

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА РОМАНО-ГЕРМАНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ

KATEDRA LINGWISTYKI STOSOWANEJ
INSTYTUT NEOFILOLOGII
KOLEGIUM NAUK HUMANISTYCZNYCH
UNIwersYTET RZESZOWSKI
(RZESZÓW, POLSKA)

FILOZOFICKÁ FAKULTA
PALACKÝ UNIVERSITY OLOMOUC
(OLOMOUC, ČESKÁ REPUBLIKA)

ПРОБЛЕМИ ЛІНГВІСТИЧНОЇ СЕМАНТИКИ

VIII МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЯ

17 листопада 2023 року



РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
РІВНЕ 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА РОМАНО-ГЕРМАНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ

KATEDRA LINGWISTYKI STOSOWANEJ
INSTYTUT NEOFILOLOGII
KOLEGIUM NAUK HUMANISTYCZNYCH
UNIWERSYTET RZESZOWSKI
(RZESZÓW, POLSKA)

FILOZOFICKÁ FAKULTA
PALACKÝ UNIVERSITY OLMOUC
(OLMOUC, ČESKÁ REPUBLIKA)

ПРОБЛЕМИ ЛІНГВІСТИЧНОЇ СЕМАНТИКИ

VIII МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЯ

17 листопада 2023 року



РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
РІВНЕ 2023

УДК 81'37
П 78

Проблеми лінгвістичної семантики: VIII Міжнародна науково-практична інтернет-конференція (17 листопада 2023 року).
П 78 Збірник матеріалів. Рівне: РДГУ, 2023. 141 с.

The Problems of Linguistic Semantics: The 8th International Scientific and Practical Internet Conference (November 17, 2023). The Collection of Conference Proceedings. Rivne: RSUH, 2023. 141 p.

У збірнику матеріалів VIII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Проблеми лінгвістичної семантики» розглянуто низку питань, що стосуються актуальних проблем лінгвістичної семантики: когнітивної та культурної семантики, зіставної семантики, фонетичної, лексичної та граматичної семантики, семантики і прагматики мовних одиниць, семантики тексту і дискурсу, семантики і перекладу.

The Collection of Conference Proceedings «The Problems of Linguistic Semantics» focuses on the topical issues of Linguistic Semantics: Cognitive and Cultural Semantics, Contrastive Semantics, Phonetic, Lexical and Grammatical Semantics, Semantics and Pragmatics of Linguistic Items, Semantics of Text and Discourse, Semantics and Translation.

УДК 81'37

Редакційна колегія:

Головний редактор – **Деменчук О.В.**, д-р філол. наук, професор.

Відповідальний редактор – **Кучма Т.В.**, канд. філол. наук, доцент.

Члени редакційної колегії:

Павлова О.І., канд. філол. наук, професор; **Аладько Д.О.**, канд. філол. наук, доцент; **Калініченко М.М.**, канд. філол. наук, доцент; **Константинова О.В.**, канд. філол. наук, доцент; **Орел І.І.**, канд. філол. наук, доцент; **Павловська Л.О.**, канд. філол. наук, доцент; **Тарасюк Н.Ю.**, канд. філол. наук, доцент; **Чеберяк А.М.**, канд. філол. наук, доцент; **Станіславчук Н.І.**, доктор філософії, старш. викладач

Рекомендовано до друку Вченою радою

Рівненського державного гуманітарного університету

(протокол № 11 від 26.10.2023 р.)

