щоб відкрити перед собою широкі перспективи.

У нашій країні знання англійської в кілька разів підвищує шанси на отримання високооплачуваної роботи або можливості навчання чи працевлаштування за кордоном.

Способів поринути з головою у світ англійської мови – дуже багато. Дієвим способом вивчення вважається спілкування з носіями мови. Їх можна знайти або на курсах, де вони періодично викладають англійську, або у мережі Інтернет.

Носій мови – це представник мовної спільноти, який володіє нормами мови, активно вживаючи цю мову у різних побутових, соціокультурних, професійних сферах спілкування [4]. Спілкування з носіями це хороша мотивація для того, щоб прискорити вивчення мови та усунути мовний бар'єр, адже коли твій співрозмовник тебе не розуміє ти докладаєш більше зусиль для того щоб заговорити на зрозумілій йому мові.

Тож метою роботи є аналіз впливу спілкування з носіями англійської мови на її вивчення.

Перш за все, звернімо увагу на поняття «мовний бар'єр». Мовний бар'єр – це вираз, що означає наявність труднощів у спілкуванні людей, які належать до різних мовленнєвих груп. Це явище вперше охарактеризували викладачі іноземних мов, побачивши, що у їхніх учнів виникають проблеми зі спілкуванням іншою мовою.

Більшість людей, які вивчають іноземну мову, зіштовхуються з цим явищем. Воно заважає вільно спілкуватися іноземною мовою, через нього люди втрачають впевненість у собі, воно стає перепорою у нормальному спілкуванні між мешканцями різних країн. Тож подолання мовного бар'єру є одним із ключових завдань при вивченні іноземної мови.

Володіння англійською мовою передбачає можливість правильно писати, розуміти й коректно висловлюватись. При виборі курсів або шкіл англійської мови, не варто звертати увагу лише на кваліфікованість викладачів, треба робити ставку також на наявність носіїв мови. Проте не варто звертати увагу тільки на них і вибирати курси, де викладають тільки носії мови, оскільки в такому спілкуванні є як плюси, так і мінуси.

Серед плюсів навчання на курсах, де викладають лише носії мови є те, що це можливість познайомитися ближче з культурою мовлення певної країни. Починаючи спілкуватися з англійським викладачем, кожний студент відразу отримує потужний стимул для подальшого розвитку своїх знань на заняттях. Це дозволяє «випробувати на міцність» отримані теоретичні знання та навички. Спілкування з носієм мови, на думку Є. Пассов, – це свого роду стресова ситуація, яка загострює всі почуття, здібності та можливості. Саме за таких умов починають розмовляти чужою мовою люди, які опинилися за кордоном без достатнього рівня підготовки. Розмовні заняття миттєво виявляють сильні

та слабкі сторони студента, рівень його знань, а також ті моменти, які слід доопрацювати. Усвідомивши, що досягнуто розуміння з боку англомовних викладачів, студенти роблять різкий ривок у навчанні [3].

Одним з популярних, ефективних і найбільш прогресивних методів вивчення англійської мови на сьогоднішній день являється комунікативний метод. Основним його прийомом є імітація ситуацій з реального життя, покликаних стимулювати студентів до активного говоріння [5].

Комунікативний метод з'явився в 60-70-х роках в Британії, коли англійська мова поступово почала набувати статусу мови міжнародного спілкування. Основною причиною утворення цього методу був новий контингент учнів – це люди, що розглядають англійську мову, в першу чергу, як засіб комунікацій. Вони потребували не глибинного та системного вивчення мови, яке пропонували традиційні академічні програми, а можливості негайно застосовувати отримані знання на практиці [2].

За комунікативного підходу студенти засвоюють лексико-граматичний матеріал і опановують навички й уміння іноземної мовленнєвої діяльності в процесі активного спілкування, взаємодії під час виконання навчальних завдань. В основі такого підходу, його результативності лежить створення навчальних ситуацій, що викликають інтерес, захоплення, відбивають систему стосунків тих, хто спілкується. У процесі навчання моделюються певні ситуації – побутові, офісні, особисті, виробничі. Це захоплює набагато більше, ніж традиційні методи навчання. Ефективність проявляється в тому, що студенти відразу починають не тільки розмовляти, але навіть думати англійською мовою [5].

При спілкуванні з носіями мови у студента з'являється справжній, правильний акцент.

З викладачем, котрий являється носієм мови швидше виникає контакт та знімаються мовні бар'єри. Студентам не доводиться замислюватися над тим, чи правильно вони задали питання чи побудували речення, адже все, що проходиться на практиці спілкування з носієм засвоюється краще ніж за стандартних методів вивчення мови. Люди, вивчаючи мову за допомогою спілкування з носіями стають більш розкритими та швидше вникають у розмову [3].

Говорячи про негативні моменти вивчення мови з її носієм, необхідно наголосити, що відмовлятися від традиційних методів повністю не можна. Не кожен носій мови, який здатний працювати за комунікативною методикою, є досвідченим лінгвістом і талановитим викладачем, спроможним дати усі знання структурно та зрозуміти студентів.

Недоліком у такому обмеженому вивченні, як правило є те, що викладачі не можуть пояснити фонетичні особливості вимови звуків, а тому не виправляють їх у студентів, які не мають здібностей до мов. І таких викладачів досить багато.

Перш ніж починати спілкуватися з носіями мови, необхідно отримати базові теоретичні знання. Спочатку необхідним є вивчення основ граматики, а потім вже накопичення лексики. В протилежному ж випадку рівень володіння

мовою залишиться тільки розмовним. Це являється неприпустимою помилкою, тому що в багатьох випадках таких знань для володіння англійської на достатньому рівні замало.

Спілкування з носіями мови є доречним вже тоді, коли студенти мають певні знання. При нульовому рівні підготовки студента спілкування виявиться марним, оскільки основна маса викладачів не має спеціальних знань у галузі лінгвістики й не володіє в належній мірі рідною мовою учнів.

Таким чином, заняття з носієм мови рекомендується починати приблизно на середньому рівні підготовки лише для того, щоб:

- безпосередньо дізнатися про культуру поведінки представника іншої країни;
- покращити вимову;
- досягти розуміння вживання неформальних оборотів мови;
- подолати мовний бар'єр.

Після певної періоду вивчення англійської, почавши розуміти письмову мову, кожен студент переходить на вивчення розмовної мови. Звичайно, в мовному середовищі це відбувається швидше, але до вибору курсів, де пропонуються заняття з носіями мови слід дуже ретельно підходити. Адже у більшості випадків викладачі приїжджають в Україну лише заради того, щоб просто заробити гроші, не піклуючись про результати своєї діяльності [1].

Вибираючи такі курси, варто поцікавитися, чи є у викладачів сертифікат. Найпрестижнішими серед міжнародних вважаються сертифікат CELTA і Trinity TESOL. Важливий і викладацький стаж носія мови. Бажано відвідати одне з його занять, щоби зробити вірні висновки.

Багато фахівців у галузі лінгвістики схиляються до того, що навчання в талановитого, досвідченого українського викладача, який відмінно володіє англійською мовою, набагато ефективніше, ніж пряме спілкування з носієм мови, який не має спеціальної підготовки та відповідної освіти. Із цим складно погодитись повністю. Спілкування з носіями мови корисне для отримання навичок сприйняття мови на слух. Ще більш корисним буде спілкування із представниками різних регіонів і соціальних груп. Це особливо важливо для тих, хто вже володіє мовою на достатньому рівні, але має певний психологічний бар'єр. У будь-якому випадку, вибір завжди залишається за студентом.

Виходячи з вищевказаного можна дійти висновку, що носії мови позитивно впливають на вивчення англійської. Підвищуючи рівень знань за рахунок спілкування вони стимулюють студентів до стирання мовних бар'єрів, таким чином, призводячи до більш ширшого розуміння та використання даної мови. Але без певних базових знань з письма та граматики такий метод вивчення не досягне ефективності. Тому до вивчення англійської слід відноситися дуже уважно, та в першу чергу правильно розставляти пріоритети та продумувати послідовність вивчення матеріалів.

### Список використаних джерел:

1. Визначення поняття «носії мови» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Носій\\_мови](https://uk.wikipedia.org/wiki/Носій_мови).
2. Зимова І. А. Психологічні аспекти навчання говорінню іноземною мовою / І. А. Зимова. – М., 1989. – 222 с.
3. Комунікативний метод вивчення іноземних мов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://studopedia.com.ua/1\\_275197\\_komunikativniy-metod.html](http://studopedia.com.ua/1_275197_komunikativniy-metod.html)
4. Рахманов І. В. Основні напрями у комунікативній методиці викладання іноземної мов в ХІХ-ХХ ст. / І. В. Рахманов. – М., 1972.
5. Пассов Є. І. Комунікативний метод навчання чужомовному говорінню / Є. І. Пассов. – М., 1985. – 208 с.

### **Alona Zhurko, Viktor Baranovskyi. The influence of communication with native speakers on learning English**

The influence of communication with native speakers on learning English is described in the article. The reasons of population of this kind of learning English are disclosed. The advantages and disadvantages of communicative method of learning English are listed.

**Key words:** native speaker, communicative method, informal English, Linguistics

УДК 659:811.111:316.772-022.218(045)

**Андрій Кульпанов**

студент

Донецький національний університет економіки

і торгівлі ім. М. Туган-Барановського

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: К. О. Новікова

### **РОЛЬ АНГЛОМОВНОЇ РЕКЛАМИ В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

Стаття присвячена ролі англomовної реклами в українських засобах масової комунікації та її основним принципам, висвітлюється поняттєвий зміст міжнаукового інтернаціонального терміну «комунікація».

**Ключові слова:** комунікація, засоби масової комунікації, «Україна speaking», реклама.

У зв'язку зі зростаючою проблемою вживання та використання англійської мови у суспільстві, 2016 рік було названо роком англійської мови в Україні. Відповідний Указ підписав Президент Петро Порошенко на підтримку національної програми вивчення та популяризації іноземних мов «Україна speaking». На початку року в рамках програми стартувала однойменна соціальна інформаційна кампанія, метою якої є актуалізація проблеми недостатнього знання іноземних мов українцями та привернення уваги молоді до цього [5].

«Україна speaking» – це національна програма, що координується командою GoGlobal та підтримується низкою партнерів, серед яких Президент України, Міністерство освіти, Міністерство закордонних справ, Британська

Рада в Україні та інші. Особливу підтримку в реалізації інформаційної кампанії надало Посольство Сполучених Штатів Америки в Україні.

Однією з ключових проблем, яку б хотіли розв'язати за допомогою програми «Україна speaking», це поширення англійської мови через засоби масової комунікації (ЗМК), адже саме вони на сьогоднішній день є найпоширенішим джерелом англійських текстів, для розуміння яких необхідно вивчення англійської мови.

Питання про те, чи насправді ЗМК мають такі необмежені можливості впливу на свідомість людей, залишається відкритим і на сьогоднішній день.

Метою даної роботи є аналіз ролі англомовної реклами в ЗМК. Також у роботі проаналізовано застосування англійської мови в українських ЗМК та розбір її основних принципів, висвітлюється поняттєвий зміст міжнаукового інтернаціонального терміну «комунікація».

У XXI столітті, у час сучасності, слово «комунікація» знайомо майже кожній людині. Поняття слова комунікація знаходиться на межі декількох наук, а саме економіки (розділу «Маркетинг»), філософії, лінгвістики та соціології, кожна з яких дає своє визначення цьому явищу.

Комунікація (від лат. communication – повідомлення, передача) – це обмін інформацією між людьми за допомогою слів, букв, символів, жестів, через які висловлюється відношення одного співрозмовника до знань і розумінь іншого, досягається довіра і взаємосприйняття поглядів [5].

З точки зору маркетингу – це процес передачі інформації про товар або підприємство з метою впливу на цільову та інші аудиторії, і отримання зустрічної інформації про реакцію цих аудиторій на здійснений підприємством вплив [1].

Розробкою цього поняття займалися: Г. Верніков, В. Ланкіна, Н. Мелентьева та багато інших. К. Беррі, А. Полуфорд та П. Сміт розглядали маркетингові комунікації як інструментарій на одному ряду з персональним продажем, спонсорством, виставками, фірмовим стилем, упаковкою, словесними повідомленнями (world of mouth), Інтернетом та ін.

У контексті філософської науки комунікацію розглядають як спілкування, входження у взаємини на основі та за допомогою різних засобів людської взаємодії. Світу відома теорія К. Ясперса, також цією темою займалися К. Пігров, І. Романенко [3].

З точки зору соціальної діяльності – це така комунікативна діяльність людей, яка обумовлена цілою низкою соціально значущих оцінок, конкретних ситуацій, комунікативних сфер і норм спілкування, прийнятих у даному суспільстві. Цю тему розглядали: В. Кир'янов, В. Конецька О. Сергеева [2].

А. Суханов вважає, що термін «засоби масової комунікації» більш широкий за змістом і включає в себе сукупність людей і технічних засобів, які здатні створювати і передавати різного роду інформацію (політичну, наукову, пізнавальну, культурну) найрізноманітнішим аудиторіям, що знаходяться в найрізноманітніших просторово-часових і соціально-демографічних умовах. А термін «засоби масової інформації і пропаганди» має деякий політичний і класовий зміст на відміну від об'єктивістського підходу західних соціологів [6].

Проаналізувавши наведені вище поняття «комунікація», спробуємо дати робоче визначення цьому терміну: комунікація – це певний процес обміну інформацією між двома або декількома особами, за допомогою вербальних чи невербальних засобів з метою отримання або передачі інформації.

Засоби масової комунікації мають певне призначення в суспільстві і задовольняють певні потреби. Основною функцією ЗМК є здатність задовольняти потреби людини, як особистості, як члена тої чи іншої групи та формування громадської думки.

Мова і засоби масової комунікації націлені задовольняти потреби певної аудиторії, яка має бажання та інтереси до певної інформації. Це потреба в інформаційному зв'язку з навколишнім середовищем, приплив інформації, потреба в розвагах, у відверненні (тобто відхід від загальних положень, буденності). Безперечно, людина може слухати англійські тексти, радіо, і хоч якийсь відсоток іноземних слів, словосполучень буде відкладатися у пам'яті людини.

Потреба в англійському інформаційному зв'язку необхідна людині, тому що за допомогою англійської мови і ЗМК людина орієнтується в сучасній ситуації, поліпшує і збільшує свій кругозір, у певній мірі підвищує свій інтелектуальний рівень, деякі люди підвищують свій професійний рівень.

