

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ  
ФІЛОЛОГІЇ ТА МЕТОДИКИ  
ВИКЛАДАННЯ  
ГУМАНІТАРНИХ  
ДИСЦИПЛІН**

**Збірник  
наукових праць**

**2016**

**ББК 81.2**  
**А - 43**  
**УДК: 81. 243**

**Актуальні проблеми філології та методики викладання гуманітарних дисциплін:** Збірник наукових праць. Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету. — Рівне: РДГУ, 2016. — 105 с.

Збірник наукових праць містить статті з актуальних проблем викладання іноземної мови, філології, теоретико-методологічних, культурологічних, літературознавчих, мовознавчих проблем спілкування.

Матеріали можуть бути корисними для науковців, працівників навчальних закладів, викладачів та студентів вищих педагогічних навчальних закладів.

#### **РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:**

**Головний редактор:**

**Совтис Наталія Миколаївна** – доктор філологічних наук, професор (Рівненський державний гуманітарний університет);

**Заступник головного редактора:**

**Мороз Людмила Володимирівна** – кандидат філологічних наук, професор (відповідальний редактор) (Рівненський державний гуманітарний університет).

#### **ЧЛЕНИ РЕДАКЦІЙНОЇ КОЛЕГІЇ:**

**Вербець Владислав Володимирович** – доктор педагогічних наук, професор (Рівненський державний гуманітарний університет);

**Деменчук Олег Володимирович** – доктор філологічних наук, професор (Рівненський державний гуманітарний університет);

**Карпенчук Світлана Петрівна** – доктор педагогічних наук, професор (Рівненський державний гуманітарний університет);

**Коваль Ганна Петрівна** – доктор педагогічних наук, професор (Рівненський державний гуманітарний університет);

**Литвиненко Світлана Анатоліївна** – доктор педагогічних наук, професор (Рівненський державний гуманітарний університет);

**Малафійк Іван Васильович** – доктор педагогічних наук, професор, член-кореспондент АПСН (Рівненський державний гуманітарний університет);

**Михальчук Наталія Олександрівна** – доктор психологічних наук, професор (Рівненський державний гуманітарний університет);

**Павелків Роман Володимирович** – доктор психологічних наук, професор (Рівненський державний гуманітарний університет);

**Петренко Оксана Борисівна** – доктор педагогічних наук, професор (Рівненський державний гуманітарний університет);

**Шугасва Людмила Михайлівна** – доктор філософських наук, професор (Рівненський державний гуманітарний університет);

**Ямницький Вадим Маркович** – доктор психологічних наук, професор (Рівненський державний гуманітарний університет);

**Бігунова Світлана Анатоліївна** – кандидат психологічних наук, доцент (Рівненський державний гуманітарний університет);

**Ніколайчук Галина Іванівна** – кандидат педагогічних наук, професор (Рівненський державний гуманітарний університет);

**Постоловський Руслан Михайлович** – кандидат історичних наук, професор, член-кореспондент Міжнародної слов'янської академії наук, ректор (Рівненський державний гуманітарний університет);

**Романюк Світлана Констянтинівна** – кандидат філологічних наук, доцент (Рівненський державний гуманітарний університет).

Затверджено Вченою радою Рівненського державного гуманітарного університету (протокол № 11 від 24.11.2016 р.).

За достовірність фактів, дат, назв і т. п. відповідають автори статей. Думки авторів можуть не збігатися з позицією редколегії. Рукописи рецензуються і не повертаються.

Адреса редакції: 33028 м. Рівне, вул. Пластова, 31. Рівненський державний гуманітарний університет

ISBN 966 — 7281 — 09 — 03.

© Рівненський державний гуманітарний університет, 2016

*competencies. The analysis of the concept of different Ukrainian and foreign scientists. Recalculated number of requirements to be met by competent expert translation. In the article the general principles of translation studies are presented and the formation of translation competence in a foreign language specialists is shown.*

*The material presented in line with the model that treats translation as a means of interlingual communication, the specificity of which defines a set of knowledge and skills that specialist gets from the learning process.*

**Key words:** translation, translation, linguistic personality, communicative activities, competence, world view, means of communication, semantic perception of professional activity.

Одержано редакцією 18.11.2016 р.

УДК [811. 111: 808. 5]: 070

Л.В. МОРОЗ, А.В. ДАЦЮК

## БРИТАНСЬКИЙ ГАЗЕТНИЙ ДИСКУРС ЯК КОНТЕКСТ ОБ'ЄКТИВАЦІЇ ТЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ

**Резюме.** Стаття досліджує питання британського газетного дискурсу та його здатність до відображення та формування соціокультурних стереотипів. Аналізуються такі жанри, як інформаційна стаття, інформаційне повідомлення, передова стаття, полемічна стаття, рекламна стаття, репортаж.