©Автори публікацій, 2023

©Рівненський державний гуманітарний університет, 2023

ЗМІСТ

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЛІНГВІСТИЧНОЇ СЕМАНТИКИ:
ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ**

АРХАНГЕЛЬСЬКА А.М.	НОВІТНІ НАЙМЕНУВАННЯ ОСІБ ЖІНОЧОЇ СТАТІ: МІЖ УЗУСОМ І НОРМОЮ	6
СІРАНЧУК Н.М.	ПРИНЦИП ГРАДАЦІЙНОСТІ ЯК МЕТОДИЧНИЙ ПРИНЦИП ФОРМУВАННЯ ЛЕКСИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ	9
БІСОВЕЦЬКА Л.А., СУРЖУК Т.Б.	ДОСЛІДЖЕННЯ ЗМІН ЛЕКСИЧНОГО ЗНАЧЕННЯ СЛОВА НА ЗАНЯТТЯХ У ЗАКЛАДІ ВИЩОЇ ОСВІТИ	13
КАЛІНІЧЕНКО М.М.	LANGUAGE BARRIERS IN THE VIRTUAL CLASSROOM: STRATEGIES FOR ENHANCING COMMUNICATION IN REMOTE ENGLISH INSTRUCTION FOR CHINESE MASTER'S STUDENTS	16
ПАВЛОВА О.І.	ТЕРМІНОЗНАВСТВО В УКРАЇНІ СЬОГОДНІ	20
СТАНІСЛАВЧУК Н.І.	ФОРМУВАННЯ ЕТИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ-ФІЛОЛОГІВ В СИСТЕМІ ПОЗААУДИТОРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	23
БОНДАРЕЦЬ Ю.Ю.	РЕФЛЕКСІЯ – ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ НА УРОКАХ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ	27
ОСТАПЧУК Т.А.	ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД ДО ВИВЧЕННЯ СИНТАКСИСУ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ	28
ДАВИДЮК В.Ю.	СЕМАНТИКА ВИВЧЕННЯ ДІЄСЛОВА В ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ	30
КОНДРАТЮК Н.В.	ТЕРМІНОЗНАВСТВО: НАПРЯМКИ ДОСЛІДЖЕННЯ І НАУКОВІ ШКОЛИ	34
MARENTSCHOUK Y. РИБЧАК Л.Я.	LINGUISTIQUE COGNITIVE ET SÉMANTIQUE ВИВЧЕННЯ ЛЕКСИЧНОГО ЗНАЧЕННЯ СЛОВА У ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ	36 39

ПРОБЛЕМИ КОГНІТИВНОЇ ТА КУЛЬТУРНОЇ СЕМАНТИКИ

DEMENCHUK O.	SEMANTIC SHIFT STRATEGIES OF VERBS OF SMELL EMISSION IN THE POLISH AND UKRAINIAN LANGUAGES	43
СЕРБІН О.В., ГОЛУБОВСЬКА Ю.О.	МОДАЛЬНІСТЬ ЯК ГРАМАТИЧНА ТА СЕМАНТИЧНА КАТЕГОРІЯ В ІНТЕРНЕТ-МЕТАФОРІ ВОЄННОГО ЧАСУ	46
DEMENCHUK D.	KONCEPT <i>NIERÓWNOŚĆ PŁCI NA RYNKU PRACY</i> W UJĘCIU SOCJOLINGWISTYCZNYM	57

ПРОБЛЕМИ ЗІСТАВНОЇ СЕМАНТИКИ

МІЗІН К.І.	БАГАТОВИМІРНІСТЬ ЕМОЦІЙНОГО КОНЦЕПТУ «ГОРДІСТЬ» ЯК ПІДґРУНТЯ ЙОГО КРОС-КУЛЬТУРНОГО ВАРІЮВАННЯ	60
КІНАЩУК А.В.	СПЕЦИФІКАТОРИ ТЕМАТИЧНОЇ ГРУПИ ПРЕДИКАТИВ НА ПОЗНАЧЕННЯ ВИЯВУ ІРРАЦІОНАЛЬНОГО СТАНУ В АНГЛІЙСЬКІЙ, НІМЕЦЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ	63