На базі багатьох досліджень, які були проведені, було зроблено висновок, що мова засобів масової комунікації є одним із важелів впливу на мовну свідомість громадян та її формування.

В останні десятиліття інформаційні засоби зазнають істотних змін внаслідок поширення супутникового зв'язку, радіо, кабельного телебачення, а також інформаційних індивідуальних носіїв. Як показує практика, найбільш масовий і сильний вплив надають: телебачення, радіо, реклама та Інтернет. Вони висвітлюють суспільні проблеми, дають можливість людям пізнавати, відкривати щось нове, усвідомлювати та накопичувати корисну інформацію.

Одним з найбільш яскравих прикладів такого впливу на підсвідомість людини неодмінно є реклама. Прослуховуючи рекламні повідомлення на англійській мові, які останнім часом заповнили мережі, людина мимовільно запам'ятовує фрази, окремі слова та їх поєднання, що сприяє вивченню іноземної мови в цілому, пробуджує інтерес до ширшого розуміння англійських текстів.

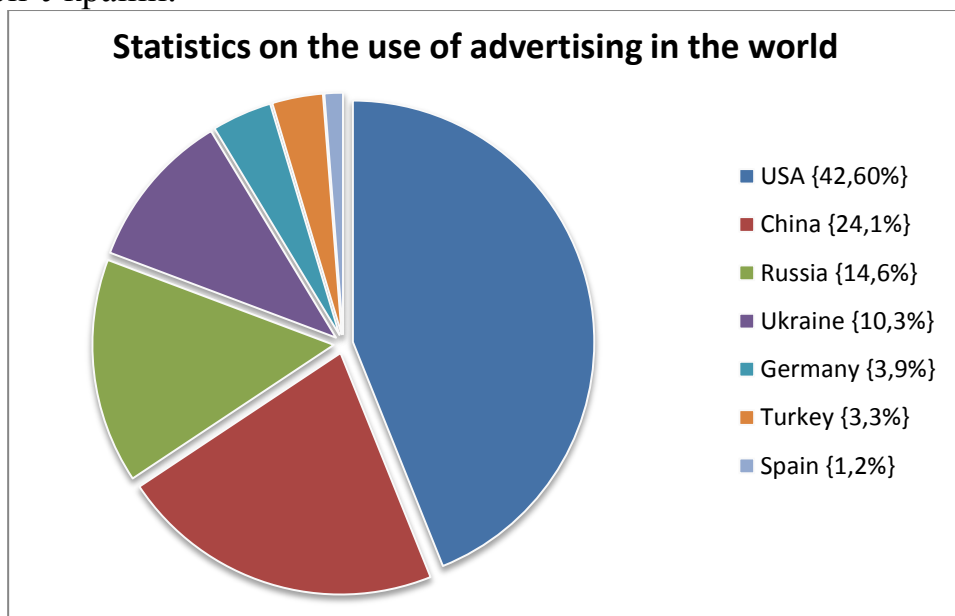
Стиль англійської реклами має досить солідну традицію як дослідження, так і створення у житті українського суспільства. Основні напрями у розвитку світової реклами, були закладені у першій половині ХХ століття видатними діячами рекламної індустрії Д. Огілві (Велика Британія), Р. Рубікамом і Л. Барнетом (США). Проте в Україні англійська реклама, яка була спрямована на зміни у поведінці споживача, почала розвиватися лише у середині 90-х. Саме упродовж певного періоду зіставлення текстів англійської та української реклами почала відображатися певна специфіка стилістичних форм у двох лінгвокультурних просторах.

Якщо казати про лінгвістичні чинники створення англійської реклами, то порівняно з українською, є декілька аспектів: таких як довжина слова, сталість форми, багатозначність виразу, що обумовлена аналітичною побудовою мови.

Поряд із лінгвістичними чинниками, варто виділити культурні. Вони зумовлені і орієнтовані з інтересами цільової аудиторії. Кожна етнічна спільнота має свої стереотипи, звички і традиційні національні цінності, співставлення стилістики англомовних та україномовних рекламних текстів означає аналіз ментальних особливостей споживачів, що належать до різних етнокультурних середовищ. Одним з мотиваційних аспектів в англо-американських рекламних текстах виступає характеристика особистості або самого потенційного покупця, або людини, для якої цей товар може стати тим подарунком, котрий саме таким чином висвітлить неповторну індивідуальність його власника. Саме це є плюсом, саме це викликає та надає українському покупцеві бажання та зацікавленості у придбанні того товару, що висвітлює реклама.

Варто відмітити, що українська реклама на сьогоднішній день має достатньо високий розвиток, майстерність і унікальність, що аж ніяк не поступається англомовній рекламі.

У наведеній таблиці можна спостерігати відсоткове відношення реклами у світі. США – це центр світового креативу, де знаходяться штаб квартири найбільших холдингів з центральними офісами в Нью-Йорку. Україна посідає 4 сходинку у цьому списку, тобто розвиток реклами в США значно вищий, аніж на території України.



Суть саме цієї проблеми полягає у іншому. На території України ця проблема є досить актуальною. Люди, які звикли жити у радянському суспільстві, вважають, що окрім державної мови більше нічого не потрібно. Але йде час, все вдосконалюється, змінюються пріоритети, погляди людей на життя, і постає актуальність у вивченні європейських мов. Варто відмітити, що англійська мова є головною мовою у Європі, і вивчення її є досить актуальним

завданням кожного громадянина . ХХІ століття – століття сучасних технологій та інформаційних процесів. І коли у державі, у суспільстві йде мова про Україну як європейську державу – вивчення англійської мови є найважливішим фактором.

Добрий рівень знання англійської мови має стати програмою мінімум для сучасного молодого українця. Більшість населення України вважає, що англійська мова їм не потрібна, а тим паче розповсюдження англійської реклами на території України.

Деякі просто вважають це не актуальним. «Мені не потрібна англійська» – саме такі біл–борди з саркастичним змістом мають можливість бачити українці на вулицях. «Незважаючи на початок нової епохи, багато хто відмовляється від вивчення іноземних мов. Саме це небажання йти в ногу з часом і стане головним каменем спотикання в майбутньому – тим, через що в недалекому майбутньому, складніше буде знайти хорошу роботу, вільно подорожувати або спілкуватися» [7].

Якщо об'єктивно оцінити ситуацію, то англійська реклама хоч і повільно, тому що населення просто не розуміє та не має бажання розуміти англійську, але впевнено крокує у світ інновацій. Це шлях є правильним. Адже у роботі, під час подорожі, у випадку, коли до вас звернувся турист, або ще щось, саме знання англійської стане вам у нагоді. Якщо ж люди так впевнені у непотрібності використання англійської реклами, брошур, повідомлень – тоді зі впевненістю можна сказати, що люди не використовують всі свої життєві можливості.

В Україні дуже низький рівень розвитку англійської реклами. Можливо ще однією з причин є те, що українські видання перешкоджають потраплянню на біл–борди, афіші, тощо англійської мови взагалі, виходячи з того, що це їхні кошти, а англійську мову мало хто розуміє, і виходить що ця реклама буде не актуальною. Наразі все перебуває на досить критичному рівні і потребує негайного втручання з боку держави, саме вона може вплинути на розвиток англійської в Україні, навіть саме звичайне, що можна організувати, це: курси з англійської, тренінги, розважальні програми, загальна підтримка і розвиток!

Хочеться сказати, що починати потрібно кожному з себе. Варто лише зрозуміти важливість, актуальність, потребу. Це ніяк не шкодитиме здоров'ю, ніяк не буде займати багато часу на вивчення англійської, а у майбутньому стане великим плюсом у багатьох ситуаціях . Оновлення суспільства, очищення думки від застарілих схем, прояв доброзичливості і людяності, чесності і порядності – процес досить тривалий. І роль англійської реклами в українських ЗМК значна. Це і є оволодіння сучасним мисленням. Це ще раз свідчить про актуальність досліджуваної проблеми, про те, наскільки гостро в епоху інформаційного суспільства стоїть проблема впливу англійської на суспільну свідомість, і як наслідок, викривляє процес формування громадської думки через не завжди правильні механізми та методи цього впливу.



### Список використаних джерел:

1. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Перевод с англ. под ред. С. Г. Божук. – СПб : Питер, 2001.
2. Кузьмин В. П. Системный подход в современном научном познании / В. П. Кузьмин. – Вопросы философии. – № 1. – 1980.
3. Онуфрієнко Г. С. Риторика: [навч. посібник для ВНЗ] / Г. С. Онуфрієнко – К. : Центр навчальної літератури, 2008. – 592 с.
4. Суханов А. П. Проблемы эффективности массовой информации и пропаганды: (На материале Алтайского края): Автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.620. – Томск, 1972. – С. 12.
5. Промова Президента України П.Порошенка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://chas-z.com.ua/news/29947>.
6. Рутьєв В.А. Комунікації у менеджменті. Бібліотека українських підручників [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://libfree.com/154960522\\_menedzhmentkomunikatsiyi\\_menedzhmenti.html](http://libfree.com/154960522_menedzhmentkomunikatsiyi_menedzhmenti.html).
7. Українська правда [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://life.pravda.com.ua/society/2016/01/27/207229/>.

### **Andrii Kulpanov. The role of English advertising in Ukrainian mass media**

The present article deals with the role of English advertising in Ukrainian mass media and its main approaches, the conceptual content of interscientific international term «communication» is stated.

**Key words:** communication, mass media, «Ukraine speaking», advertising.

УДК [78-029:811.111]:[37.016:811.111](045)

**Diana Mykhailych**  
student

Donetsk National University of Economics and Trade  
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky  
Kryvyi Rih, Ukraine  
Scientific Supervisor: D. Furt

### **THE INFLUENCE OF ENGLISH-LANGUAGE MUSIC ON ENGLISH LEARNING**

The music influence on learning English is disclosed and main aspects of music influence on the definite language are discovered (on example of rep music).

**Key words:** telecommunication technologies, music, foreign language, songs, musical compositions, hip-hop, slang, grammatical deviations, lexical deviations, language norms.

Twenty-first century is characterized by the rapid development of telecommunication technologies and it is not surprising that today nobody can imagine his/her life without music. Besides, currently, the role of foreign language much increases in all spheres of human activity. Therefore English became a global music language.

And confirmation of this is European global annual song contest “Eurovision”. According to its official website ([www.eurovision.tv](http://www.eurovision.tv)), most of the songs over the last decade were performed in English. In 1982 only three songs in English were performed, while in 2011, only three songs were not performed in English.

Therefore, the aim of this work is to study the influence of English music on the level of the English language knowledge and correctness of its pronunciation.

Well-known educator John Amos Comenius wrote that a person who did not know music is practically the person who did not know letters. It is really true, as music – the strongest mental stimulus, penetrating into the depths of consciousness, – is one of the most effective ways to influence on the feelings and emotions of people.

Despite the fact that all people have different musical preferences, there is nobody who does not listen to music, as music can be a background during any type of activity, this is an art, which we face with every day.

Almost all teenagers like to listen to music. When watching the teenagers on the street, in transport, in the classroom, it can be noticed that they listen to the music everywhere and always. It helps to do one's work more effectively or just relax with favorite music. People do not notice that they gradually internalize the correct pronunciation or idioms.

English learning process is much easier with a help of music. We like to listen to music, we want to go deep into its meaning, to sing along with the singers, thus increasing our vocabulary and improving pronunciation without any efforts.

It is important to note that such learning way is suitable for those who knows English at the Pre-Intermediate level. In other way the song would be like a bird's singing: very nice, but without understanding any word.

During the analysis of the English songs it is desirable to see the lyrics of the song, the translation, the phonetic transcription of new words. And after reading them once, after listening to the song, the half of the words undoubtedly might be appeared in mind.

To find any song information is not difficult, because now you can find everything in the Internet: to identify the performers to the musical direction, musical articles, reviews, dictionaries of musical terminology and musical slang, concert recordings, interviews and lyrics.

Modern English musical compositions are characterized by the following items:

- the texts mostly contain only the most modern and commonly-used vocabulary, in the texts there are a large number of colloquial words or expressions, slang and acronyms;
- simplified syntactic structures and grammatical constructions;
- a large number of synonyms and emotionally colored vocabulary.

It should be noted that in most musical genres there is a musical jargon. Lines from songs are an excellent example of using any lexical unit in modern speech. For example, currently there is the tendency to simplify grammar, so it is easy to process it and syntax structures during the listening to musical compositions.

Now hip-hop is becoming more and more popular and hip-hop slang has a significant influence on the English language.

Hip-hop is a contemporary music direction. Rap artists raise critical questions, talk about problems of society. Run-D. M. C. and Public Enemy were the first ones, who put forward social protest – they talked about inflation and unemployment. In the 90s gangsta-rappers 2Pac, Dr. Dre, Snoop Dogg, N. W. A. began to speak about

real life in "black" quarters, about political problems, and they changed the idea of music.

The main and most important is the fact that hip-hop representatives have enriched the English language: they create many new meanings of words, a lot of new terms and acronyms, many phrases from their songs are cultic.

Slang has artistic features, as a person who uses it, acts non-standard, extraordinary, he invents and uses new, bright and ingenious vocabulary.

In hip-hop slang lexical and grammatical units are reinterpreted and transformed, and they often do not correspond to the generally conventional language norms.

It is important to specify that there are two types of deviations from the norms: grammatical and lexical.

Grammatical deviations from the norms [1] are double denial; incorrect use of the article; the ending *-s* after nouns plural or pronouns *we*, *you*; the absence of the letter *g* in ending *-ing* [2]; changing letter *S* to *Z* in the word endings with changing of the word meaning (*boys* – *мальчики*, *boyz* – "братва") [3]; the use of personal pronoun (*them*) after the noun which it indicates; the word order in the general questions; double comparison of adjectives (*a more larger list*, *the most biggest star*).

Lexical deviations from the norms [1] are the usage of such revolutions as "and all" (*и все прочее*, *и все такое*), which is unacceptable for literary or business style (*they're nice and all* – *они хорошие и все такое*, *he loved him and all* – *он любит его и все такое*). The synonyms remarks are also used *and stuff* (*прочее*, *чепуха*), *and crap* (*чушь*, *бред*), *and all that stuff* (*и прочая чепуха*), *and all my crap* (*бред и все такое*). Hip-hop style combines elements like a *damn* (*черт*, *блин*) and the euphemistic phrases: *goddamn* (*проклятый*, *чертов*), *damn miserable time for them* (*чертовски неприятное время для них*), *lonesome places of damn* (*чертовски одинокое место*).