**Ключові слова:** дискурс, аналіз, стереотип, газета, інформація, стиль.

Виходячи з розуміння дискурсу як мовленнєво-розумової діяльності людини, що протікає у широкому соціокультурному контексті та є сукупністю процесу і результату [53, с. 13-14;] й враховуючи наявність в етнокультурних дискурсах інституціональних підвидів, адаптованих до відповідної сфери діяльності [44, с. 202], британський газетний дискурс тлумачимо як інституціональну мовленнєво-розумову діяльність, реалізовану в друкованих текстах ЗМІ.

Прийняте у дослідженні тлумачення дискурсу спирається на інтеракційну модель комунікації, де остання постає як інтерактивний процес вироблення смислів, колективна смислотворча діяльність [97, с. 398-405].

Як і будь-який інший тип дискурсу, британський газетний дискурс, крім власне лінгвального, має позалінгвальні: *зовнішній транссеміотичний* та *внутрішній семіотичний* контексти, де перший відсилає до різноманітних антропоцентричних факторів фізичної, соціокультурної й психологічної реальності, що можуть впливати на значення мовних виразів, а другий є ментальним відображенням першого й містить “знання, вірування, уявлення, наміри в їхньому відношенні до комунікантів, дискурсу, реального й можливого світу, культурної ситуації, статусно-рольових стосунків учасників, способу комунікації, стилю дискурсу, предмету й регістру спілкування, рівня формальності інтеракції, фізичного і психологічного стану - усіх аспектів контекстуальності” [49, с. 150].

*Транссеміотичний контекст* британського газетного дискурсу містить соціокультурний й психологічний аспекти.

*Соціокультурний аспект* стосується соціально-політичних та професійних характеристик учасників мовленнєвого спілкування: джерела інформації або адресанта (статус, політична спрямованість, ідеологічна забарвленість видання, особливості, пов'язані з колективним авторством, оперативність створення й споживання тексту, періодичність, використання первинних текстів: документів, прес-релізів, інтерв'ю, повідомлень інформаційних агентств тощо) та адресата або аудиторії (орієнтація на масову/жіночу/чоловічу/молодіжну/дитячу тощо аудиторію) [77, с. 45].

В газетному дискурсі реалізується чітке розмежування “сторін” мовленнєвого спілкування - відправником тут постає “колективний автор”, адресатом є так званий “масовий читач” [89, с. 66-67]. Звичайно, у конкретних ситуаціях відмічається гетерогенність читачкої аудиторії й оригінальність “авторських” матеріалів. Комунікатор-журналіст залишає на виборі й описі навіть нескладного факту свій суб'єктивний відбиток [20, с. 29]. Газетний текст має містити ознаки авторської особистості [41, с. 17;]. Однак, навіть індивідуально написані твори проходять через кілька “рук” до публікації: їх редагують, перевіряють на точність даних, коректують, оформлюють, адаптують тощо. Відтак, видання є колективним продуктом. Крім того, власне адресанти є членами суспільства, вони занурені у соціальну масу. Вимальовується замкнений цикл: нові ідеї утворюються на ґрунті старих, з'являються усередині системи пануючої культури [8, с. 50].

Для газетного дискурсу кінця ХХ - початку ХХІ століття з його спрямованістю на авторизацію, тобто на поєднання в тексті функцій того, хто продукує висловлювання, і того, чия позиція при цьому висловлюється, особливо актуальною стала розробка проблеми категорії точки зору в тексті, яка “може бути розглянута як складовий елемент категорії образу автора” [41, с. 17]. Адресат має справу безпосередньо не з образом автора, а з образом оповідача. Оповідач не є тотожним автору і постає як уявна фігура. Оповідачем є той, хто безпосередньо стоїть за текстом (або його частиною) й є модельованим текстом суб'єктом мовлення [24, с. 182].

Ми погоджуємося з В.М. Березиним, який вважає, що адресант газетного дискурсу - це “індивід, детермінований соціальними умовами, оскільки будь- яка діяльність людини <...> поєднує індивідуальне і суспільне. Авторська творчість у журналістиці має колективно-індивідуальний характер, тому що індивідуальність особистості журналіста в комунікативному процесі і його результатах несе на собі відбиток

макрогрупи соціуму (соціальної, національної, політичної спільноти людей), і мінігрупи (професійного колективу). Взаємодія індивідуального та суспільного впливає на комунікативну діяльність суб'єкта дискурсу. Звідси впливає проблема суб'єктивності й об'єктивності у відображенні фактів і подій реальної дійсності, характерів людей, оцінки ситуацій і стану речей, показу тенденцій соціально-політичного розвитку" [8, с. 54]. Адресантом газетного дискурсу є індивід, що висловлює авторську точку зору, яка детермінована соціальними умовами; тому авторська творчість має колективно-індивідуальний характер.

