

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

ПРОБЛЕМИ ЛІНГВІСТИЧНОЇ СЕМАНТИКИ

VII МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЯ

18 листопада 2022 року



РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
РІВНЕ 2022

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

ПРОБЛЕМИ ЛІНГВІСТИЧНОЇ СЕМАНТИКИ

VII МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЯ

18 листопада 2022 року



РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
РІВНЕ 2022

УДК 81'37

П 78

Проблеми лінгвістичної семантики: VII Міжнародна науково-практична інтернет-конференція (18 листопада 2022 року).

П 78 Збірник матеріалів. Рівне: РДГУ, 2022. 122 с.

The Problems of Linguistic Semantics: The 7th International Scientific and Practical Internet Conference (November 18, 2022). The Collection of Conference Proceedings. Rivne: RSUH, 2022. 122 p.

У збірнику матеріалів VII 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., викладач

Рекомендовано до друку Вченою радою

Рівненського державного гуманітарного університету

(протокол № 10 від 27.10.2022 р.)

©Автори публікацій, 2022

©Рівненський державний гуманітарний університет, 2022

ЗМІСТ

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

АРХАНГЕЛЬСЬКА А.М.	СТИМУЛИ Й ЧИННИКИ ОНОВЛЕННЯ СИСТЕМИ СЛОВОТВІРНИХ ФЕМІНАТИВІВ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ	6
КАПРАНОВ Я.В.	СТАТИСТИЧНЕ ВИМІРЮВАННЯ СИНОНІМІВ Й АНТОНІМІВ У БРИТАНСЬКОМУ НАЦІОНАЛЬНОМУ КОРПУСІ	9
СІРАНЧУК Н.М.	ПЕДАГОГІЧНА СТРАТЕГІЯ ФОРМУВАННЯ ЛЕКСИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ УЧНІВ ПОЧАТКОВОЇ ШКОЛИ НА КОМУНІКАТИВНІЙ ОСНОВІ	12
ПАВЛОВА О.І.	СОЦІОЛОГІЯ У ТЕРМІНОЛОГІЧНОМУ ВИСВІТЛЕННІ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ)	15
БІСОВЕЦЬКА Л.А., СУРЖУК Т.Б.	ЛІНГВОДИДАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ ХУДОЖНЬОГО ТЕКСТУ	21

ПРОБЛЕМИ КОГНІТИВНОЇ ТА КУЛЬТУРНОЇ СЕМАНТИКИ

DEMENCHUK O.	PRINCIPAL APPROACHES TO LEXICAL SEMANTIC DERIVATION STRATEGIES	25
DEMENCHUK D.	KONCEPT CZASU WOLNEGO W UJĘCIU SOCJOLINGWISTYCZNYM	27
ТРИФОНЮК Л.Ю.	МЕНТАЛЬНЕ ПОЛЕ ПРЕДИКАТА <i>THINK</i>	30

ПРОБЛЕМИ ЗІСТАВНОЇ СЕМАНТИКИ

МІЗІН К.І.	ЗАСАДИ СТАНОВЛЕННЯ ЗІСТАВНОЇ ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЇ	37
АЛАДЬКО Д.О., АЛАДЬКО О.Д.	ГЕНДЕРНА СТЕРЕОТИПІЗАЦІЯ У ФРАЗЕОЛОГІЇ	41
ПАВЛОВСЬКА Л.О.	СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЕРБАЛЬНИХ ФОРМУЛ ПОБАЖАНЬ У ПРАГМАТИЧНОМУ АСПЕКТІ НА МАТЕРІАЛІ РІЗНОСТРУКТУРНИХ МОВ	44
КІНАЩУК А.В.	ЕТИМОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ІРРАЦІОНАЛЬНИХ ДІЄСЛІВ (НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКОЇ, АНГЛІЙСЬКОЇ ТА НІМЕЦЬКОЇ МОВ)	47

ФЕДОРОВ І.Б.	ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ <i>АРТЕФАКТНИЙ ПРОСТІР ЛЮДИНИ</i> У ФРАЗЕОЛОГІЗМАХ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ	50
ХОМУТОВСЬКА І.С.	ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З НАЗВАМИ ТВАРИН В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ	52