Hip-hop slang has specific models of word-formation [1].

– Affixation: suffix *-loo* has no independent value, it is only an amplifying slang suffix that gives the word tint value (*fakeloo artist* – *обманщик*, «кидала»); the suffix *-ly* is diminutive-hypocoristic and shades the slang semantics (*pally* – *дружок*); the suffix *-ola* gives the slang a playful tone and has no special meaning, often is used for the nouns formation (*payola* – *взятка*, *подкуп*);

– Words Back-formation (*to crack wise* – *wisecrack* – *острить*) [3].

Speaking about influence of non-standard vocabulary, it is necessary to mention about such unnoticeable means as irony. It plays an important role in the slang usage, because most slang contexts have the touch of irony.

So, slang is an integral part of the English language, it develops the language and some time later it may become a language norm [4].

It is necessary also to note that music plays a very important role in our life. Today life can't exist without music, we daily and repeatedly hear and perceive it. How language norm will change "tomorrow" depends on quality and literacy of today's songs. We can't see immediately how music changes our world, but it is one of the "locomotives" in developing language.

Therefore, English-language musical compositions have the influence on our mind and help to improve not only vocabulary and pronunciation, but also learn about the grammatical and lexical “novelties” of the English language.

#### References:

1. Береговская Э. М. Молодежный сленг: формирование и функционирование / Э. М. Береговская // Вопросы языкознания. – 2006. – № 3.
2. Земская Е. А. Словообразование как деятельность / Земская Е.А. – М., 2010.
3. Морозова Н. И. Лексико-грамматические особенности хип-хоп сленга и его влияние на развитие английского языка / Н. И. Морозова, Н. В. Саварцева // Диалог культур – диалог о мире и во имя мира: материалы V Международной студенческой научно-практической конференции (18-25 апреля 2014 года). – Комсомольск-на-Амуре : АмГПУ, 2014. – Ч. 2.
4. Шармила С. Существительные на ing – символ американской языковой экспансии / С. Шармила // Русская речь. – 2006. – № 3.

#### **Діана Михайлич. Вплив англомовної музики на вивчення англійської мови**

У статті розкривається вплив музики на вивчення англійської мови та розкриваються основні аспекти впливу музики (на прикладі музики у стилі реп) на мову взагалі.

**Ключові слова:** телекомунікаційні технології, музика, іноземна мова, пісні, музичні композиції, хіп-хоп, сленг, граматичні відхилення, лексичні відхилення, норми мови.

УДК 811'111-043.2:81'276.3-053.67(045)

**Валерія Олійник**

студентка

Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: С. А. Остапенко

#### **ВПЛИВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ НА МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ**

У статті розглядається вплив іноземних мов, а саме англійської, на молодіжний сленг. Авторка з'ясовує моменти, які впливають на сленг української молоді, вказує на джерела їх появи та наводить приклади сленгів зі сфери студентського життя.

**Ключові слова:** мова, сленг, жаргон, іноземні слова, лінгвістика.

З розвитком людства, поширенням інформаційних технологій, свободою слова, а також змінами в політичному житті спостерігаємо значне поширення діалектів в розмовній мові. На сьогоднішній день сленг поширився в усі сфери людського життя. Сленг широко використовують особи різного віку та професій. Тому вчені активніше цікавляться ненормативною мовою, яка стала об'єктом вивчення не лише мовознавців, а й психологів.

Проблемою вивчення сленгу займалися такі вчені, як В. Фрідман, Т. Соловйова, Е. Партрідж, М. Маковський та інші. У свою чергу сленгізми використовували як засіб стилізації такі письменники, як І. Франко, В. Винниченко, А. Корнійчук, Л. Первомайський, І. Микитенко, О. Бердник та

інші. А ми в нашій статті розглянемо, наскільки широко використовується англomовний сленг та англomовні слова в мовленні молоді.

Основною метою дослідження є виявлення джерел впливу англійської мови на молодіжний сленг.

Еволюція лінгвістичного знання пов'язана з переходом від лінгвістичної монархії до демократії, від відшліфованих форм мовленнєвої стихії – до мови, зануреної в життя. Сьогодні звичайний лінгвіст не може не розуміти важливості вивчення мови в режимі реального часу та постійного спостереження, при цьому вивчати без припущення категоричного засудження і відторгнення.

Сленг (від англ. *slang* – жаргон) – слова або вирази, які використовують люди певних професій або класових прошарків. Сленг традиційно протистоїть офіційній загальноприйнятій мові і до кінця зрозумілий лише представникам порівняно вузького кола осіб, що належать до певної соціальної або професійної групи, яка ввела в мову слово або вираз [1, с. 200].

Молодіжний сленг – це окремий елемент національної мови, який відображає певною мірою рівень культури і розвитку суспільства. В наш час під її вплив потрапляють різні категорії молоді [2].

Більшість молодих людей не відносяться до якої-небудь соціальної або професійної групи, але при цьому постійно користуються сленгом. Деякі з них – це неосвічена молодь, яка не знає норми літературної мови. Інші – добре володіють літературною мовою, але все ж використовують сленг. Загальноприйнятий молодіжний сленг дуже часто використовують у назвах електронної техніки, нових винаходів, ігрових НКів та інші.

Існує багато способів виникнення сленгових слів: скорочення, додавання суфіксів і префіксів. Але велику роль в утворенні сленгу відіграють іноземні мови. Запозичення популярних англomовних слів спостерігається постійно в нашій мові. Іншомовні слова, які прийшли до нас з інших країн, відрізняються від запозичених слів, що використовувалися в сленгу. Можна порівняти: слово «Інтернет» не так давно було англomовним, хоча зараз увійшло у вживання в літературній мові. А слово «Інет» є сленгом іншомовного походження. Цей вид сленгу називається англіцизм. Англіцизм – це різновид запозичення; слово, його окреме значення, вислів, які запозичені з англійської мови або перекладені з неї чи утворені за її зразком [3, с. 25].

Виникнення англomовних сленгізмів є результатом не тільки поширення самої англійської мови (через вивчення іноземної мови, поширення літератури англійською мовою, захоплення англomовною музикою), але і результатом популяризації західного способу життя, бажання бути схожими на улюблених героїв з кінофільмів. Звідси і спостерігаємо поширення англійської мови на український ґрунт [4, с. 10].

Результати соціальних досліджень молодіжного сленгу показують, що найчастіше використовуються слова-іменники: гьорл, сейшн, шузи, паті; та прикметники: драйвовий, о'кейний, суперський та інші. У деяких випадках (вайтовий, лука, покет, спектра) опитувані легко знаходили українські або

російські слова, що їм відповідають, але зазначали, що їх вживання епізодичне [5].

Зазвичай іншомовні слова використовуються для позначення конкретних явищ, які не мають відповідностей в іншій мові (наприклад, для позначення нової техніки). Також іншомовні слова можуть бути використані певною групою людей однієї сфери діяльності, але їх швидше можна назвати термінами.

Якщо брати сленг іншомовного походження, то він має іншу сторону. Сленг часто називає поняття, які вже мають словесний сенс в літературній мові. Це свідчить про вторинний характер молодіжного сленгу, так званий – його субхарактер [6, с. 140].

Зазвичай він переходить у нашу мову випадково. У більшості випадків такими словами часто є слова кумедні за звучанням (для молоді), або ж найвідоміші і популярні слова тієї чи іншої мови. Також може відбуватися процес перетворення іншомовних слів в сленг за традиційними зразками слів тієї чи іншої мови. На формування сленгу також впливає ЗМІ, оскільки масова культура нав'язує певну лексику молоді.

Можна привести кілька прикладів використання англіцизмів:

- Man – Мен (означає особу чоловічої статі, вживається як похвала) «Ти мен!» – «Ти крутий!»;
- Girl – Гьорл (дівчина, але вживається зневажливо);
- One second – Ван сек (значить через хвилину тощо);
- Baby – Бейбі (дівчина, вживається зневажливо);
- Parents – Перентс (батьки, вживається зневажливо).

Всі ці слова створюються для передачі емоцій людини, які вона відчуває в той чи інший момент.

Молодіжний сленг являє собою цікавий лінгвістичний феномен, який обмежений не тільки певними віковими рамками, але й також соціальними та часовими. Він перебуває в середовищі школярів, студентів та окремих більш-менш замкнутих груп. Як і всі інші соціальні діалекти, він являє собою лише лексикон, який живе на фонетичній та граматичній підставі.

Варто зазначити, що у підростаючої молоді, а саме у підлітків є такі жаргонізми, як:

- Teacher – Тічер або Тічка (означає викладач, вчитель);
- English – Інгліш (іноземна мова – англійська);
- Battle – Батл (означає бійка);
- Keep – Кіпіш (скандал або різкі рухи однієї людини в адресу іншої);
- Friend-zone – Френд-зона (дружба між хлопцем та дівчиною без розвитку відносин) [7].

Вживання цих слів вказує намір спікера підвищити свій авторитет у той час, як вони вживають свій жаргон. Студентський жаргон – це унікальне явище, яке відображає перехідний етап у розвитку жаргонної лексики. Студенти-першокурсники – це люди, які все ще тісно пов'язані зі школою, але при цьому вже намагаються дізнатися самостійне доросле життя та відчути смак свободи.

Через деякий час, вони віддаляються від шкільного жаргону, але все одно пам'ятають його.

В студентському жаргонізмi можна виділити двi основні категорії: перша – це традиційний студентський жаргон, який передається з покоління в покоління, друга – набутий студентський жаргон, який починають використовувати студенти-першокурсники. Наведемо приклади традиційного жаргону:

- ID-identification – Айдішник (студентський квиток);
- Window – Віндик (вікно, коли немає пари);
- Lecturer – Лектор (викладач, який читає лекції);
- USB flash drive – Флеха (флешка) [7].

У зв'язку з актуальністю обраної теми в ході проведеного дослідження було встановлено, що сленг характеризується деякою соціальною обмеженістю: він не має чіткої соціально-професійної орієнтації, ним можуть користуватися представники різного соціального та освітнього статусу, різних професій і т.і. Тому можна відзначити таку межу сленгу, як загальновідомість і широка уживаність. В даний час немає чіткого та якогось одностайного визначення сленгу. У системі сучасної російської та англійської мов сленг займає дуже важливе місце.

Дана стаття показує, що сленг не є літературною мовою, що він виникає і вживається в усному мовленні, є експресивною та емоційно-забарвленою лексикою. Він поділяється на дві групи: загальноновживаний та загальноновідомий сленг. Жаргон сучасної молоді має велику різноманітність відтінків, і багато слів незрозумілі для основної маси населення. Що стосується функціонування, то було з'ясовано, що студенти і школярі вживають сленг в повсякденному житті для позначення різних предметів, які відносяться до їх навчального життя, використання жаргону в міжособистісних відносинах, а також при найменуванні викладачів і вчителів.

Сленг відіграє дуже важливу роль в житті молоді, її життя сьогодні вже неможна уявити без сленгу, який не тільки допомагає молодим людям спілкуватися між собою, але й полегшує процес засвоєння нової іноземної лексики, розширюючи словниковий запас.

#### **Список використаних джерел:**

1. Голдованський Я. Словник англіцизмів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.slovnyk.lutsk.ua/>
2. Василенко Ю. А. Сучасний український молодіжний сленг / Ю. А. Василенко // Львівський національний університет імені Івана Франка. – 2009. – С. 8.
3. Бережницька Г. Б. Молодіжний сленг як своєрідний засіб вербалізації явищ буття / Г. Б. Бережницька // Студентські наукові записки. Серія «філологічна». – Острого: видавництво Національного університету «Острозька академія». – Вип. 4. – 2011. – 236 с.
4. Ажнюк Б. М. Мовні зміни на тлі деколонізації та глобалізації / Б. М. Ажнюк // Мовознавство, 2001. – № 3 – 45 с.
5. Українська мова: функціонування на сучасному етапі. Матеріали Всеукраїнської студентської наукової конференції. 15-16 травня 2002 р. – Бердянськ, 2002. – 234 с.
6. Англійські слова в російській мові // Сучасна російська літературна мова. Лексика і фразеологія. – К. : Наукова думка, 1973. – 140 с.

7. Грачов М. А., Гуров А. В. Словник молодіжних сленгів / М. А. Грачов, А. В. Гуров. – Горький, 2006.
8. Дубровіна К. І. Студентський жаргон / К. І. Дубровіна // ФН. – 2006. – № 1

### **Valeriia Oliynyk. Influence of the English language on the youth slang**

The article analyzes the influence of foreign languages, namely English, on the youth slang. The author points out the aspects influencing the Ukrainian youth slang, defines the sources of its appearing and gives examples of slang from the sphere of student life.

**Key words:** language, slang, jargon, foreign words, linguistics.

ДК 316.776.33:811.111' 276-053.81:811.161.2' 276-053.81(045)

**Наталя Українець**

студентка

Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського  
м. Кривий Ріг, Україна  
Науковий керівник: С. А. Остапенко

## **ВПЛИВ АНГЛІЙСЬКОГО МОЛОДІЖНОГО ЖАРГОНУ НА ЖАРГОН УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ**

В статті йдеться про причини і наслідки широкого вживання англійських жаргонізмів. Авторка з'ясовує моменти, які впливають на жаргон української молоді, вказує на джерела їх появи та наводить приклади жаргонізмів з усіх сфер студентського життя.

**Ключові слова:** жаргон, лексема, запозичення, світогляд, самореалізація

Англійська мова в сучасному світі займає провідні місця у всіх сферах діяльності людини. Число її носіїв – 335 млн. На міжнародній арені вона займає почесне третє місце після китайської та іспанської і є однією з шести офіційних робочих мов ООН. Англійська мова – найважливіша мова міжнародного спілкування, торгівлі, співпраці і бізнесу. Але поширюється вона не тільки в цих ланках існування людини, а й в повсякденному житті. З кожним днем все більше і більше слів іноземного походження проникає в нашу мову. Вона особливо популярна серед молоді, яка використовує англійські жаргони навіть в особистісному спілкуванні. Актуальність теми полягає в тому, що різкий «бум» іноземних термінів, лексики і жаргонів з кожним днем все більше витісняє нашу рідну українську мову. Питання про те, чи буде це проблемою або допоміжним засобом розвитку суспільства, хвилювало таких учених, як В. Хомяков, В. Жураховская, І. Гальперін.