Відтак, у соціальному плані продуцент дискурсу є не просто представником певного лінгвокультурного соціуму, а виразником певних ідеологічних позицій.

Аудиторію характеризують як чисельно невизначену і якісно неоднорідну групу людей, які взаємодіють зі ЗМІ. Аудиторія є типовим носієм масової свідомості. На відміну від масової, групова свідомість більш однорідна і є характерною для представників однієї професії, жителів одного населеного пункту чи людей одного віку. Масова свідомість, навпаки, аморфна і нестійка. Вона виникає під впливом ситуації [42, с. 144]. В аудиторії ЗМІ, як правило, змішуються "несхожі за соціально-демографічними ознаками люди, які хотіли б, з точки зору змісту, бачити в публікаціях 'дзеркало' власного життя, свій портрет" [42, с. 145-146]. Відтак, основною метою редакції є досягнення взаєморозуміння з аудиторією. Мова йде не лише про доступність населенню мови та змісту матеріалів, але й про збіг очікувань, ціннісних орієнтацій, преференцій [там само].

*Психологічний аспект* пов'язаний з прагматично релевантними категоріями дискурсу, насамперед таким психологічним регулятивом, як мета мовленнєвої дії адресанта. У газетному дискурсі повного мірою реалізується основна мета будь-якої мовленнєвої діяльності, - мета впливу, яка ініціює комунікативний процес і визначає тип мовленнєвої поведінки індивідів включно з вербальним вибором [34, с. 59].

У більшості випадків мовленнєвий вплив трактують як цілеспрямованість, мотиваційну обумовленість мовленнєвого спілкування; "комунікативне використання мовних виразів, за якого в модель світу носія мови вводяться нові знання і модифікуються уже наявні, тобто відбувається процес онтологізації знань" [7, с. 40-52]; обмін символами в процесі комунікації, який <...> корегує моделі світу адресанта й адресата/-тів [34, с. 24].

У текстах газетного дискурсу мовленнєвий вплив має ідеологічну забарвленість. Враховуючи, що система базових понять, моральних цінностей та ідеалів еволюціонує на протязі тривалого часу у результаті довготривалої цілеспрямованої дії, газетний дискурс становить собою ідеальний засіб систематичної пропаганди та маніпуляції поглядами, переконаннями, діями членів соціуму за допомогою мовних знаків [42; 137]. Він пов'язаний, з одного боку, з відображенням, а з другого, - формуванням стереотипів масової свідомості шляхом нав'язування аудиторії певних смаків, життєвих пріоритетів, моделей поведінки, у тому числі й мовленнєвої. Так, наголошують, що лексичні засоби, які використовує індивід при породженні та інтерпретації дискурсу, проливають світло на світогляд людини, а отже, на "стереотипи національних характерів" [38; с. 185], внутрішній світ людини, знання та уявлення, які складають мовну картину світу. На думку французького філософа Г. Дебора, газетний дискурс формує стереотипи масової свідомості, штампує погляди й смаки з настановою на псевдо-реальність, на відновлення примітивної одномірної картини дійсності, закріплює у свідомості індивіда прийняті та розповсюджені погляди, стандартизує їх й доводить до рівня забобонів [61- 62, 64].

Важливе місце серед стереотипів займають тендерні стереотипи. Газетний дискурс відображає культурні й соціально обумовлені уявлення соціуму про тендерні ролі, встановлює межі, умови, форми поведінки, характер відносин, мету і способи її досягнення, тобто виконує функцію регуляції соціальної поведінки [53, с. 40; 92, с. 41-54].

Масова свідомість будує в своїй уяві образи чоловіків та жінок спираючись на стереотипи, які склалися століттями. Ці стереотипи розповсюджуються на всіх представників тієї чи іншої статі, незалежно від їх індивідуальних особливостей та віку і стосуються як особистісних рис чоловіків та жінок, так і особливостей їх поведінки [33, с. 54].

Соціум висуває вимоги до індивіда в зв'язку з його/її біологічною статтю. Ці вимоги виробляються на основі оцінки відповідності/невідповідності атрибутів чоловіка й жінки (якостей, моделей поведінки, соціальних ролей) існуючим у певний історичний період розвитку соціокультурного соціуму уявленням про типові й бажані чоловічі та жіночі якості, тобто тендерним стереотипам і еталонам. Ці стереотипи й еталони свідомо і/чи несвідомо засвоюються індивідом через взаємодію з іншими індивідами в межах певних соціальних інститутів, таких як школа, родина, закон, політика, кіно, література, ЗМІ [53, с. 34].