ФОНЕТИЧНА, ЛЕКСИЧНА І ГРАМАТИЧНА СЕМАНТИКА

АЛАДЬКО Д.О.	ОПИС ВІДНОСИН МІЖ ЛЮДЬМИ ЗАСОБАМИ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З НАЗВОЮ ЧАСТИНИ ТІЛА В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ	68
ЗАЛУЖНА О.О., КАЗЕМІРОВА А.С.	ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ТА СТРУКТУРНО- МОРФОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НОМІНАЦІЙ ЮВЕЛІРНИХ ПРИКРАС В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ	72
ОРЕЛ І.І.	ВЕРБАЛІЗАЦІЯ СТЕРЕОТИПНОГО ПОНЯТТЯ <i>ORDNUNG</i> У НІМЕЦЬКІЙ ФРАЗЕОЛОГІЇ	75
ТАРАСЮК Н.Ю.	СЛОВОВІРНА ПАРАДИГМА ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ ЯК МОВНО-КОМУНІКАТИВНИЙ ПРОДУКТ У СИСТЕМІ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ	78
ЧЕРКАС О.О.	ЖАРГОН І СЛЕНГ: ТОЧКИ ДОТИКУ	81

СЕМАНТИКА І ПРАГМАТИКА МОВНИХ ОДИНИЦЬ

МАТВИЄЄВА S.	SEMANTIC TRANSFORMATION OF ENGLISH TERMS FOR MIGRANTS: ILLEGAL, IRREGULAR, OR UNDOCUMENTED?	84
СОЛОВ'ЙОВА Л.Ф.	МЕТАФОРИЧНА КОМПОЗИЦІЯ СУЧАСНИХ АНГЛІЙСЬКИХ ДІЄСЛІВ	87
БОЛОТНЮК Н.А.	ОПИС ПОВЕДІНКИ ЛЮДИНИ ЗАСОБАМИ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З НАЗВОЮ ЧАСТИНИ ТІЛА В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ	90
СИВОРИГ Н.В.	ФРАЗЕОЛОГІЗМИ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ: ВИЗНАЧЕННЯ, ПІДХОДИ, КЛАСИФІКАЦІЇ	94

СЕМАНТИКА ТЕКСТУ І ДИСКУРСУ

ЗАЛУЖНА О.О., КОЛІСНИК Д.О.	ЛЕКСИЧНІ ТА ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ЗАСОБИ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ЕМОЦІЙНИХ СТАНІВ У ЛІТЕРАТУРНОМУ ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ ЛЮСІ МОД МОНТГОМЕРІ «ЕНН ІЗ ЗЕЛЕНИХ ДАХІВ»)	98
--	--	----

VIII Міжнародна науково-практична інтернет-конференція
«ПРОБЛЕМИ ЛІНГВІСТИЧНОЇ СЕМАНТИКИ»