Мета роботи – з'ясувати причини і наслідки широкого вживання англійських жаргонів.

З початку існування людини й до сьогодні найважливішим її атрибутом є мова. З первісних часів це були специфічні звуки, жести і міміка, але з розвитком цивілізації мова теж набувала більш витонченої і грамотної форми. На сьогоднішній день безпосередньо велике значення має англійська мова. Найбільш поширена вона серед молоді, так як є найперспективнішою і «модною» для вивчення і спілкування. Звичайно, коли людина вивчає



англійську, вона не тільки розвивається, а й самоудосконалюється. Але в процесі спілкування не з іноземцями, а в повсякденному житті спостерігається величезний вплив іноземних жаргонів.

Жаргон (франц.) – це сукупність особливостей розмовної мови, що виникає між людьми, що знаходяться в схожих професійних і побутових умовах, об'єднаних спільністю інтересів, спільним проведенням часу. Виходячи з цього жаргон ділять на два типи: загальний жаргон і якісь різні різновиди жаргонної лексики (професійна, молодіжна тощо). У всіх його типах жаргон означає слова, які були запозиченнями з іноземної мови, але так і не були переведеними. Такий процес буває позитивним в тих випадках, якщо в українській мові немає спеціального поняття або терміна для того, щоб назвати певний явище, процес тощо. В протилежному випадку запозичення є негативним фактором, так як вони «засмічують» нашу рідну мову. У сучасному молодіжному суспільстві дуже великий відсоток жаргонізмів. Вчені з'ясували деякі моменти, які впливають на жаргон української молоді:

1. Розвиток комп'ютерних технологій. Сучасна людина і дня не обходиться без комп'ютера. «Інтернет павутиння» завжди привертало молодих людей. У зв'язку з цим з'явилася велика кількість нових жаргонізмів. Їх приклади: смайли – смішні мордочки в чатах; глюк системи; e-mail – мило; геймер – гравець і т.і.

2. Популярність англійської мови. Як було сказано раніше, саме англійська є наймоднішою і популярною серед молоді, яка користується жаргонізмами, які запозичує у неї. Цікавим є той факт, що людина, яка ніколи не вивчала англійську, буде досконало розуміти значення цих слів. Ось на скільки жаргонізми проникли в наше життя і мову. Наприклад: лептоп – ноутбук; респект – повага; лузер – невдаха; бестовий – кращий; лав сторі – любовна історія і т.і.

3. Музична культура ХХІ століття. Однією з пріоритетних захоплень молоді є музика. Вона – невід'ємна частина життя молодих людей. Сучасна музика – це «коктейль» різних культур і музичних напрямів. Найбільш поширені жаргонізми цієї сфери: трек – музична композиція; дарк – важка музика; реліз – вийшла в продаж композиція та ін.

4. Комп'ютерні ігри, фільми, відео. Велика кількість англійських жаргонів приходить саме з комп'ютерних ігор. Але ці жаргонізми специфічні і використовуються людьми для яких ігри – хобі. Наприклад: Гільда – об'єднання гравців; нуб – початківець-гравець; чар – персонаж; ітем (item) – річ; вендор – торговець; Манча – підвищувати рівень; раснуть – оживити.

5. ЗМІ. Українські засоби масової інформації, особливо телебачення, також сприяє "англотизації" української мови. Такі лексеми як саміт, брифінг, ток-шоу, дог-шоу завдяки ЗМІ набули широкого поширення. Таким чином, молоде покоління, в тому числі і студентська молодь, не можуть не використовувати англійські слова в своїй промові, оскільки деякі з цих слів вже давно проникли в нашу мову. З одного боку поява нових слів розширює словниковий запас носіїв української мови, а з іншого втрачається її самобутність і неповторна краса.

Прислухаючись до мови студентів, можна виділити в ній більше 1000 англійських слів. Запозичення з англійської мови охоплюють всі сфери студентського життя.

Сфера навчання представлена наступними лексемами:

- найменування викладачів: Тічер або Тичко (від teacher): Он ваш Тічер йде. – У нас не Тічер, а Тичко; прізвиська викладачів: бібісшнік (від аббревіатури BBC-British Broadcasting Corporation) – призьвисько викладачів зі схожими ініціалами, наприклад, Віталій Володимирович Соловійов;

- позначення навчальних закладів: Інстїтьют (від institute) – Ти сьогодні в інстїтьют йдеш або знову сачкуєшь?; найменування факультетів: деп (від department) – Ти на якому депі навчаєшься?;

- позначення студентів різних спеціальностей: менеджери (від managers – менеджери (Ми майбутні менеджери), трейди або трейдингу (від trade) – студенти Торгового університету (Ми не просто студенти, ми трейди); маркети, маркери (від marker) – студенти-маркетологи (Це група економістів? – Ні, маркетів);

- назви предметів і дисциплін: інгліш або пінгліш (перенесення з жаргону школярів від English) – англійська мова (На інгліш йдеш? Ще не знаю); суб'єкт, суб'єкти (від subject) – загальна назва для всіх предметів (Ну які суб'єкти будемо мучити в цьому році?);

- предмети, що стосуються студентського життя: кредитка (від credit book) – залікова книжка (У мене кредитка святкова – одні трояки); айди, айдішнік (від ID – identification) – студентський квиток;

- різні часові відрізки, елементи розпису: терм (від term) – семестр (Цей терм якийсь довгий. Коли він вже закінчиться. – Що, вже втомився вчитися?); виндика, ВІНДОУ, віндушнік (від window) – "вікно", відсутність пари або заняття (Після фізри у нас віндушнік, підемо в кафешці посидимо); халід або холідей (від holiday) – канікули (В моєму житті все ОК, скоро буде холідей).

Сленгізми, що належать до сфери дозвілля:

- паті (від party) – вечірка (Здамо іспити – влаштуємо паті); мікс (від mix) – тусовка, тусуватися (Класний вчора у Лелика мікс був); поїнт (від appointment) – стрілка, зустріч (Я їй поїнт призначив, а вона не прийшла); файтинг (від fight, fighting) – розбирання, бійка (Як завжди все закінчилося файтингом: наші хлопчики дуріють після кухля пива).

З'ясування відносин, розбирання:

- кіпіш (від keep) – скандал (Прибери сигарети, а то комендант кіпіш влаштує); Кіля (від kill) – бити, вбивати морально і фізично (Готуйся, його братва прийде нас Кіля); бетл (від battle) – бійка, битися (Підемо на бетл подивимося).

Міжособистісні відносини:

- френд (від friend) – друг, дружити (Він мій найкращий френд); лавить (від love) – любити (Всіх лавить неможливо); Лайка (від like) – любити, подобатися (Ти хоч кого-небудь лайків?); адораться, адоровать (від adore) – таємно любити кого-небудь, виявляти симпатію до осіб протилежної статі (Він

АДОРА Люська – Не може бути!); мітіться, мітингувати (від meet) – зустрічатися, дружити (Ми з моїм вже рік мітингуючи).

Вчені-лінгвісти розглядають молодіжний жаргон по-різному. Деякі пояснюють його появу соціальними причинами. Західні соціологи бачать в сучасному молодіжному жаргоні, перш за все, бунт підростаючого покоління проти бюрократично-індустріальної структури суспільства. Вони пояснюють його появу з появою трудящої молоді, яка має дуже загострене почуття самостійності і завжди будуть притаманні тому чи іншому поколінню. Інші вчені вважають, що з часом жаргонні слівця зникнуть з мови молоді. Так чи інакше, серед сучасної молоді можна помітити стрімке зростання вживання жаргонізмів.

Те, що описано в даній статті – тільки «верхівка айсберга», з кожним днем «запас» іноземних жаргонізмів в нашій мові зростає. Якщо на даному етапі це не являє собою проблеми, то в подальшому англійські жаргонізми, терміни і сленг можуть досягти величезної кількості.

Звичайно, вивчення іноземної мови є для нас продуктивним засобом підняття інтелекту і саморозвитку. Але все потрібно робити в розумних рамках, щоб запобігти наслідкам, які можуть згубно вплинути на розвиток української мови. Розробка новітніх інформаційних і комп'ютерних технологій, поява глобальної мережі Інтернет також вплинули на популярність англійської мови та її широке поширення в багатьох країнах, в тому числі в Україні. За результатами аналізу можна зробити висновок, що система жаргонів молодіжних об'єднань є надзвичайно рухомою системою, яка швидко розвивається, ментально реагує на зміни в сфері свого побутування, шукає нові шляхи для самореалізації і саморозвитку, активно використовуючи при цьому базу української літературної мови, вносячи в неї, в свою чергу, щось нове.

І це природно, адже жаргонізми є безпосереднім відображенням логіки, світосприйняття і світогляду його носіїв. А носіями, в нашому випадку, є молоді люди, які, як відомо, завжди готові переймати і робити щось нове, чого до них (як їм здається) ніхто не зумів придумати і зобразити. До того ж, ці самі молоді люди відчувають, що хочуть бути відмінними від собі подібних, тому і стають частиною будь-якого об'єднання. Вони хочуть ламати стереотипи і бути оригінальними, виділятися на тлі буденної дійсності, настільки ворожої їх особистісній свідомості. Тому і систему своїх мов вибудовує на прагненні бути оригінальним і динамічним, як вони самі.

#### **Список використаних джерел:**

1. Земська Е. А. Словотвір як діяльність / Е. А. Земська. – М., 2006
2. Копиленко М. М. Про семантичну природу молодіжного жаргону / М. М. Копиленко // Соціолінгвістичні дослідження. – М., 2006. – 144 с.
3. Скворцов Л. И. Літературна норма і просторіччя / Л. И. Скворцов. – М. : Наука, 2007.
4. Spears Richard A. Slang and Euphemism / Richard A. Spears. – N.Y. : New American Library, 2006.

### **Natalia Ukrainets. English youthspeak influence on Ukrainian youthspeak**

The article deals with the reasons and causes of English jargon using. The author points out the aspects influencing the Ukrainian youth jargon, defines the sources of its appearing and gives examples of slang from the all spheres of student life.

**Ключові слова:** jargon, lexeme, borrowing, outlook, self-realization

# МІЖКУЛЬТУРНИЙ ДИСКУРС

УДК 008(100)-021.411-042.2(045)

**Daria Bass**

student

Donetsk National University of Economics and Trade

named after Mykhailo Tugan-Baranovsky

Kryvyi Rih, Ukraine

Scientific Supervisor: S. Ostapenko

## CULTURAL FEATURES COMPARING

The article deals with cultural peculiarities of two American states – Louisiana and New York. The author describes differences and similarities of these states via comparing their music, holidays, way of life, pace of living and others. Great attention is paid to religion and cultural diversity.

**Key words:** culture, contrast, comparison, diversity, traditions.

Culture is an important part of life. Each country has its cultural characteristics that are important to understand, or just to know. Knowledge of other cultures is very important for just a tourist and for business people. Tourists need to understand what they can and cannot do in a foreign country because some things that are acceptable in their country, for the person with other culture may be offensive. Similarly, for a businessman who is on a business trip a general concept about the culture of another country will be useful.

The actuality of this article is caused by the insufficiency of the research of the topic and the fact that the number of publications about the comparison of cultural characteristics of the two states of America is small. By more detailed study of American culture it is possible to detect certain characteristics inherent in certain cities. Select one of the large and the typical culture, different subtypes, during the analysis where we can identify like "typical American culture" deforms and adapts to these cities with different stories of formation. Therefore drawing a link between the two states could be achieved for greater mutual understanding, which may be needed to improve communication not only between people of different continents, but also between the citizens of one country.

The objective of the article is to analyze the cultural characteristics between the two states – Louisiana and New York. The best reproducing the spirit of these states cities of New Orleans and New York. Their example can show us that even states of the same country may have some differences, despite the cultural similarities. In general comparing the American culture with cultures like the Russians, Ukrainians, Poles and others will discover some differences. Looking at the United States will certainly have a huge number of typical cultural features inherent exactly to America. A more detailed comparison can help to discover a number of differences, which do not stand out at first look. On the differences we will pay your attention in this article.

Delve into the history of the two states and in more detail in the history of New Orleans and New York was made in the following works: "New York City: a cultural

and literary companion" by Eric Homberger. Edward Rutherford "New York". "Delirious New York" by Rem Koolhaas. Gleb Sokolov S. "New Orleans. Fear burns the soul". "New Orleans without a mask" by Frederick Starr. "New Orleans Legacy" by Alexandra Ripley.

**New Orleans.** In 1803 the French sold New Orleans to America, although, nowadays this town resists to American culture. New Orleans has a long history, and this is one of the main reasons why the French town is so varied in its traditions. New Orleans's first of all associated with jazz for every traveler. Jazz has always sounded in the streets and neighborhoods, it always came from every home. Today, walking along famous streets such as Bourbon Street and Jackson Square, you can see the street musicians playing a huge variety of music genres, but mostly it will still be jazz. The interesting fact is that the local airport was named after Louis Armstrong, a jazz musician, because jazz is the spirit of New Orleans [3].

New Orleans is a city of holidays. Throughout the year, on the streets of this city a lot of bright events, including carnivals are held. One of the most famous is the Mardi Gras. This is the Ukrainian analogue for *the Maslenytsia*, which is celebrated across the whole United States, but New Orleans wins because of its identity and the beauty and carelessness of the event. Tourists from around the world, the people of America all come to New Orleans to celebrate a traditional American holiday in a "non-US" city like New Orleans [5].

Speaking about the culture, New Orleans is the most mystical city in America. Many years ago, African slaves arrived in New Orleans searching for something better. More than 50% of the current population of New Orleans is the African American. That is why in every corner you can find the voodoo shops, various witchcraft houses. The African American culture has a special place here. The spirit of mysticism can be felt more noticeable not on the streets and not in the quarters, but exactly where it is supposed to be – in the cemetery. Cemeteries and death in New Orleans won't be confused with anything. During the funeral procession, the coffin of the deceased carried through the streets of New Orleans, while a family, friends, musicians and simply people who care are following all the action singing and dancing like they are celebrating something. This is one of the main differences between New Orleans funeral and funeral in other countries – they are not made to cry and grieve. Saint Louis Cemetery is the main cemetery of the city. It's more like a separate small town, and it looks that way. You can see the "houses" and feel the presence of the "residents" of these houses. The Saint Louis Cemetery has no dug graves, only crypts built there. It is not the only one of the traditions that passed on through the centuries. The answer to the question: "Why tombs?" has not a mystical explanation. The reason for that are the natural conditions. Nature has the same rights as the African American culture to be the first stone on which life of New Orleans residents is built. New Orleans suffered from the natural environment throughout its existence. The people did not get angry at this injustice, they didn't curse anyone (because knowing voodoo, they can do a lot). After so many terrible troubles as floods, fires that burned down whole town, diseases (in New Orleans more than once raged jaundice, which locals have named "The Yellow Jack"). New Orleans citizens enjoy every detail, celebrate the parades, the birth of which no one remembers. These things are the

glory for this "American France" – carefree attitude to life, the ease and openness of the soul. It's also one of the main differences from the typical American. For every citizen of America the main goal is to have the success whatever it costs, so-called "American dream", but the townsmen of New Orleans aren't just alike, they're opened and unselfish [6].