Загалом, британський газетний дискурс відображає такі "усталені риси чоловіків, як домінантність, незалежність, агресивність, активність, сміливість, брак емоційності, грубість, прогресивність, мудрість; жінок - залежність, слабкість, боязкість, емоційність, лагідність, чутливість, мрійливість, забобонність" [33, с. 55].

Нав'язувані соціумом стереотипи обмежують і стримують розвиток чоловіків і жінок. Вони є джерелом психічної напруги, і є шкідливими, тому що індивіди, які їх не приймають, зазнають суспільного осуду, а ті, хто намагаються відповідати стереотипним уявленням, нормам чи еталонам, мають докладати надмірних зусиль [33, с. 59].

Фактори зовнішнього транссеміотичного контексту можуть впливати на значення мовних виразів, лише знаходячи ментальне відображення у внутрішньому *семіотичному контексті* британського газетного дискурсу, який становить собою когнітивне підґрунтя мовленнєвої діяльності.

*Лінгвальний контекст* британського газетного дискурсу реалізується у сукупності текстів, що характеризуються певними тематичними й функціонально-стилістичними особливостями, визначеними газетно- публіцистичним функціональним стилем, який, по суті, і є способом здійснення мовленнєвої діяльності у сфері друкованих засобів масової комунікації. На лінгвальному рівні тексти газетного дискурсу вирізняються двома стрижневими ознаками: публіцистичністю (тобто тим, *як* говорять) та інформативністю (тобто тим, *про що* говорять). Словник іноземних слів визначає публіцистику (від лат. - *publicus* - громадський) як “вид літератури, яка присвячена обговорюванню насущних соціальних питань з метою прямого впливу на громадську думку” [107, с. 415]. В наукових джерелах публіцистику також розглядають як “громадсько-політичну діяльність, пов'язану з актуальним ідеологічним впливом на громадську думку, свідомість, поведінку” [76, с. 6]; подібні трактування та їх деталізація [85, с. 127-129; 93, с. 84-103]. Інформативність газетних текстів забезпечується фактуальним викладом інформації.

Відтак основна мета газетного дискурсу - здійснення ідеологічного впливу на масову аудиторію, реалізується на підґрунті двох мовленнєвих стратегій: інформування та впливу. Мовленнєву стратегію розуміємо як сукупність мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення глобальної мети продуцента дискурсу, а тактику - як одну чи кілька мовленнєвих дій, що сприяють реалізації стратегії. Оскільки стратегічний задум визначає вибір засобів та прийомів його реалізації, стратегія і тактика пов'язані як рід і вид [34, с. ПО; 86, с. 35-36].

Взаємодія стратегій інформування та впливу відбита в конструктивному принципі організації мовних засобів у газетному дискурсі: “чергування стандартних та експресивних сегментів тексту” [77, с. 46].

Характерними рисами стандарту є семантична однозначність, нормативність та стилістична нейтральність лексики. Інформаційна орієнтація газетного дискурсу обумовлена прагненням до документальності, об'єктивності, фактуального викладу інформації, офіційності, логічності та аргументативності [17, с. 56].

Спрямованість на експресію в газетному дискурсі, “мотивована змістом та завданнями спілкування, переслідує мету спеціального та особливого типу впливу на читачькі маси через свідомий й направлений відбір експресивно- емоційних стилістичних засобів” [91, с. 96]. Аспект впливу проявляється через оцінку, авторське ставлення до змісту висловлювання, імперативність, образність. Відтак, експресія пов'язана з маркованими елементами висловлювання, що передають авторську оцінку його змісту [17, с. 56].

Емоційно-оцінна інформація може набувати різної прагматичної орієнтації, яка реалізується через різноманітні мовленнєві тактики:

(а) вплив на ціннісні орієнтири особистості за допомогою попередження щодо небезпеки стати об'єктом суспільного осуду, соціального несхвалення, висміювання;

(б) “психічне зараження” (прояв рефлексу імітування описаного І.П. Павловим, Л.А. Орбелі та ін.), де значну роль відіграє авторитетність джерела інформації, її автора; недотримання цього параметра може мати і прямо протилежний прагматичний ефект;

(в) реалізація інтенції образити адресата, помститися йому за моральний або фізичний збиток, що прямо/непрямо може вплинути на поведінку останнього;

(г) здійснення регулятивного впливу за рахунок апеляції одночасно до опонента-адресата та непрямого звертання до третьої особи з розрахунком на підтримку [37, с. 19-20].