КОНСТАНТИНОВА О.В.	СИНТАКСИЧНІ ЗАСОБИ СТВОРЕННЯ ІРОНІЇ В РОМАНІ Ш. БАЙЗЕЛЛА «ЩОДЕННИК КНИГАРЯ»	101
КУЧМА Т.В.	АМБІВАЛЕНТНІСТЬ ПОНЯТТЯ <i>GUTE HEXE</i> (ДОБРА ЧАКЛУНКА) У ПОВІСТІ О. ПРОЙСЛЕРА «МАЛА БАБА ЯГА» ЯК ПРИЧИНА КОМУНІКАТИВНОГО БАР'ЄРА	104
ЧЕБЕРЯК А.М.	ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ПАРЦЕЛЯЦІЇ У ПОЛІТИЧНОМУ ТЕКСТІ (НА МАТЕРІАЛІ ПРОМОВ В. ЗЕЛЕНСЬКОГО)	108
ЖАЛКО Д.Д.	ДИСКУРС-АНАЛІЗ І ПІДХОДИ ДО ЙОГО РОЗУМІННЯ	111
КОВЕРДА А.О.	ГЕНЕРАЛЬНИЙ РЕГІОНАЛЬНО АНОТОВАНИЙ КОРПУС УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ Й ДОСТОВІРНІСТЬ ЙОГО ПОШУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ	114
ДРОЗД Д.С.	МОВНІ ЗАСОБИ ВТІЛЕННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ У ШЛЮБНИХ ОГОЛОШЕННЯХ	115
КОЛОМІЄЦЬ Н.М.	ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ МАРКЕТИНГОВОГО ДИСКУРСУ ЗА ВИКОРИСТАННЯ ПРОГРАМИ-КОНКОРДАНСУ ANTCONC 4.0	119
ПАВЛІВ А.А.	СИНТАКСИЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЗНОСТІ У ПРОМОВАХ АМЕРИКАНСЬКИХ ПРЕЗИДЕНТІВ (НА МАТЕРІАЛІ ІНАВГУРАЦІЙНОЇ ПРОМОВИ ДЖО БАЙДЕНА)	123
СЕМАНТИКА І ПЕРЕКЛАД		
СІЄСЛІК В., ІВАНОВСКА В., КАПРАНОВ У.	ISO 18587:2017 STANDARD: NECESSITY OR REALITY?	126
ЛЕМІШ Н.Є.	‘У ТОМУ ЧИСЛІ’: ЕТИМОЛОГІЯ, СЕМАНТИКА, ВІДТВОРЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ	129
РАЗУМНА К.А.	ТРАНСКОДУВАННЯ ЯК СПОСІБ ВІДТВОРЕННЯ КУЛЬТУРНО-СПЕЦИФІЧНОЇ ЛЕКСИКИ У НЕХУДОЖНИХ ТЕКСТАХ	132
СЕВАСТЮК М.І.	ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ КОНФРОНТАЦІЇ У ПОЛІТИЧНОМУ ПЕРЕКЛАДІ: ЕМОЦІЙНО-МОТИВАЦІЙНИЙ АСПЕКТ	134
TASAZH V.	GRAMMATICAL TRANSFORMATIONS IN THE TRANSLATION OF SLANG IN CINEMATIC DISCOURSE	137

УДК 811.161

Коломієць Н.М., магістрантка
Рівненський державний гуманітарний університет
(Рівне, Україна)

ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ МАРКЕТИНГОВОГО ДИСКУРСУ ЗА ВИКОРИСТАННЯ ПРОГРАМИ-КОНКОРДАНСУ ANTCONC 4.0

З точки зору прагматики лінгвістичний корпус розглядається як зібрання зразкових текстів, орієнтованих на засвоєння і використання їх як прототипу для подальших мовних дій в певних умовах комунікації. Таким чином, корпус текстів, орієнтований на певну прагматичну мету, або прагматично орієнтований корпус текстів може розглядатися як спосіб вирішення проблеми оптимізації мовних відносин в сучасному суспільстві (McEnery, 2001, p. 89).

Лінгвістичні корпуси характеризуються синхронністю та паралельною багатоплановістю, а інколи і мультимодальністю. Синхронність найкраще описується як особливий аспект репрезентативності одиниць всіх рівнів мови, який є ключовим аспектом корпусної лінгвістики. Екстраполявання спостережень корпусних досліджень до певної області чи рівня мови є виправданий тільки, коли корпус має достатню репрезентативну вибірку в цій галузі. Однак, оскільки для більшості рівнів мови репрезентативність лінгвістичного корпусу на практиці не може бути оцінена задовільним чином, вибірка лінгвістичного корпусу зазвичай прагне наблизитись до абсолютної репрезентативності, інтуїтивно оцінити деякі якісні та кількісні характеристики відповідного домену мови і тому вимагає від корпусу відображення цих властивостей (Meuser, 2002, p. 34). Таким чином, у цих тезах розглянемо відображення прагматичного аспекту маркетингового корпусу реальних текстів компанії «Вераллія Україна» за допомогою функціоналу програми-конкордансу AntConc 4.0.