**New York.** The phrase "a huge megalopolis" is immediately associated with New York. Also, New York has such interesting nicknames as "The Big Apple" and "Capital of the World". This not a small town is one of the most influential, both financial and economic centers of the world. Of course, the notorious Wall Street is the street which is an important component "of the financial world." Wall Street is legends, films, storytelling about. But who is really successful on Wall Street and what cost does the success have? Many entrepreneurs dream of having a chance to become "The Wolf of Wall Street", but are they ready for what's waiting for them in this city? New York is the city of motion. Lifestyle of typical New Yorker is an eternal rush, people are always in a hurry somewhere. That's why the main attributes of the New Yorker you can immediately call tiredness on the face, palish skin, emaciated face. For the New Yorker success has a major priority and no matter that you need to work 24/7. Inhabitants of the Big Apple aren't frightened of an exhausting work [1].

Always working and exhausted person, that's how you see a typical New Yorker, but it's not all that can be said about them. You cannot be sure – one saying "a typical New Yorker". Under this can be understood a person as a housewife, homemakers, careerists in the well-known companies as extravagant street musician and a hurrying businessman [4].

This city is the largest city in America, so there everyone has to co-exist. Indeed the population of New York City is more than 8 million people, including density of 11 000 persons per square kilometer. The variety and diversity of this metropolis is surprising. Maybe it's one of the reasons why people have the impression that New York is the ticket to a new, better life, after all everyone can find something that suits his taste [1].

The history of this city is so many-sided. For example, did you know that originally the city had the name of New Amsterdam. The history of the future metropolis began in 1625 with the first settlement of the Dutch colonists. The territory of modern Manhattan was the property of the Indians, who agreed to give the colonists the island for a small sum of money. And only in 1664 the city acquired the name that remains until now – New York. It was named after the English Duke of York, whose army captured the city. Later, New York became the first capital of the independent United States of America. April 30, 1789 George Washington at the solemn ceremony became the first president of America. Since then, the rapid growth of the city, which contributed to the numerous immigrants, brought him to the city that we know it now [2].

Due to the fact that in New York City people came from different countries for many years, bringing in the place parts of their homes in the city combines various cultures and styles. There is a small piece of any country there. Each of these "towns" has its own quarter in New York, for example, the Russian quarter – Brighton Beach,

a quarter called Little Italy in Manhattan or Jewish district Borough Park and many others [4].

In a more detailed comparison of New Orleans and New York, the main difference is the way of life. For New Orleans citizens every day is a holiday, each local is a close friend, but not for the New Yorker – "time is money" that's the credo of any businessman or businesswoman. It is better to see how the cities are different, by comparing some aspects of life which are typical for population of both countries, which are essential for the existence of any culture. One of the most noticeable differences in culture which manifests itself is the presence of traditions and changeability. New Orleans has a lot of traditions, rituals and different historical holidays and, speaking of such a huge variety of historical factors, we can say that this city is very conservative. But New York is the complete opposition of New Orleans: New York doesn't have any special traditions or some rituals because, in contradistinction to the city of Louisiana, the Big Apple is changing faster than the other cities – it keeps pace with changes of the financial world and evolves with technology.

It is also impossible not to notice the difference of two cities in the celebrations or funerals. Even at first look, such different aspects of people's life have the same cultural characteristics which can be traced. New Orleans shares all the events with people – friends and neighbors, the whole life is on the streets of good looking French Quarter and surrounding streets. In New York, everything is different, we cannot say that this city has some special ritual or custom in celebrating some general holidays or funerals. New York is filled with so many different cultures, that everyone chooses that culture which is closest to him. The same can be said about other aspects of culture, for example, music in New York – it all depends on the tastes. But New Orleans is known for its jazz and jazz artists.

All states have similar aspects of the culture, as well as contrasts. New York is famous for its huge skyscrapers, New Orleans is for lovely two-story houses and the streets of the French Quarter. Every city is unique in its own way. The conditions of people's lives, is also an integral part of the culture. New York is called "The Concrete Jungle" because of the fact that a large part of the city consists of skyscrapers and concrete roads. There are several parks in the New York which were ordered by the government, because people quickly get tired of living in so called "The Concrete Jungle".

As we can see, the differences between the two states are visible. Despite the fact that both states have a rich history it is not difficult to see how all-consuming New York adapts to people with different religion and culture, discrepant from New Orleans, which is inviting everyone to look at the witches, vampires and werewolves, defends its individuality despite everything.

New Orleans can be easily distinguished from New York. It's not only in the cultural aspect. Their inhabitants are so individual. Americans have free spirit. No matter where you are, in Louisiana or New York, you can always meet people with strange hair and strange clothes. This is the charm of the States – you won't be judged, you will be just invited into the mystical world or the business world. Everything depends only on you.



### References:

1. Homberger E. New York City: a cultural and literary companion. Interlink Books, 2002.
2. Koolhaas R. Delirious New York. Oxford University Press, 1978.
3. Ripley A. New Orleans Legacy. Westview Press, 1987.
4. Rutherford E. New York. Century Hutchinson, Doubleday, 2009.
5. Sokolov G. New Orleans. Fear burns the soul. Directmedia, 2014. (in Russian)
6. Starr F. New Orleans without a mask. Westview Press, 2009.

### Дар'я Басс. Порівняння культурологічних особливостей

В статті йдеться про культурологічні особливості двох американських штатів – Луїзіани та Нью-Йорку. Автор описує відмінності та спільності цих штатів, порівнюючи їх музику, святкування, спосіб життя, темп існування та інші. Значна увага приділяється релігійному та культурному розмаїттю.

**Ключові слова:** культура, контраст, порівняння, розмаїття, традиції.

УДК (81'373+81'38)-021.321:659.131.2-029:070(045)

**Юлія Карамушка**

студентка

Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: С. А. Остапенко

### ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ

В статті дається дефініція газетного заголовка та його основних функцій, вказується на різноманітні види відносин між текстом повідомлення і заголовком. Авторка розкриває особливості газетної лексики, застосування граматичних, фонетичних та стилістичних прийомів для розкриття повноти повідомлення.

**Ключові слова:** заголовок, перифраза, ритм, семантика, характер відносин.

Переклад має дуже давню історію, яка сягає корінням у ті часи, коли виникла потреба в людях, що володіли б декількома мовами і могли б бути посередниками при спілкуванні різних мовних націй. Але, як самостійна наука, переклад сформувався лише на початку ХХ століття. В умовах розширення міжнародних зв'язків і обміну інформацією, перекладознавство швидко розвивалося, і цей процес триває і до тепер, оскільки мова постійно оновлюється за рахунок неологізмів і запозичень. Звичайно, з'являються нові теорії, погляди на проблеми перекладу. Актуальність даної теми пояснюється тим, що у сучасному світі газети відіграють для людей значну роль. Газетну публіцистику називають літописом сучасності, адже вона віддзеркалює події і описує щоденні проблеми суспільства, такі як: соціальні, політичні, філософські, побутові, тощо. Заголовок, саме він є орієнтиром читача у вирі газетних статей. Таке порівняння не є безпідставним, адже без заголовку ми губимось у нескінченному океані інформації, нерідко оминаючи головне, та приділяючи увагу незначному. Саме заголовок формує у читача загальне

уявлення про зміст статті, та дозволяє обрати найбільш важливіше та цікавіше для подальшого ознайомлення та читання.

Від початку XIX століття і до початку XX століття тексти в газетах друкували зовсім без заголовків. Лише на початку кожного повідомлення зазначали географічний пункт-назву міста, звідки воно прийшло і дату надходження повідомлення до редакції. Вперше заголовки почали позначати на першій сторінці номера в своєрідній афішці-показчику, де повідомляли про його матеріали. Поступово деякі з цих заголовків переходили і на інші сторінки номера, де ставилися над найважливішими повідомленнями і статтями. Зараз майже всі тексти, статті та ілюстрації публікуються із заголовками. Особливий стиль заголовків газетних статей може спричинити складнощі при перекладі. Тому «Лексико-стилістичні особливості англomовних газетних заголовків» – актуальна тема сьогодення.

Цю проблему детально розглядали, аналізували та досліджували В. Різун, О. Лазарева, С. Козубська, М. Могуш, С. Суворов, О. Кривуля, О. Зуброва, Т. Радзієвська, О. Ситенко, В. Здоровега та В. Шевченко.

Характер заголовка, його композиція та побудова, ритм, є основними чинниками стилістичного характеру. Заголовок як текстотвірний елемент встановлює з основним масивом повідомлення специфічні логіко-семантичні відношення. Тому, сучасні лінгвісти виділяють 3 основні групи таких відношень:

- 1) еквівалентності
- 2) включення
- 3) перехрещення

Відношення еквівалентності встановлюється між текстом і заголовком, коли зміст тексту збігається зі змістом заголовка.

Так, наприклад, заголовок: *Experimental Night Vision Eye Drops 'Let You See in the Dark' (March 27, 2015)* повідомляє про дослідження громадських учених, які експериментують з краплями для очей, за допомогою яких можна бачити в темряві. Тобто заголовок є еквівалентним даному повідомленню. Інший різновид логіко-семантичних відношень між текстом повідомлення і заголовком є паронімічні відносини, що відображають співвідношення цілого та його часток. Наприклад:

*Mecca Tragedy More than 100 Muslims died near Mecca last week during a rush to join in a religious ceremony of hurling stones at pillars representing the temptations of Satan (April 20, 2015).*

Наведений приклад повідомляє читача про трагедію, тобто вказує на подію у загальній формі, тому що *tragedy* означає *very sad event in real life*. І ось саме через це текст повідомлення дає конкретне уявлення про зміст події *more than 100 Muslims died during a rush to join in a religious ceremony of hurling stones*. Таким чином, між текстом заголовка та текстом самого повідомлення просліджується характер звуження.

Відношення перехрещення встановлюються між подіями або класами подій, які лише частково перетинаються. Найбільш характерним типом цих

відношень є каузальні: причина – наслідок, умова – наслідок, поступка – наслідок, мета – наслідок.

Для заголовків англomовних газет є характерним використання невеликої кількості спеціальних слів, які складають так званий «жаргон» або ж «набір-кліше». Наприклад: *ban, bid, claim, crack, crash, cut, dash, hit, move, pact, plea, probe, quit, quiz, rap, rush, slash* тощо.

Особливістю такої лексики є не лише частота її вжитку, але і універсальний характер її семантики. Так, слово *pact* в заголовку може означати не лише «пакт», але і «договір», «операція», «угода». Слово *Red* може означати і «комуністичний», і «прогресивний», і «соціалістичний». «*Bid*» «запрошення», «заклик», «спроба досягнення певної мети».

Наприклад: *National Gallery Launches Bid to Buy the Titian* – Національна галерея намагається придбати картину Тиціана; *Bid to Stop New Police Powers* – Заклик не допустити розширення прав поліції;

*Sudan Army Regim's Bid to Crush the Left* – Спроба суданського військового режиму подавити прогресивний рух.

У газетних заголовках дуже широко розповсюдились жаргонізми та інші лексичні елементи розмовного стилю. Ось, наприклад: *Cop Shoots a Man (January 26, 2015)*; *What Irks Us Most (March 28, 2015)*, *de shoots ma irks* – форма Present Simple дієслів *to shoot* та *to irk*.

Загальне значення теперішнього простого часу в англійській мові можна вважати прототиповим значенням, що реалізується прототиповими дієсловами. У цьому прикладі темпоральні маркери відсутні, тому концептуалізація часу події може бути визначена лише завдяки відповідній формі дієслова. Такі самівідношення простежуються й у таких заголовках: *Hamas Condemns France Attacks (January 1, 2015)*, *Boko Haram Pledges Allegiance to Islamic State (March 9, 2015)*, *Who Is Tom Cotton? (March 24, 2015)*, де відсутність часових позначень компенсована наявністю форм теперішнього часу дієслів *to condemn*, *to pledge* та *to be*.

Дуже часто трапляється таке, що в заголовках газетних статей політичні терміни замінюються так званими короткими, розмовними «словами-еквівалентами», які вживаються для того, щоб більш вразити, ніж проінформувати. Наприклад, *probe* замість «*in-depth investigation*», *slam* замість «*criticize severely*», *slash* замість «*make sweeping or random cuts*», *is set to* замість «*is preparing to*»: *NHO Slammed (January, 26, 2015)*.

Також для газетних заголовків є характерним використання фразеологічних сполучень, форми: «дієслово + іменник», наприклад: *to have a discussion* замість *to discuss*, *to give support* замість *to support*, *to give recognition* замість *to recognize*, наприклад:

*Existing-Home Sales Take a Big Fall in December (January 6, 2015)*.

Ще однією особливістю заголовків газетних статей є використання образних елементів мови, які надають заголовку жвавості та виділяють його з-поміж других, «сухих» заголовків, наприклад: *Heir to the Dear*

*Leader Appears From the Shadows (January 26, 2015); Glimmers of Hope as NATO Targets Hearts and Minds in Afghanistan (June 13, 2015); BA Strikers to Give Brown 'a Kicking' (March 28, 2015).*

І, нарешті, особливістю газетних заголовків є посилення на добре відомі факти та події дня. Частіше всього, такі алюзії зустрічаються в статтях, що коментують події в межах країни. Залежно від характеру газети, від змісту самої статті, та від мети, яку ставить автор, змінюється характер алюзії, тип образності та співвідношення розмовних і книжних елементів у статті, наприклад: *Murder in the Friendship Express (May 25, 2015)* – заголовок є алюзією на відомий детектив Агати Крісті “*The Murder in the Orient Express*”, відповідно стаття розповідає про вбивство, що сталося у потязі в компанії старих друзів; *Paradise Found (January 26, 2015)* – в даному випадку вжито алюзію на відому поему Джона Мільтона „*Paradise Lost*”, а в статті повідомляється про закінчення будівництва житлового комплексу з інфраструктурою, підземним паркінгом, дитячим садком, парком та басейном.