Особливості подачі матеріалу поділяють газетний дискурс на такі стилістично-функціональні підвиди, як інформаційний, аналітичний й розважальний. Різні співвідношення визначальних характеристик цих підвидів лежить у підґрунті виокремлення інформаційно-аналітичної “якісної (або елітарної) - преси думок, та інформаційно-розважальної масової (або популярної) - преси новин” [42, с. 95].

*Якісна преса* характеризується аналітичністю в підході до подій, зваженістю оцінок, спокійним тоном публікацій і головне - надійністю фактів та думок [42, с. 96]. Нейтральність стилю якісних загальнополітичних та наукових журналів дуже рідко припускає відхилення як в сторону експресії, емоційності висловлення, так і в сторону шаблонності, стандартизації структур [91, с. 73]. Якісні газети відрізняються від масових обсягом друкованої інформації, якістю політичних новин, їхня мова, аргументація, глибокий та змістовний аналіз незрозумілий читачам, які закінчили освіту в 14-15 років [12, с. 71]. Саме такий рівень освіти є у широкого кола читачів Великобританії. Відтак, якісна преса обслуговує інтерес меншості читачької аудиторії. Мова якісних газет та журналів рідко дозволяє відхилення в сторону експресії, емоційності, шаблонності, стандартизації; масових - характеризується використанням експресивних мовних засобів, зокрема вільних словосполучень. Мовні засоби газетного дискурсу, зокрема британського, формують такі аспекти висловлювання, як інформування та вплив. Аспект інформативності пов'язаний з документальністю, об'єктивністю, фактуальним викладом інформації, офіційністю, логічністю та аргументативністю; аспект впливу - з оцінкою, авторським відношенням до змісту висловлювання, імперативністю, образністю.

*Масова (популярна) преса* - це друковані видання, в яких більше розваг (цікавих історій, конкурсів, веселих пригод, корисних порад), ніж інформації, і які призначені для менш освіченої частини населення [42, с. 96]. Мова популярних газет та журналів насичена шаблонними, стандартизованими зворотами, з однієї сторони, і характеризується широким використанням мовних засобів, які впливають на настрій, почуття аудиторії - з іншої [91, с. 69], різноманітних експресивних мовних засобів, серед яких фразеологізми, вільні словосполучення, службові морфеми, сленгові вирази тощо [37, с. 19]. Виділяють також “*жовту*” пресу як

джерело сенсаційних, часто неточних, непристойних або вульгарних матеріалів, які поєднуються з грубими заголовками та відвертими ілюстраціями [42, с. 96].

Останнім часом спеціалісти почали використовувати поняття *змішаного типу періодики*: в одному виданні поєднуються як корисна інформація і така, що розвиває аудиторію, так і розважальні компоненти змісту, в тому числі презентовані в ігровій формі [42, с. 99].

Матеріалом нашого дослідження слугують якісний інформаційно-аналітичний журнал *Economist* та інформаційно-розважальна періодика змішаного типу *Sunday Times*, *Financial Times Weekend*, *Reader's Digest*, *Sunday Times Culture*, *Sunday Times Style*, *Empire* тощо, які охоплюють період кінця XX - початку XXI століття.

Залучення до розгляду не лише якісних друкованих видань, але й періодики змішаного типу відбиває ширший спектр новітніх тенденцій розвитку тендерних відносин у британському лінгвокультурному соціумі й відтак надає повніші можливості для їх дослідження.

В рамках інформаційно-аналітичного та інформаційно-розважального газетного дискурсу аналізуються такі жанри, як інформаційна стаття, інформаційне повідомлення, передова стаття, полемічна стаття, рекламна стаття, репортаж. Крім жанрів тендерно невизначеного автора, використовуються приватні рекламні оголошення з метою знайомства, авторами яких є чоловіки та жінки, що дозволяє виявити тендерну специфіку стереотипних уявлень про типові та бажані чоловічі й жіночі якості.