ФОНЕТИЧНА, ЛЕКСИЧНА І ГРАМАТИЧНА СЕМАНТИКА

ЛЕМІШ Н.Є.	СИНКРЕТИЧНІСТЬ ЛЕКСИЧНОГО І ГРАМАТИЧНОГО ЗНАЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОГО СПОЛУЧНИКА 'AND'	55
ОРЕЛ І.І.	ФОРМУВАННЯ ОЦІНКИ У КОНОТАТИВНІЙ СТРУКТУРІ НІМЕЦЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ	58
ТАРАСЮК Н.Ю.	КАТЕГОРІЯ АКТИВНОСТІ/ПАСИВНОСТІ ЯК ВИЯВ ДЕРИВАЦІЙНОЇ ТА СЛОВОТВІРНОЇ ФУНКЦІЇ МОРФЕМ	61
ГЕДЗЕРУК О.В.	ФРАЗЕОЛОГІЗМИ ІЗ СОМАТИЧНОЮ ЛЕКСИКОЮ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ	64
ІЛЬЧУК Л.С.	СТЕРЕОТИПНЕ УЯВЛЕННЯ ПРО НЕГАТИВНІ РИСИ ХАРАКТЕРУ ЖІНКИ У ФРАЗЕОЛОГІЗМАХ АНГЛІЙСЬКОМОВНОГО ТА УКРАЇНСЬКОМОВНОГО СУСПІЛЬСТВА	67

СЕМАНТИКА І ПРАГМАТИКА МОВНИХ ОДИНИЦЬ

КОНДРАТЮК Н.В.	ЕПОНІМИ ЯК СКЛАДОВА ЧАСТИНА СИСТЕМИ ТЕРМІНОТВОРЕННЯ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ	70
ВАКУЛІЧ А.І.	РОЛЬ І МІСЦЕ ФРАНЦУЗЬКИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ	75
СЕРГІЙЧУК Н.Ю.	ОСНОВНІ СПОСОБИ ТЕРМІНОТВОРЕННЯ В АНГЛІЙСЬКІЙ ГЕОГРАФІЧНІЙ ТЕРМІНОЛОГІЇ	78
СИВОРИГ Н.В.	РОЛЬ І МІСЦЕ НІМЕЦЬКИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ	81

СЕМАНТИКА ТЕКСТУ І ДИСКУРСУ

ШУЛЬЖУК Н.В.	ВЗАЄМОДІЯ ФОРМАЛЬНО-СИНТАКСИЧНОЇ, СЕМАНТИЧНОЇ ТА КОМУНІКАТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІАЛОГІЧНОЇ РЕПЛІКИ	85
ЗАЛУЖНА О.О., РОЛЛЕР А.Ю.	ДО РОЗМЕЖУВАННЯ ПОНЯТЬ ІДІОСТИЛЬ ТА ІДІОЛЕКТ	91
КАЛІНІЧЕНКО М.М.	ДИКУНСЬКІ СЕНСАЦІЇ ДЖОНА НІЛА В АМЕРИКАНСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРІ ХІХ СТОРІЧЧЯ	94
КОНСТАНТИНОВА О.В.	ЛЕКСИЧНІ Й СИНТАКСИЧНІ ЗАСОБИ ЕКСПРЕСІЇ В ТЕКСТАХ НОВИН CNN ПРО УКРАЇНУ	98

ЧЕБЕРЯК А.М.	СОЦІАЛЬНА, КОМУНІКАТИВНА, МОВЛЕННЄВА РОЛІ: СПІВВІДНОШЕННЯ ПОНЯТЬ	100
ЮРКОВСЬКА М.М.	ДО ПИТАННЯ ЛІНГВО-СТИЛІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ ТА ПРИЙОМІВ КОМІЧНОГО НА СИНТАКСИЧНОМУ РІВНІ В НЕГОМОГЕННИХ ТЕКСТАХ	104
ЖАЛКО Д.Д.	СЕМАНТИКА ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНИХ МАРКЕРІВ У ХУДОЖНІХ ТЕКСТАХ	107
ЧЕРНЯК К.О.	ДОСЛІДЖЕННЯ ПОНЯТТЯ «ДИСКУРС»	109

СЕМАНТИКА І ПЕРЕКЛАД

КУЧМА Т.В.	ДЕФОРМАЦІЯ АНТРОПОНІМІВ ЯК ЗАСІБ СТВОРЕННЯ КОМІЧНОГО ЕФЕКТУ ТА ЇХ ПЕРЕКЛАД УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ	112
МОКРА Т.А.	ФЕНОМЕН ЛАКУНАРНОСТІ В КОНТЕКСТІ ІНСТРУМЕНТАЛЬНИХ ДІЄСЛІВ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ)	116
КОЛОМІЄЦЬ Н.М.	ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ ПЕРЕКЛАДУ ЛЕКСИЧНИХ ОДИНИЦЬ В АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ МАТЕРІАЛАХ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ	119

Словник української мови. Available at: <https://www.slovnyk.ua/index.php?swrd=%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B5%D1%84%D0%B0%D0%BA%D1%82>

Oxford English Dictionary. Available at: <https://en.oxforddictionaries.com/> (дата звернення: 01.10.2019).