Серед фонетичних стилістичних прийомів і способів вираження більш поширеними в газетних заголовках виявилися алітерація, рима і ритм. Вони сприяють виконання заголовком рекламної, а в більшості випадків інтригуючої й оцінної функції. Особливістю римування газетних заголовків є те, що тут у 80% випадків римуються два слова, які стоять поруч, наприклад: *Oregon Ruins Bruins (June 18, 2015).*

Також великого значення та широкого вживання зазнав епітет, оскільки в епітеті експліцитно виражається оцінка суб'єкта або об'єкта дії, суб'єктивне відношення автора або редакції газети до інформації, що подається, то він поширений в жанрах публіцистичного характеру: *Valuable Connections. Pityful Excuses (February 26, 2015).*

Метафора – в основі лежить асоціація за схожістю чи аналогією. Наприклад: *Blue Dog Democrats are trying to stay in the hunt.*

Ще в газетних заголовках використовується метонімія, але вона вживається рідше, ніж епітети та метафори. Наприклад: *Talks Between Washington and Moscow (December 23, 2015), Israel – Palestine Conflict: Imposing Solutions (April 26, 2015), Michaelangelo's*

*Marble Being Sold Cheap by Industrialists (March 27, 2015).*

В заголовках до текстів публіцистичних характерів дуже рідко, але зустрічається порівняння. Так, наприклад:

*Busy as a Bee the New President Will Be.*

Одне з найважливіших місць належить перифразі, яка полягає в заміні назви предмета описом його найбільш вагомих ознак: *The Great Powers Leaders Council.*

У цьому випадку словосполучення *Great Powers* для позначення країн, котрі мають вагомий політичний, соціальний та економічний вплив на міжнародній арені.

Ще одна особливість газетних заголовків – це вживання *каламбуру*. Ця особливість полягає у гумористичному використанні різних значень одного й

того ж самого слова, або двох слів, подібним за звучанням, але різних за значенням. Наприклад: *It's Sex O'clock*.

У цьому прикладі каламбур утворюється в результаті використання слова *sex* (*стать, секс*) замість подібного за звучанням слова *six* (*шість*).

Отже, на основі всіх цих правил та особливостей можна зробити висновок, що заголовок – це чітке, конкретне, максимально стисле, концентроване відображення головної ідеї думки автора. Недарма всесвітньо відомий журналіст Боб Стоун говорив, що: «5 слів у заголовку означають більше, ніж останні 5 тисяч слів у статті!»

Також переклад заголовків англomовних газет має дуже багато нюансів, прийомів та способів, яких без сумнівів потрібно дотримуватись, щоб не припуститись помилок. Адже правильність перекладу заголовку та його цікавість – запорука концентрації уваги читача.

#### Список використаних джерел:

1. Англomовні газетні заголовки та їх переклад на українську мову [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://edportal.net/referaty/inostrannyy-yazyk/96598/>
2. Стилiстичні особливості англomовних газетних заголовків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eprints.zu.edu.ua/12022/>
3. Типи англomовних газетних заголовків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/tipi-anglomovnih-gazetnih-zagolovkiv>

#### **Yuliia Karamushka. Lexical-stylistics peculiarities of English newspaper headlines**

The article gives the definition of a headline and its main functions, points to different types of relations between the plot of the text and a headline. The author demonstrates peculiarities of newspaper vocabulary; grammar, phonetic and stylistic devices application to give message coverage.

**Key words:** headline, paraphrase, rhythm, semantics, type of relationship.

УДК [657:37.014.543.3]:005.71-029:330.526.34(477)(045)

**Oleksandr Keting**

student

Donetsk National University of Economics and Trade

named after Mykhailo Tugan-Baranovsky

Kryvyi Rih, Ukraine

Scientific Supervisor: D. Furt

#### **SCHOLARSHIPS ACCOUNTING IN UKRAINIAN BUDGETARY INSTITUTIONS**

The notion "scholarship", its types and rates, the procedure of scholarships calculation and taxation, its accounting features at budgetary institutions are explored, in order to form a proper, common and transparent picture of the accounting scholarships. The main problem that Ukrainian students face is analyzed.

**Key words:** scholarship, ordinary scholarship, social scholarship, subsistence minimum, calculation, budgetary basis, examination session, minimum amount.

Today, the majority of students in Ukraine strive for receiving a scholarship. They believe that an average score "4" is the limit of their capabilities. But most of them don't know about the opportunities and benefits that exist in our country. Earlier, the issues that are connected with the scholarship accounting were studied by such researchers as: L. Pankevych, M. Zvarych, R. Boyko, L. Luchechko and others. However this issue isn't paid enough attention.

So, the purpose of this article is to explore the notion "scholarship", its types and rates, the procedure of scholarships calculation and taxation, its accounting features at budgetary institutions, in order to form a proper, common and transparent picture of the accounting scholarships.

A scholarship is an award of financial aid for students to their further education. Scholarships are awarded based upon various criteria, which usually reflect the values and purposes of the donor or founder of the award. Scholarship money is not required to be repaid. Scholarship can be paid in: technical institutes, schools of physical training, higher education institutions with 1–4 level accreditation and other institutions on a budgetary basis, as well as Ph.D. candidate, regardless of other benefits, which are provided by the Ukrainian legislation [1, p. 120].

Scholarship at state universities is the spending of the state budget, which is strictly regulated by the legal framework, in particular, the Law of Ukraine about State Budget for the corresponding year [1, p.121-122].

Today, every student wants to get a scholarship and do his/her best to have such an opportunity. But only a few people know about the existence of personal scholarships, scholarships that can be won for the competition projects, about the scholarship calculation procedure and how it is taxed; so these issues become the most relevant for students today.

The reason for stating the scholarship is a student's academic success, the one, who was enrolled at the university on the common grounds, depending on the type of educational institution, specialty, educational outcomes, state benefits and guarantees established for this category of citizens [2, p. 74].

Scholarships are distinguished as academic and social.

Academic scholarship is given to students, cadets, technical institutes' students and others students for the studying results. They can be:

- 1) ordinary (regular) academic scholarships;
- 2) institution personal scholarships;
- 3) scholarships of Ukrainian President, Verkhovna Rada, Cabinet of Ministers etc. For example: Oles Gonchar scholarship, Hrushevsky scholarship, Taras Shevchenko scholarship. Its size is determined by certain Cabinet of Ministers' decisions.

Academic scholarship is assigned according to the results from the first session beginning with the next month to which the session has ended, according to curriculum. First-year students during the first half-year period get a minimal scholarship [4, p.207].

Ordinary scholarship is assigned when the success of passing exams is 7,0 – 9,99 points (with a 12-point evaluation system) or 4,0-4,99 points (with a 5-point evaluation system).

If the student gets high academic achievement ("10-12 points» or "5 points") his/her ordinary scholarship is increased by 25% [2, p. 81].

The next type of scholarship is Social Scholarship, which is assigned to students who are needed at social protection and do not receive academic scholarship.

This scholarship get those students who are:

- orphans and children deprived of parental care;
- low-income families (if they have received the appropriate state aid according to the law);
- have a family with children;
- disabled since childhood and disabled groups 1-3;

Since the 1<sup>st</sup> September students are assigned the code digital or digital-to-letter designation, which is similar to personnel number. This code is assigned to a student for the whole period of his education, and fixed in the student's ticket, student's record book and all the primary documents for scholarships accounting [4, p.213].

The accounting functions of the examination session results are under deans of educational institutions. They accumulate information about the scores that students receive during the examination session for each subject in the form of a student's academic performance record.

After information processing and generalization the scholarship committee makes decision about appointing or depriving scholarships for students.

The Scholarship Committee is formed by the order of university rector. Committee includes the head of the institution, deans (heads of departments), representatives of the trade union organization, design sector accountants.

After considering the documents Scholarship Committee forms the students' registry, which is confirmed by the order of institution head. The package of documents is transferred to accounting department for scholarship accounting.

Size of scholarship is determined by separate resolutions of the Ukrainian Cabinet of Ministers.

Personal scholarships, scholarships of Ukrainian President or Verkhovna Rada can be granted for the special academic achievements, participation in social, sport, scientific events. The size of such scholarships is established by the institutions that grant them [2, p 83].

Scholarships are paid once a month even in summer period.

The grant may be paid in the cashier's office of the institute or through ATMs.

If the scholarship is paid through ATMs, the students should set up contracts with the bank about opening the bank card account and accounting department transfers scholarship on these accounts.

One of the important problems connected with the scholarship in Ukraine is its low size. Today, its size for students of technical institutes is about 311 UAH, for those who are training to get the degree of "junior specialist" in higher educational institutions with accreditation level 1-2 is 622 UAH and students of higher

educational institutions with accreditation level 3-4 with an average score 4.0-4.99 points can expect to receive 830 UAH. Those students, who passed exams with an average score 5.0 can get 930 UAH [5].

Also, the government established the amount of social scholarship.

It varies from 961 UAH (for technical institutes students) to 1989 (for students of university) (table 1).

At the same time, living wage for one able-bodied person is 1378 UAH (according to financial portal of the Ukrainian Ministry of Finance from April 30, 2016) [3].

Scholarship	Academic, UAH	Social, UAH
students of technical institutes	311	961
“junior specialist” in higher educational institutions with accreditation level 1-2	622	1989
students of higher educational institutions with accreditation level 3-4	825	1989
scholarship of the Ukrainian Cabinet of Ministers	1243	X
scholarship of Ukrainian President	1356	X

Table 1. Size of different scholarships

It means that students do not reach the living wage. Consequently, students have two ways in this difficult situation: look for a job, but don't receive important skills at a university or live at the expense of a scholarship and financial assistance from relatives.

But, unfortunately, students do not always have this privilege. A large part of the students choose the first way, in order to survive in such difficult economic situation. Therefore, the issue of getting high-quality knowledge and skills at the university is put on the third plan.

Exploring academic scholarships in the different countries in ratio to the subsistence minimum and average expenditures of student per month it's possible to say, that the difference in the amounts of these indicators are not large. Only in Ukraine the amount of average expenditures is in 2,5 times more than academic scholarship (table 2).



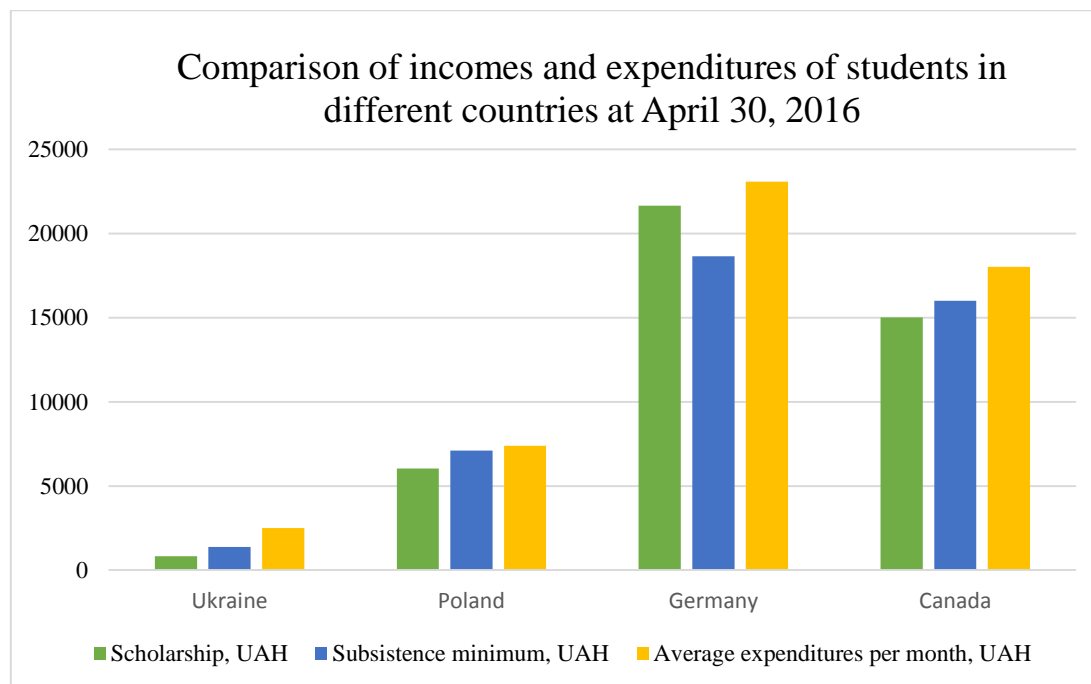


Table 2. Comparison of incomes and expenditures of students in different countries

The table shows that today in Ukraine scholarship does not cover even half of the average expenditures of ordinary consumer. It is a big problem and it creates a huge gap between Ukraine and developed countries of the world.

In conclusion, it is important to emphasize some important points. Students have the opportunity to get more huge and prestigious personal scholarships instead of the ordinary academic scholarships, but they need to be active and have achievements in their studies, sports and scientific activities as well as to take active civil position. In our country, scholarship is much less than subsistence minimum: it means, that students do not reach the living wage and try to find two ways in this situation: to look for job or get a financial assistance from relatives.

#### References:

1. Атамас П. Й. Облік у бюджетних установах: навчальний посібник [для суд. вищ. закл.] / П. Й. Атамас. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 288 с.
2. Пакевич Л. Бухгалтерський облік у бюджетних установах: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Л. Панкевич, М. Зварич, Р. Бойко, Л. Лучечко. – Львів : Аверс, 2013. – 316 с.
3. Прожиточный минимум в Украине по 2016 год [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://index.minfin.com.ua/index/wage/>
4. Свірко С. В. Організація бухгалтерського обліку в бюджетних установах: навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / Свірко С. В. – К. : КНЕУ – 2014. – 380 с.
5. Стипендия для украинских студентов в 016 году [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ya2016.com/economy/stipendiya-ukraina-2016/>

#### Олександр Кетінг. Облік стипендій в бюджетних українських установах

У статті досліджено поняття «стипендія», її види та ставки, порядок нарахування стипендій та оподаткування, їх бухгалтерські особливості в бюджетних установах, для того,

щоб сформувати правильну, загальну і прозору картину обліку стипендій. Аналізується головна проблема, з якою стикаються українські студенти.