Корпусна лінгвістика здійснює статистичний аналіз частотності вживання мовних одиниць, що може слугувати також і показником процесів сприйняття, відтворення та передачі мовних даних (Aarts, 1991, p. 99). Оскільки компанії «Вераллія Україна» займається переробкою скла, варто простежити частоту вживання, контекст, сталі вирази зі словом *glass*.

Корпус маркетингових текстів компанії «Вераллія Україна» демонструє унікальність скла як сировини, виконуючи інформативну функцію. Для порівняння різних можливостей слова *glass* вводимо його в таблицю для пошуку та задаємо для прикладу параметр відображення його ще з одним словом. Оскільки програма-конкорданс відображає частоту вживання слова та його сполучуваність з іншою одиницею у створеному корпусі маркетингових текстів компанії, отримуємо наступні результати:

Type	ank	Freq	e	Rang	Norm Freq	Nor mRange
<i>glass for</i>			8	4	1600 00.000	0.571
<i>glass packaging</i>			8	4	1600 00.000	0.571
<i>glass production</i>			5	3	1000 00.000	0.429
<i>glass bottles</i>			3	3	6000 0.000	0.429
<i>glass containers</i>			3	1	6000 0.000	0.143
<i>glass is</i>			3	3	6000 0.000	0.429
<i>glass and</i>			2	2	4000 0.000	0.286
<i>glass collected</i>			2	2	4000 0.000	0.286
<i>glass experts</i>			2	1	4000 0.000	0.143
<i>glass has</i>			2	1	4000 0.000	0.143
<i>glass circular</i>	1		1	1	2000 0.000	0.143
<i>glass committed</i>	1		1	1	2000 0.000	0.143
<i>glass enhances</i>	1		1	1	2000 0.000	0.143
<i>glass fully</i>	1		1	1	2000 0.000	0.143
<i>glass manufacturing</i>	1		1	1	2000 0.000	0.143
<i>glass recipes</i>	1		1	1	2000 0.000	0.143
<i>glass wine</i>	1		1	1	2000 0.000	0.143
<i>glassmaker Verallia</i>	1		1	1	2000 0.000	0.143

У результаті пошуку представлена різна сполучуваність пошукової одиниці з іншими частинами мови, у даному випадку *glass* – найчастіше у поєднанні з прийменником *for*, що вказує на призначення сировини, що також виконує інформативну функцію, забезпечуючи успіх передачі маркетингового повідомлення. Разом з тим, поширене вживання з іншими іменниками, що відображає різні виробничі процеси або скляні товари, наприклад: *glass manufacturing, glass packaging, glass production, glass bottles, glass containers*. Таким чином виконується функція впливу шляхом привертання уваги, її утримання, підвищується запам'ятовуваність сировини, що уможливорює прагматичний вплив на адресата та успіх комунікації.

Розглянемо контекст вживання метафоричних способів відображення намірів компанії за ключовим словом *heart*:

корпус маркетингових текстів компанії «Вераллія Україна»	<i>at the heart of its governance. By nature at the</i>	<i>heart</i>	<i>of the circular economy... Employees are at the heart</i>
корпус маркетингових текстів компанії «Вераллія Україна»	<i>the heart of the circular economy... Employees are at the</i>	<i>heart</i>	<i>of the company's development. What commitments have you</i>
корпус маркетингових текстів компанії «Вераллія Україна»	<i>Group integrates the principles of corporate social responsibility at the</i>	<i>heart</i>	<i>of its governance. By nature at the heart of</i>
корпус маркетингових текстів компанії «Вераллія Україна»	<i>the last several years, positioning sustainable development at the very</i>	<i>heart</i>	<i>of our strategy. Nevertheless, in view of the growing</i>

Обираємо параметр Colocate tool або KWIC та параметри Left/Right, щоб зліва і справа від слова *heart* відображалась його позиція в реченні.