Таким чином, лінгвальні та позалінгвальні характеристики британського газетного дискурсу свідчать про його здатність до відображення та формування соціокультурних стереотипів, у тому числі й тендерних, що робить його адекватним матеріалом нашого дослідження.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Баранов А. Н. Аргументация как языковой и когнитивный феномен / А.Н. Баранов // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. - М. : Наука, 1990.-С. 40-52.
2. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В.М. Березин. - М. : РИП-холдинг, 2003. - 174 с.
3. Бехта І. А. Прагматика оповідного дискурсу у газетно-публіцистичному стилі / І. А. Бехта // Новітня філологія : журнал. - Миколаїв : Вид-во МДГУ імені Петра Могили, 2006. - № 4(24). - С. 71-84.
4. Васильева А. Н. Газетно-публицистический стиль речи / А. Н. Васильева. - М. : Русский язык, 1982. - 198 с.
5. Власов Ю.М. Пропаганда зп фасадом новостей: научное издание/ Ю.М.Власов.- М.: Наука,1976.- 143.
6. Ильин Е. П. Дифференциальная психофизиология мужчины и женщины / Е. П. Ильин. - СПб. : Питер, 2006. - 544 с.
7. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. - М. : УРСС, 2002. - 284 с.
8. Киселева Л. А. Язык как средство воздействия / Л. А. Киселева - Л. : ЛГПИ им. А. И. Герцена, 1971. - 59 с.
9. Кобозева И. М. Лингвистическая семантика : [учебник] / И. М. Кобозева. - М. : Эдиториал УРСС, 2000. - 352 с.
10. Коньков В. И. Речевая структура газетного текста / В. И. Коньков. - СПб. :СПбГУ, 1995.- 159 с.
11. Корконосенко С. Г. Основы журналистики : [уч. для вузов] / С.Г. Корконосенко. - М. : Аспект Пресс, 2001. - 287 с.
12. Красных В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология : лекционный курс / В. В. Красных. - М. : Гнозис, 2002. - 283 с.
13. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. - М. : ИТДГК "Гнозис", 2003. - 280 с.
14. Мартинюк А. П. Конструювання гендеру в англomовному дискурсі : монографія / А. П. Мартинюк. - Харків : Константа, 2004. - 292 с.
15. Олікова М. О. Мовна тендерна нерівність і засоби її усунення / М. О. Олікова // Вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. - 2008. - № 5. - С. 418-421.
16. Ольшанский И. Г. Языковые и культурные стереотипы с гендерных позиций (представления о женщине в немецком языковом сознании) / И. Г. Ольшанский // Гендер: Язык. Культура. Коммуникация : I Междунар. конф., 22-23 ноября 2001 г. : тезисы докл. - М. : МГЛУ, 2001.-С. 267-272.
17. Паскова Н. А. Женщина / Н. А. Паскова // Антология концептов / [Под ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина]. - М. : Гнозис, 2007. - С. 346-356.
18. Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты: Монография / Г.Г.Слышкин.- Волгоград: Перемена,2004.- 340с.
19. Сметанина С.И. Медиа-контекст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века): научное издание / С.И. Сметанина.- СПб.: Изд-во Михайлова В.А.,2002.- 383с.
20. Филиппов К. А. Лингвистика текста : курс лекций / К. А. Филиппов. - СПб. : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2003. - 336 с.
21. Фролова І. Є. Стереотипи як підґрунтя локальних стратегій конфронтаційності в англomовному дискурсі / І. Є. Фролова // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. - 2008. - № 805.-С. 33-38.
22. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. - М. : ИТДГК "Гнозис", 2004. - 326 с.

23. Язык и массовая коммуникация / Социологическое исследование. - [под ред. докт. филол. наук Э. Г. Туманяна]. - М. : Наука, 1984. - 277 с.
24. Якуба Е. А. Социология / Е. А. Якуба. - Харьков : Константа, 1996. - 192 с.
25. Якубова М. А. Речь в средствах массовой информации / М. А. Якубова // Хорошая речь. - Саратов : СГУ, 2001. - С. 84-103.
26. Schiffrin D. Approaches to Discourse / D. Schiffrin. - Oxford; Cambridge, MA : MIT Press, 1994. - 438 p.
27. Современный школьный словарь иностранных слов. 17000 слов и словосочетаний / А. Н. Булыгин. - М. : Мартин, 2005. - 624 с.

**Резюме.** *Статья исследует вопрос британского газетного дискурса и его способности отображать и формировать социокультурные стереотипы. Анализируются такие жанры, как информационная статья, информационное сообщение, передовая статья, полемическая статья, рекламная статья, репортаж.*

**Ключові слова:** *дискурс, анализ, стереотип, газета, информация, стиль.*

**The summary.** *The article deals with the problem of British newspaper discourse and its ability to reflect and form social and cultural stereotypes. Such genres as informational article, informational message, editorial, promotional article, reporting are analyzed.*

**Key words:** *discourse, analysis, stereotype, newspaper, information, style.*

Одержано редакцією 13.11.2016 р.