**Ключові слова:** стипендія, звичайна стипендія, соціальна стипендія, прожитковий мінімум, розрахунок, бюджетна основа, екзаменаційна сесія, мінімальна сума.

УДК 811.111:395.5-029:088(045)

**Diana Koshkina, Evheniya Petrunek**  
students

Donetsk National University of Economics and Trade  
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky  
Kryvyi Rih, Ukraine  
Scientific Supervisor: K. Novikova

## **DIFFERENT FORMS OF GREETING IN ENGLISH**

The present article analyzes different form of greeting in English, namely formal, informal and non-verbal. The great attention is paid to the role of greeting in modern society as a means of successful communication.

**Key words:** greeting, communication, formal greeting, informal greeting, non-verbal greeting, gestures, handshaking.

Greeting is an action which is done by people when they meet each other. This gesture is so popular and useful that people even have been celebrating International Greeting Day since 1973 every year. This holiday was found by American brothers Michael and Brian McCormack. The fact you greet 10 unknown people this day means you celebrate it.

The welcome greeting is the first demonstration of friendliness towards another person and the ability to make a good impression immediately. Your appearance and your manners play a central role here.

Forms of greeting have changed in course of time. Earlier, according to the rules of etiquette, it was considered that in greeting a man should remove his hat. Now in the civilized world, this rule is not obligatory.

The aim of the present article is to analyze the ways of greeting which are used in modern society, to classify them and figure out the situations where they can be used.

Customs of greeting are highly cultural and situation-specific and may change within a culture depending on social status and relationship. They exist in all known human cultures.

Nowadays, politeness is very important either in every day or working life. Greetings as well as valediction usually are accompanied by different gestures: handshaking, waving or bowing.

Success and efficiency of intercultural cooperation are not only the knowledge of the language. Language is just the first condition that is essential for communication. Apart from the language, it's very important to know the nation's culture, its traditions and values, to understand its ideology and world perception, to be able to have a look at the world by their way. As A. Leontiev said, "if you want a

language to be means of communication, there must be common or similar understanding of reality” [1].

A lot of people visit foreign countries to do business, to attend international conferences; sometimes some people stay to work and live abroad. So, you should learn the mentality of a certain country. One of the main difficulties for aliens is the form of greeting [2].

So, greeting is very important in communication between people. First of all it is contact setting that means that you were noticed, a sign of social unity. Different ways of greeting show how the attendants of communication indicate the social position of each other, what relations they have. The communication starts with the greeting, it shows its mood. In addition to this, greeting can relieve a stress of silence when verbal communication is supposed.

There are many ways to say hello in English. To greet a friend on the run, to start up a conversation with at a party, to meet an old friend after a long separation, to be presented to a business partner – every situation has its own nuances, and we will consider them in more detail.

There are some ways of greeting. They can be divided into three groups: formal, informal and non-verbal.

1. **Formal greeting** is used to communicate with unknown people, old people, adults and business partners because saying “*Hello*” to a business partner is impolite.

Let’s have a look at some examples of formal greeting: “*Good morning/afternoon/evening. I don’t think we’ve met before.*”, “*Let me introduce myself.*”, “*My name is...*” or you can say “*How do you do*”. It is a formal synonym for a phrase “*Nice to meet you*”. It is not a question and the answer will be also “*How do you do*”.

The following phrases can be used to continue the conversation: “*It’s a pleasure to meet you*”, “*I am very pleased to meet you*” or if you see this person for the second time you can say: “*Good morning, Ms. Halen.*” “*How are you today?*”, “*I am very well, thank you. And you?*” or “*Hello Ms. Halen. It’s nice to see you again!*”

2. **Informal greeting** is used when you speak with your friends, relatives or close people.

Why do we need so many different ways to say “*Hello*”? One reason is that English speakers like to avoid repeating words. If one person says “*Hello*”, the other person can use “*Hi*” instead. These two expressions are the most common and widely used in every day communication.

Another expression of informal greeting is “*Hey*”. Use “*Hey*” with people that you know well. It is a bit rude to use this phrase with strangers, it might be confusing. The person might think “*Huh? Do I know this person? What’s up?*” [5].

As for Americans, they often use informal ways of greeting. They usually say “*Hi*” or “*Hello*”, it doesn’t matter to whom they say it. But sometimes people use formal ways of greeting. Formal ways are used mostly for introduction: “*Mrs. Bell, I’d like you to meet my brother Boris. – How do you do, Boris*”. To answer they usually say, “*It’s nice to meet you*”, “*Pleased to meet you!*”.

The sex and age of the interlocutor are not relevant for the choice of greeting.

3. **Non-verbal greeting** is the cooperation between people with no words, for example with gestures and, probably, with the byplay.

The most prevalent greeting in the everyday life as well as the business meetings is a handshaking. In the Slavic countries this form of the greeting is preferred by men.

It's important that the handshaking etiquette has certain rules: the man must be the first at the handshaking with woman (though, this rule is opposite in England).

– If you are sitting at the moment when someone gives the hand to you, you should stand up;

– A handshaking must be without gloves, the weather doesn't matter;

– If the person has the title which is higher than yours, you must wait for the offering this person's hand.

The handshaking is popular all over the world, especially in Europe and Northern America. It's multipurpose as well as individual, because different people have different impressions of it.

In addition to this, kisses, moving of shoulders and smiling are non-verbal, too. These forms are suitable especially for informal communication, because people may kiss each other if they know each other well, if they are friends or relatives.

Smiling, for example, is essential in American etiquette, but the handshaking between familiar people is not so popular there: only in situation when they haven't seen each other for a while. It should be noted that the formula "*Good day*" and "*Good night*" are not used as a greeting: the first is sometimes used at parting, and the second is a wish.

Nowadays, there are some phrases which go after the greeting, because our speech won't be perfect without them. You should ask your interlocutor: "*How are you?*", "*Have you got any plans tonight?*", "*Do you like the weather?*" and so on.

Greeting in England is really important in communication. England as well as its etiquette is the embodiment of rigor and formality. It's really important to know the forms of greeting in this country as well as in the others.

Nowadays, people move to another place because of different reasons. Someone looks for better life, someone looks for a job, and other ones are interested in tourism. That's the reason why everyone, who visits different countries, should know how to greet the person correctly and how to address to someone.

So, all the forms which were described earlier, especially formal, informal and non-verbal greetings require the straight following of the speaking etiquette because the deviation from standards means the complication of communication and rudeness to the interlocutor.

First of all, the greeting is one of the main forms of etiquette and all people must realize it. If people don't do it, our society would be really uncultural.

All the forms of greeting, no matter how interesting or different they are, give the same message. That is love and respect to maintain good will in the society.

Finally, greeting is the sign of honor to each other. With the help of greeting the person may show attention, welcoming and sympathy.

So, it's important to greet each other. You should remember that greeting is the first stone to the making relationship. It means that your greeting can make your future.

American and British English are different. But it doesn't matter where you try to be polite. Use correct words for a particular place and people and you always will be polite.

#### References:

1. Леонтьев А. А. Основы психолингвистики / А. А. Леонтьев. – М. : Значение; СПб. : DOE, 2003. – С. 272.
2. Стернин И. А. Язык и национальное сознание / И. А. Стернин // Логос. – 2005. – С. 156-171
3. Стернин И. А. Русский и немецкий коммуникативное поведение и проблема межкультурной коммуникации / И. А. Стернин // Межкультурная коммуникация : парадигмы исследования и преподавания. – Красноярск : КГПУ РИО, 2003. – С. 63–102.
4. Тарасов Е. Ф. Языковое сознание и образ мира / Е. Ф. Тарасов. – М., 2000. – С. 26.
5. 15 ways to say "Hello" in English [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://audiorazgovornik.ru/slova-varazheniya/1815-15-ways-to-say-qhelloq-in-english>.

#### **Діана Кошкіна, Євгенія Петрунек. Різні форми вітання в англійській мові**

В статті проаналізовано різні форми привітання, що використовуються в англійській мові, а саме офіційне, неофіційне, а також невербальне. Велика увага приділяється ролі привітання в сучасному суспільстві як засобу успішної комунікації.

**Ключові слова:** привітання, комунікація, офіційне привітання, неофіційне привітання, невербальне привітання, жести, рукостискання.

УДК 81'276-029:811'111:314.1(477)(045)

**Дар'я Ткач**

студентка

Донецький національний університет економіки  
і торгівлі ім. М. Туган-Барановського

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: К. О. Новікова

#### **ВИКОРИСТАННЯ АНГЛІЙСЬКОГО СЛЕНГУ УКРАЇНСЬКИМ НАСЕЛЕННЯМ**

У роботі представлено причини вживання англійського сленгу українським населенням та канали його розповсюдження. Проаналізовано сучасні визначення поняття «сленг». Наведено класифікацію найчастіше вживаних сленгових слів.

**Ключові слова:** сленг, неформальна мова, соціолект, канал розповсюдження.

На сьогоднішній день англомовні країни є лідерами на світовому ринку, одними з найбільших експортерів різноманітної продукції по всьому світу, а також найпопулярнішими серед туристів, тому не дивно, що ці країни мають великий вплив на населення інших країн, у тому числі й України.

Актуальність даної теми обумовлена тим, що велика кількість українського населення, а особливо молоді використовує у своєму спілкуванні англійський сленг, хоча іноді навіть і не знає значення тих чи інших слів.

В статті було проаналізовано сучасні визначення поняття «сленг» та його використання українським населенням, наведено класифікацію найчастіше вживаних слів та аббревіатур, досліджено канали інформації, через які в нашому мовленні з'являються слова англійського сленгу.

В сучасній лінгвістиці поняття «сленг» визначається різними способами.

Кембріджський англословник дає таке визначення: «сленг – це дуже неформальна мова, якою, як правило, говорять, а не пишуть, використовується насамперед певними групами людей» [7].

У «Словнику лінгвістичних термінів» О. Ахманової пропонується декілька трактування сленгу: «Сленг – 1. Розмовний варіант професійного мовлення. 2. Елементи розмовного варіанту тієї чи іншої професійної або соціальної групи, які, проникаючи в літературну мову або взагалі в мову людей, не маючи прямого відношення до цієї групи осіб, набувають у цих умовах особливого емоційно-експресивного забарвлення» [1].

На думку відомого російського лінгвіста В. Хомякова: «Сленг – це відносно стійкий для певного періоду, широко вживаний, стилістично маркований (знижений) лексичний пласт (іменники, прикметники та дієслова, що позначають побутові явища, предмети, процеси та ознаки), компонент експресивного просторіччя, що входить в літературну мову, дуже неоднорідний за своїми джерелами» [3].

Визначення поняття «сленг», яким найчастіше користуються у нашому суспільстві, оскільки його пропонує популярний інтернет ресурс «Вікіпедія»: «Сленг ([англ.](#) slang) – міський [соціолект](#), який виник із [арго](#) (жаргони) різних замкнених [соціальних груп](#) як емоційно забарвлена лексика низького й фамільярного стилю» [6].

Проаналізувавши визначення поняття «сленг», можна сказати, що сленг – це неформальна лексика, яка перш за все використовується певними соціальними групами у повсякденному чи професійному мовленні.

Серед найвідоміших зарубіжних лінгвістів, роботи яких присвячено вивченню сленгу, можна відмітити: А. Бо, Г. Бредлі, Дж. Грінок, О. Есперсен, К. Кіттрідж, У. Лабов, Дж. Лайтер, М. Ленерт, Дж. Маррей, Г. Менкен, Л. Соудек та ін.

Найбільший сучасний англійський дослідник сленгу Е. Партрідж і його послідовники (наприклад, Дж. Грінок і К. І. Кіттрідж) розглядають сленг як свідоме, навмисне вживання елементів загальнолітературного словника в розмовній мові [2].

Виділяють наступні стилістичні цілі використання сленгу:

1. Для створення ефекту новизни – додання чогось нового у нашу мову.
2. Незвичайності – щоб зробити мовлення відмінним від того, до якого всі звикли.
3. Відмінності від визнаних зразків – внести в мову відмінність від прийнятих стандартів.
4. Для передачі певного настрою мовця – емоційно забарвити мовлення.
5. Для додання висловленню конкретності, жвавості, виразності – більш уточнити, конкретизувати висловлення.

6. Для додання зримості, точності, стислості, образності – зробити висловлення коротшим та точнішим.

7. Щоб уникнути штампів, кліше – щоб не використовувати постійно одній й ті ж самі штампи, а створити нові висловлення.

Парадокс сленгу полягає в тому, що люди дивляться на сленг зверхньо, зневажливо, але не можуть без нього обійтися. Сленг природний в мові.

Лінгвістика останніх двадцяти років активно переключилася з вивчення писемної мови на дослідження і аналіз безпосереднього живого спілкування, бо «безпосереднє усне мовне спілкування продовжує залишатися найважливішою сферою функціонування мови», так як «розмовна мова – це в певному сенсі мінімальна система національної мови, філогенетично і онтогенетично первинна система, найважливіша за діапазоном громадської та індивідуальної значущості».

Сленг використовується з метою зробити мову тієї чи іншої соціальної групи незрозумілою для непосвяченого. Для сленгу характерно не тільки спотворення існуючих слів мови, а й численні запозичення, зовнішній вигляд яких нерідко модифікується таким чином, що вони нічим не відрізняються від інших лексем даної мови [5].

Дуже важливим під час розгляду проблеми використання англійського сленгу українськи населенням є розгляд каналів розповсюдження цього сленгу. Найбільш відомим та популярним каналом розповсюдження сленгу та взагалі розповсюдження будь-якої інформації є інтернет. На другому місці по величині розповсюдження сленгу стоять ЗМІ, також слід звернути увагу на те, що зараз надзвичайно популярний туризм, тому він беззаперечно також є одним з головних каналів розповсюдження сленгу.

Найбільше у своїй мові сленг вживає молодь, це пов'язано з тим, що саме молодь найчастіше використовує інтернет. Також причиною вживання молоддю сленгу є бажання самовираження та самоутвердження.

Сленг, який найчастіше використовується в нашому повсякденному спілкуванні можна класифікувати за частинами мови.