З пошуку отримуємо такі колокації як-от: *at the heart of circular economy, at the heart of company's development, at the heart of its governance, at the very heart of our strategy*. Метонімічне вживання

слова *heart* належить до експліцитних засобів вираження позитивного сприйняття керівництва компанії, також це помітно за його вживанням у конкретних файлах при подальшій роботі з програмою-конкордансом AntConc 4.0, використовуючи функцію Plot або FileView.

Наступна вибірка маркетингового корпусу репрезентує комунікативно-прагматичну інтенцію, що полягає у підкресленні командного підходу частотністю використання займенника *our* при визначенні місії чи стратегії компанії.

Type	Rank	Freq	Range	NormF req	NormR ange
<i>our purpose</i>	1	21	4	280000	0.571
<i>our customers</i>	2	6	3	80000	0.429
<i>our business</i>	3	5	2	66666	0.286
<i>our commitments</i>	4	2	2	26666	0.286
<i>our glass</i>	4	2	2	26666	0.286
<i>our sites</i>	4	2	1	6667	0.143
<i>our teams</i>	4	2	1	6667	0.143
<i>our values</i>	4	2	1	6667	0.143
<i>our absolute</i>	9	1	1	13333	0.143
<i>our activities</i>	9	1	1	13333	0.143

Частотність вживання відповідної лексичної одиниці, специфіка її дистрибуції та сполучуваності надають дослідникам ключ до відповідних висновків щодо специфіки маркетолога, що репрезентує наміри компанії у просторі маркетингового тексту, відповідних стилістичних та інших преференцій у досягненні прагматичного ефекту на аудиторію. Таким чином створюється прототип для подальших мовних дій в конкретних умовах комунікації.

Тенденція до складання корпусів повних текстів створює нові перспективи для вивчення стилістики тексту, визначення ознак різних типів дискурсу та виявлення прагматичних особливостей мовної комунікації (Лук'янець, 2012, с. 132). Дослідження та аналіз прагматичного аспекту маркетингового дискурсу за допомогою

програми-конкордансу AntConc 4.0 допомагає розкрити особливості мовленнєвого впливу на адресата і розробити ефективні комунікаційні стратегії, спрямовані на досягнення прагматичних цілей.

Список використаних джерел:

- McEnery, T. (2001). *Corpus linguistics*. Edinburgh: Edinburgh University.
Meyer, Ch. (2002). *English corpus linguistics. An introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.
Aarts, J. (1991). Theory and Practice in Corpus Linguistics. *Journal Computational Linguistics*, 17, 99-10.
Лук'янець, Г.Г. (2012). Основні напрямки сучасних корпусних досліджень мови та перспективи їх подальшого розвитку. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*, 44, 127-133. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npnukht_2012_44_22.

УДК 81'42

Павлів А.А., студентка
Рівненський державний гуманітарний університет
(Рівне, Україна)

**СИНТАКСИЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЗНОСТІ У ПРОМОВАХ
АМЕРИКАНСЬКИХ ПРЕЗИДЕНТІВ
(НА МАТЕРІАЛІ ІНАВГУРАЦІЙНОЇ ПРОМОВИ
ДЖО БАЙДЕНА)**

У сучасному світі, де конкуренція між політиками стає все більш жорсткою, важливо мати відповідні навички та знання для ефективної комунікації з аудиторією. Синтаксичні засоби виразності є одним з ключових елементів успішної комунікації та впливають на сприйняття інформації аудиторією. Тому, дослідження синтаксичних засобів виразності в політичному дискурсі є надзвичайно актуальним та важливим для розуміння мовленнєвих прийомів, які використовуються політиками для досягнення своїх комунікативних цілей. Особливу увагу привертають промови відомих політиків, зокрема президентів, які є лідерами своїх країн та регулярно висловлюють важливі політичні заяви. Матеріалом цього дослідження стали промови чинного президента США Джо Байдена.

В інавгураційній промові широко використовувався стилістичний засіб повторення (як анафора, так і редуплікація/анадиплосис). Повторення застосовується в ораторських творах із метою наголошення, звернення уваги слухачів, щоб зробити певну думку