УДК 811.111:81'27

Л.М. ЯСНОГУРСЬКА

### СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ПОНЯТТЯ КОНЦЕПТ

**Резюме.** *В статті досліджується поняття концепту, який є одиницею опису картини світу - ментальною одиницею, яка містить мовні і культурні знання, уявлення, оцінки.*

**Ключові слова:** *поняття, лінгвістика, концепт, структура, моделювання, мова, культура.*

На сучасному етапі розвитку лінгвістики актуальним є вивчення таких моделей репрезентації знань і уявлень людини про навколишній світ, як картина світу, фрейм, стереотип, архетип, концепт тощо. Найбільш розгорнуті, а нерідко й суперечливі погляди мовознавців супроводжують центральний термін лінгвокультурології - концепт. На сьогодні проблемі відображення об'єктивного світу у концептах присвячено чимало праць як вітчизняних, так і зарубіжних учених. Неабиякий інтерес науковців до концепту породжує слушні зауваження щодо «концептуальної експансії лінгвістики». Мовознавці сходяться на думці про те, що термін «концепт» слід використовувати для репрезентації світоглядних, інтелектуальних та емоційних інтенцій особистості, відображених у її творіннях - текстах. Аналізу концептів присвячені праці А. П. Бабушкіна, С. Т. Воркачова, В. З. Дем'янка, В. І. Карасик, М. А. Красавського, Д. С. Лихачова, А. М. Приходька, Г. Г. Слишкіна, Ю. С. Степанова, Й. А. Стерніна та ін.

Термін «концепт», який прийшов у лінгвістику, культурологію, а потім і лінгвокультурологію з логіки і математики, набуває все більшого поширення. Існує безліч різноманітних тлумачень терміна «концепт», що частково пояснюється його приналежністю до різних галузей знань та їх індивідуально-авторським визначенням у відповідних наукових контекстах: мисленнєвий акт, контур (конфігурація) майбутньої події; поняття а ргіогі «мовний матеріал», що виявляє себе в процесах говоріння й розуміння; елементарна одиниця результатів пізнання, одиниця культури; оперативна змістова одиниця пам'яті; код, психічна установка; капсула думки; жива матерія; нескінченні швидкості кінцевих рухів; згусток культури в свідомості людини [1, с. 5].

Не викликає сумніву той факт, що в 90-х роках ХХ ст. термін «концепт», який увійшов у науковий обіг і співіснував разом з іншими подібними до нього термінами, такими як «лінгвокультурема», «логоепістема», «міфологема» тощо, - виявився найбільш життєздатним. Нерідко його вживають як синонім «архетипу», «прототипу», «стереотипу», «символу», «гештальту» тощо. Імовірно, такі термінологічні розбіжності свідчать про багатогранність природи концепту, складність його структури та своєрідність функцій.

Незважаючи на різноманіття трактувань концепту, методів його дослідження та способів репрезентації, єдиного підходу до розв'язання проблеми концепту не вироблено, відсутнє також його однозначне тлумачення. Виходячи з цього, актуальними лишаються питання структури концепту і можливостей його моделювання, питання про співвідношення концепту зі значенням мовного знака тощо.

У сучасній лінгвістичній науці загальноновизнаними є три основні підходи до розуміння концепту, які базуються на такому положенні: концепт - те, що називає зміст поняття, синонім смислу. Побічники такого підходу (Ю. С. Степанов та ін.) при трактуванні концепту надають перевагу передусім культурологічному аспекту, розуміючи всю культуру як сукупність концептів і відношень між ними. При такому осмисленні терміну «концепт» значення мови есплікується як другорядне, що виступає лише допоміжним засобом.

Представники іншого підходу до аналізу концепту (А. Д. Шмельов) основним засобом формування змісту концепту висувають семантику мовного знака. Із цих самих позицій підходить до трактування концепту