Таблиця 1

Приклади використання сленгу

Частина мови	Приклади сленгу
Іменники	<i>Cash</i> – ‘гроші’; <i>Crush</i> – ‘людина у яку ти закоханий’; <i>Bro</i> – ‘брат (у сенсі найкращий друг)’; <i>Trash</i> – ‘вираження настрою, коли ти чимось здивований’; <i>Beauty</i> – ‘красуня’.
Прикметники	<i>Go-go</i> – ‘гіперактивний’; <i>Cheesy</i> – ‘ніжний, вразливий’; <i>Fashion</i> – ‘модний’; <i>Swag</i> – ‘крутий’; <i>Fake</i> – ‘не справжній, підробка’;

Дієслова	<p><i>Like</i> – ‘подобатися’ вживається, як «лайкнути»;</p> <p><i>Follow</i> – ‘слідувати’ вживається, як «фоловити»;</p> <p><i>Use</i> – ‘використовувати’ вживається, як «юзати»;</p> <p><i>Spam</i> – ‘спам’ також вживається «спамити».</p>
Словосполучення	<p><i>Like shock</i> – ‘лайк-шок’ відчуття, коли ваш пост у соцмережах набирає набагато більше лайків, ніж очікувалось;</p> <p><i>Gloatgram</i> – ‘хвалограм’ пост в Інстаграмі, який демонструє гарне життя автора;</p> <p><i>Bromance</i> – ‘броманс’ відносини між двома чоловіками традиційної сексуальної орієнтації, які сповнені любові й прихильності;</p> <p><i>Facebook minute</i> – ‘фейсбук-хвилина’ невизначений період часу, який людина провела у Facebook з того моменту, коли зазирнула у нього, щоб просто перевірити, чи немає нових повідомлень;</p> <p><i>Book hangover</i> – ‘книжкове похмілля’ відчуття, коли навколишній світ здається недосконалим і сюрреалістичним через те, що людина тільки що закінчила читати книгу, в яку повністю була занурена.</p>

Отже, проаналізувавши сучасні визначення поняття «сленг» можна сказати, що воно має велику кількість визначень з різних джерел, та всі вони мають головною думкою те, що сленг – це неформальна лексика, яка перш за все використовується певними соціальними групами у повсякденному чи професійному мовленні.

Дослідивши причини вживання сленгу встановлено, що у наш час сленг найактивніше вживається молоддю для того щоб вирізнитися від встановлених норм, внести в своє мовлення новизну та незвичайність.

Аналіз каналів розповсюдження сленгу показує, що найчастіше сленг розповсюджується через інтернет, а саме соціальні мережі.

#### Список використаних джерел:

1. Ахманова О. С. Словник лінгвістичних термінів / О. С. Ахманова. – М., 1991.
2. Бонадренко К. Л. Зіставна лексикологія / К. Л. Бонадренко. – К., 2007.
3. Хомяков В. А. Вступ до вивчення основного компоненту англійського просторіччя / В. А. Хомяков. – Вологда, 1971.
4. 20 новітніх явищ англійською мовою [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uaspeaking.org/blog/20-novitnih-yavvshh-anglijskoyu-movoyu>.



5. Множинність дефініцій сленгу в науковій літературі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://socio.125mb.com/mnojestvennost-definitsiy-slenga-nauchnoy-21967.html>.
6. Сленг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B3>.
7. Cambridge Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/slang>.

### **Daria Tkach. The usage of English slang by Ukrainian population**

The present article is concerned with the reasons of English slang usage by Ukrainian population and the ways of its broadening. The up-to-date definitions of the term «slang» are analyzed. The classification of the most often used slang words is provided.

**Key words:** slang, informal speech, social-group dialect, way of broadening.

УДК (811.111(73):811.111=153)-021.254(045)

**Єлизавета Шевченко**

студентка

Донецький національний університет економіки

і торгівлі ім. М. Туган-Барановського

м. Кривий Ріг, Україна

Науковий керівник: Д. В. Фурт

## **ОСНОВНІ ВІДМІННОСТІ АМЕРИКАНСЬКОЇ ТА БРИТАНСЬКОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ**

У статті описані основні відмінності правопису, вимови та граматики британської та американської англійської мов. Наведено приклади, які дозволяють більш детально дослідити проблему та побачити різницю між американською та британською англійською.

**Ключові слова:** словотворення, написання, вимова, значення слів, граматика, британський діалект, американський діалект, акцент.

Півстоліття тому англійська була однією з міжнародних мов, прийнятих у світі. З часом її роль у суспільстві значно зросла. На сьогоднішній день англійська мова має декілька варіантів вживання. Два основних – це американський та британський варіант англійської.

Важливо зауважити, що американська англійська набула світового значення після війни 1939-1945 років. В той момент Сполучені Штати почали відігравати важливу роль у післявоєнній перебудові світу. Завдяки розвитку в галузях політики, економіки і сучасних технологій, США здобули значний вплив на країни Європи, Азії та Латинської Америки.

Дослідженням відмінностей між британським та американським варіантами англійської мови займалися викладачі Оксфордського та Кембриджського університетів. На основі результатів було створено словники, якими користуються й на сьогоднішній день. Найвідомішими дослідниками є Пем Пітерз, Том МакАртур та Орін Харвейс.

Для того аби виявити різницю між цими двома варіантами одної мови слід розглянути аспекти словотворення, написання, вимови, значення слів та граматики.

Суфікс "-ward(s)" в британському діалекті зазвичай використовується у вигляді "-wards", а в американському як "-ward". Мова йде про слова forwards, towards, rightwards і тощо. Тим не менш, слово forward активно використовується і в Британії, а слова afterwards, towards, forwards не є незвичайними і для американського діалекту.

Для американської англійської більш характерне словотворення через злиття основ. Сьогодні найчастіше саме в західній півкулі стійкі фрази перетворюються у нові слова. При утворенні словосполучень, що складаються з іменника і дієслова, яке вказує на його призначення, у британському варіанті частіше використовується герундій (sailing boat), а американці віддають перевагу комбінуванню дієслова з іменником (sailboat). Те ж саме відбувається і зі словосполученнями, що означають предмет та його власника – dollhouse та doll's house.

Якщо розглядати орфографію, то американська англійська простіша, тобто невимовні букви пропускаються, а слова написані ближче до свого звучання. Як приклад відсутність букви u в американських словах: color, neighbor, honor. Також у словах traveling, jewelry та program відбувається спрощення приголосних (travelling, jewellery та programme – в британському варіанті).

У таблиці 1.1 наведені приклади різного написання слів при однаковій вимові. SAE – стандартна американська англійська, SBE – стандартна британська англійська.

SAE	SBE
Center	Centre
check (noun)	cheque (noun)
all right	Alright
Maneuver	Manoeuvre
Tire	Tyre
Aging	Ageing
Jail	Gaol
Canceling	Cancelling

Табл. 1.1

Американською вимовою вважається те, з яким акцентом говорять Загальною Американською мовою (General American); її можна почути на американському телебаченні та радіо. Вона описана в словниках Merriam-Webster та Random House.

Американська вимова – це так зване rhotic pronunciation, тобто буква «r» завжди вимовляється.

Більшість освічених американців і канадців говорять на мові найбільш близькою за звучанням до Загально Американської. У великих містах, таких як Нью-Йорк, Лос-Анджелес або Торонто акцент майже однаковий, хоча існує кілька регіональних відмінностей. У південних штатах, особливо у маленьких містах, далеко від мегаполісів можна почути свій особливий акцент.

Під класичною британською вимовою розуміють те, як розмовляють та навчають у британських мовних школах. Класичний британський варіант англійської мови представлений в підручниках і словниках видавництва Oxford і Longman.

Але на Британських островах лише невелика кількість людей говорить класичною британською англійською мовою, це жителі великих міст на південному сході Англії, таких як Оксфорд, Кембридж, Брайтон та Лондон. Крім цього, класичну британську вимову можна почути серед вчених, акторів, теле – і радіоведучих, політиків і вчителів. Представники робочого класу говорять на лондонському діалекті Кокни (Cockney).

У таблиці 1.2 наведено загальні категорії відмінностей між стандартною американською англійською (SAE) і стандартною британською англійською (SBE), кожна з яких має свою значимість (тобто використання певних слів і виразів яким-небудь соціальним прошарком) [2].

Word	SAE Pronunciation	SBE Pronunciation
advertisement	'æd vɜ:r tɑz mənt	əd'vɜ: t smənt
controversy	'kɑ:n trə vɜ:r si	'kn trə vɜ: si kən'trɒ əsi
ballet	bæ'leɪ	'bæ leɪ
secretary	'sek rə ter i	'sek rə tri
clerk	klɜ:rk	kla:rk
dance	Dænts	da:nts

Табл.1.2

Американська медіа індустрія виробляє величезну кількість інформації, такої як фільми, телепередачі і телешоу, комп'ютерні ігри. Це варто враховувати, якщо ви вивчаєте англійську «для себе». Все що пов'язано з інтернетом та комп'ютерами в основному створюється американською англійською. Наприклад, відеоролики на Youtube або аудіоподкасти на Podomatic.

У світі як мінімум в 10 разів більше говорять американською англійською, ніж британською. Якщо ви захочете знайти співрозмовника для онлайн спілкування, то це буде простіше для тих, хто вивчає американський варіант.

Найкращі словники англійської видаються на британському варіанті англійської мови. Крім цього, більшість найпопулярніших підручників так само друкуються в Британії. Англійці спокійно ставляться до американського акценту, в той час як серед американців, люди, що говорять з британським акцентом, користуються особливою увагою. Таких людей сприймають більш освіченими і розумними.

Часто для однакових понять американці і британці використовують різні слова. Наприклад, туалет американці називають не toilet, а виключно bathroom. Крапка (та, що ставиться в кінці речення) британською буде full stop, а американською – period.

У таблиці 1.3 підібрано найбільш поширені відмінності у цих двох мовах [1].

<b>American variant</b>	<b>British variant</b>	<b>Translation</b>
1 <sup>st</sup> floor	Ground floor	Перший поверх
2 <sup>nd</sup> floor	First floor	Другий поверх
Administration	Government	Влада
Apartment	Flat	Квартира
Assignment	Homework	Домашнє завдання
Billion	Milliard	Мільярд
Blue	Sad	Сумний
Can	Tin	Консерви
Class	Course	Курс навчання
Metro/subway	Tube/Underground	Метро
Movies	Cinema	Кінотеатр
Napkin	Serviette	Серветка
Shop	Store	Магазин
Taxes	Rates	Податки

Табл. 1.3

В американській англійській іменники, що позначають групу людей (army, government, committee, team, band), зазвичай використовуються в однині. Британці ж можуть використовувати ці слова як в однині так і множині, залежно від необхідності підкреслити кількість людей чи єдність. Якщо назва колективу має множинне число, то в будь-якому разі слід вжити множину (The Beatles are a well-known band).

Існує різниця у вживанні неправильних дієслів у Великобританії та США. Так, дієслова learn, spoil, spell, dream, smell, spill, burn, leap та деякі інші в британському варіанті можуть бути як правильним, так і неправильним. В Америці неправильні форми використовуються набагато рідше, крім burnt і leapt. Дієслово spit в британському англійською має форму spat, а в американському може бути і spat і spit, причому перше частіше вживається в переносному значенні, у значенні «виплюнути» (фразу) або виплюнути якийсь предмет, а не слину. Дієприкметник минулого часу від слова saw в британському варіанті звучить як sawn, в американському – sawed. В Америці дієприкметник минулого часу від слова get може мати форму gotten, від forget – forgotten, а від prove – proven. Є й інші відмінності у використанні неправильних дієслів, пов'язані з місцевими діалектами, і є темою для подальшого вивчення.

В британському варіанті частіше використовуються форми "I have got" (щось мати) і "I have got to" (необхідність) у розмовній мові, а вираз "I have" та "I have to" звучать більш офіційно. В Америці найчастіше використовуються "I have" і "I have to", а в неформальному спілкуванні можна вжити "I got" і "I got to" відповідно; останній вираз змінився на "I gotta" [3].

Існують протилежні думки щодо того, на який варіант мови орієнтуватися при вивченні англійської. Прихильники американського варіанту говорять про його більш широке поширення, сучасність, простоту та зручність. Їх опоненти вважають, що тільки британський варіант є справжньою англійською, а все інше – спрощення і засмічення. Єдиним вірним рішенням щодо граматики є те, що більшість підручників дають класичний британський варіант; американські розмовні норми хоч і спрощують британські, але не скасовують їх. У разі, якщо ваша фраза буде надмірно літературною, то це буде звучати правильно, але якщо навпаки спростити, то вас можуть не зрозуміти. Також слід знати американські значення слів, бо вони використовуються практично в усьому світі, крім Британії.

Тож, обираючи необхідний варіант, слід врахувати ваше місцезнаходження, мету та суб'єктів спілкування.

#### **Список використаних джерел:**

1. Евдокимов М. С. Краткий справочник американо-британских соответствий / Евдокимов М. С., Шлеев Г. М. – 2000. – С. 2-33.
2. American and British English pronunciation differences [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://en.wikipedia.org/wiki/American\\_and\\_British\\_English\\_pronunciation\\_differences](https://en.wikipedia.org/wiki/American_and_British_English_pronunciation_differences)
3. Comparison of American and British English [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://en.wikipedia.org/wiki/Comparison\\_of\\_American\\_and\\_British\\_English](https://en.wikipedia.org/wiki/Comparison_of_American_and_British_English)

#### **Yelyzaveta Shevchenko. The main differences of American and British English**

The main differences of spelling, pronunciation and grammar between British and American English are described in the article. The examples which help to study the problem and to see differences between British and American English are given.

**Key words:** word formation, spelling, pronunciation, words meaning, grammar, British dialect, American dialect, accent.

Наукове видання

Збірник наукових праць

# **Іноземні мови ХХІ століття: професійні комунікації та діалог культур**

Підписано до друку 10.11.2016  
Формат 60 x 84 / 16 Папір офсетний  
Гарнітура Times New Roman.  
Друк – цифровий. Умовн. друк. арк. 16,75.  
Тираж 160 прим. Замовлення № 6

---

**Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського**  
50005, Кривий Ріг, вул. Островського, 16

Видавництво «Діонат» (ФО-П Чернявський Д.О.)  
пр. 200 річчя Кривому Рогу, 17, (зуп. «Спаська»),  
тел.: (056) 440-21-63; 404-05-92.  
Свідоцтво ДК 3449 від 02.04.2009 р.  
[www.dionat.com](http://www.dionat.com)

Друкарня: ФОП Маринченко С. В.  
вул. Героїв АТО, 81-А, оф. 109, м. Кривий Ріг  
Дніпропетровська обл., 50086  
Свідоцтво про державну реєстрацію №030567 від 19.01.2007 р.  
Тел. (067) 539-66-81