## ЗМІСТ

<i>Совтис Н.М.</i> Українізми в польській літературній мові XIX ст. ....	3
<i>Ясногурська Л.М.</i> Відображення свідомості нації у концептуальній та мовній картині світу .....	6
<i>Василькевич С.С.</i> Неологіка у мові інтернет та політичної комунікації .....	9
<i>Михальчук Н.О., Яцюрик А.О.</i> Місце компліменту в системі мовленнєвих актів та ілюктивна роль компліментів .....	13
<i>Денисюк Л.В.</i> Особливості функціонування займенника <i>IT</i> в сучасній англійській мові .....	17
<i>Кочубей О.С.</i> Аналіз структурних компонентів перекладацької компетентності фахівця .....	19
<i>Мороз Л.В., Дацюк А.В.</i> Британський газетний дискурс як контекст об'єктивації тендерних стереотипів .....	24
<i>Ясногурська Л.М.</i> Сучасні підходи до вивчення поняття концепт .....	28
<i>Краля І.В., Берташ В.О.</i> Мовна та концептуальна картини світу як відображення свідомості нації ..	32
<i>Бігунов Д.О.</i> До питання мовленнєвої поведінки особистості .....	35
<i>Трофімчук В.М., Гривіцька Р.В.</i> Застосування інтернет-технології у дистанційному навчанні іноземної мови .....	38
<i>Павелків К.М.</i> Психодого-педагогічні умови вивчення іноземної мови на немовних спеціальностях вищої школі .....	40
<i>Мороз Л.В., Мороз Н.М.</i> Місце та роль гри у системі навчання іноземної мови .....	43
<i>Романюк С.К., Захожа А.Ю.</i> Активні форми навчання іноземної мови в початковій школі .....	47
<i>Данілова Н.Р.</i> Опрацювання та застосування педагогічних інноваційних технологій на заняттях англійської мови .....	50
<i>Бойко Н.Г., Ковалюк В.В.</i> Застосування методу кейс-стаді у процесі викладання іноземних мов ...	52
<i>Ковалюк В.В., Ткач Т.В.</i> Фахова компетентність студентів та її формування засобами англійської мови .....	56
<i>Мороз Л.В., Коцвай Ю.Я.</i> Процес формування комунікативної компетенції у старшокласників на уроках іноземної мови .....	60
<i>Богачик М.С.</i> Особливості формування соціокультурної компетентності майбутніх учителів англійської мови у контексті компетентнісного підходу .....	64
<i>Баталія Л.О., Ткач А.П.</i> Історія та розвиток альтернативного навчання в стандартних школах західнослов'янських країн (Чехія, Польща, Словаччина) .....	67
<i>Джава Н.А., Шевчук О.В.</i> Вміння творчого письма на середньому етапі навчання .....	69
<i>Черуха Н.В., Миколайчик А.П.</i> Раннє вивчення іноземної мови у вітчизняній і зарубіжній шкільній практиці .....	72
<i>Черуха Н.В., Брень О.В.</i> Про питання покращення результативності викладання іноземних мов у вищих навчальних закладах .....	74
<i>Ковалюк В.В., Шукута Т.М.</i> Про питання імплементації сучасних методів навчання іноземних мов у ВНЗ .....	76
<i>Мороз Л.В., Король О.Ю.</i> Про концепцію формування навичок письма при навчанні іноземної мови студентів денної, заочної і дистанційної форм навчання вищого навчального закладу .....	81
<i>Кушнір Н.В., Лукашик О.В., Лавренюк Т.І.</i> Формування іншомовної компетентності майбутніх менеджерів зовнішньоекономічної діяльності в процесі фахової підготовки .....	84
<i>Романюк С.К., Городюк Н.Ю.</i> Інноваційні технології навчання на уроках англійської мови в початковій школі .....	86
<i>Івашкевич Е.Е.</i> Psycholinguistic paradigm of narrative discourse .....	89
<i>Івашкевич Е.З.</i> Aspects of social intellect of a teacher .....	93
<i>Верьовкіна О.Є., Сембай Н.Б.</i> Ways of encouraging second language acquisition in the classroom .....	97
<i>Бігунова С. А., Зубілевич М.І.</i> English somatic phraseological units of Latin and French origin .....	100
<i>Відомості про авторів</i> .....	103



Наукове видання

# АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФІЛОЛОГІЇ ТА МЕТОДИКИ ВИКЛАДАННЯ ГУМАНІТАРНИХ ДИСЦИПЛІН

**Збірник наукових праць**

Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету

Заснований у 2009 р.

Відповідальний редактор збірника Петрівський Я.Б.  
Відповідальний за підготовку збірника до видання Мороз Л.В.  
Технічний редактор Ковалюк В.В.  
Комп'ютерна верстка Ковалюк В.В., Краля І.В, Ясногурська Л.М.

Підписано до друку 26.12.2016 р.  
Формат 60x84 1/8. Папір офсетний № 1. Гарнітура Times New Roman. Друк різнографічний.  
Ум. друк. арк. 24,02. Обл. вид. арк. 17,39. Наклад 120.

Адреса редакції: 33028 м. Рівне, вул. Пластова, 31  
Рівненський державний гуманітарний університет.

---

Віддруковано в редакційно-видавничому відділі  
Рівненського державного гуманітарного університету  
33028 м. Рівне, вул. С.Бандери, 12, тел. 26-48-83

А – 43 Актуальні проблеми філології та методики викладання гуманітарних дисциплін: Збірник наукових праць. Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету. — Рівне: РДГУ, 2016. — 105 с.

ISBN 966 — 7281 — 09 — 03.

Збірник наукових праць містить статті з актуальних проблем викладання іноземної мови, філології, теоретико-методологічних, культурологічних, літературознавчих, мовознавчих проблем спілкування.

Матеріали можуть бути корисними для науковців, працівників навчальних закладів, викладачів та студентів вищих педагогічних навчальних закладів.

УДК: 81'243  
ББК 81.2