УДК 811.111'25:658.8

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

ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ ПЕРЕКЛАДУ ЛЕКСИЧНИХ ОДИНИЦЬ В АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ МАТЕРІАЛАХ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Маркетингові комунікації – це комплекс інтегрованих заходів підприємства з інформування, переконання цільової аудиторії і нагадування їй про свої товари і послуги, створення позитивного іміджу бренда і підприємства. Матеріали маркетингових комунікацій є об'єктом вивчення економістів, маркетологів, а також лінгвістів, оскільки мовний код є одним із провідних серед інших груп символів, що їх використовують для передачі інформації.

З точки зору форм і методів передачі інформації маркетингові комунікації поділяють на такі види: реклама, PR-комунікації, стимулювання збуту, особистий продаж, прямий маркетинг тощо (Попова, 2020, с. 8). Кожен вид тексту з маркетингових комунікацій спрямований на обрану аудиторію і виконує особливу комунікативно-прагматичну функцію. Серед текстів повідомлень для комунікації компанії з відповідною аудиторією виділяють ньюз-релізи, прес-релізи, репортажі, аналітичні статті тощо.

Прес-реліз – це невеликий, призначений для преси організаційний документ, що містить актуальне повідомлення, наприклад, анонс події або новину. Прес-реліз повинен легко читатися, містити назву компанії, контактний телефон та контактну особу (Попова, 2020, с. 95). Прагматична суть такого повідомлення – вдале донесення інформації, яка характеризується достовірністю, актуальністю та новизною, до конкретної аудиторії, що викликає несвідому зацікавленість споживача.

Задля реалізації комунікативно-прагматичного потенціалу тексту в англійськомовних прес-релізах компанії «Вераллія»

використовують, зокрема, лексичні одиниці на позначення понять внутрішньої корпоративної культури.

Корпоративна культура західноєвропейських країн передбачає суворе дотримання протоколів контролюючих органів захисту навколишнього середовища, що регулюють роботу компаній, які займаються виробництвом. Очевидно, що такі органи використовують у своїх текстах багато скорочень, загальноприйнятих аббревіатур і термінів відповідної фахової спеціалізації. Особливості перекладу полягають у підборі функціональних відповідників в процесі перекладу лексичних одиниць для збереження прагматичної цілі інформації.

Наприклад, *FEVE (Fédération Européenne du Verre d'Emballage – Federation of European manufacturers of glass containers) – FEVE, Європейська федерація тарного скла*: в англійському тексті є повна назва федерації французькою мовою і переклад розшифрованої аббревіатури англійською мовою, в українському ж перекладі з англійської мови не збережено назви іноземними мовами, такий спосіб перекладу не перевантажує текст зайвою інформацією, але забезпечує його достовірність.

Прийом збереження іншомовної аббревіатури з перекладом повної назви явища українською мовою простежується і для передачі загальноприйнятих економічних термінів, як-от: 1) *ESG (Environmental, Social and Governance criteria) – ESG, Екологічні, соціальні, корпоративні критерії діяльності компанії*; 2) *EHS (Environment, Health and Safety) – Виробничі стандарти EHS – довкілля, здоров'я та безпека*; 3) *UN SDGs (United Nations Sustainable Development Goals) – Цілі сталого розвитку (ООН)*. Подібні лексичні одиниці в текстах прес-релізів засвідчують координацію діяльності компанії у відповідності до сучасних світових тенденцій економічного розвитку і передбачають високий прагматичний вплив на аудиторію.

Деякі аббревіатури англійського тексту в українському перекладі передано повною назвою: *CSR (Corporate Social Responsibility) – соціальна відповідальність бізнесу*.

Внутрішня корпоративна термінологія є важливою характеристикою текстів маркетингових комунікацій, вона підкреслює унікальність і специфічність процесів і процедур компанії та підсилює впізнаваність бренду. Корпоративна термінологія має бути передана в перекладі всього комплексу текстів маркетингових комунікацій усіма мовами, якими ці тексти створюються. Наш матеріал засвідчує, що

прагматична настанова перекладного тексту зумовлює вибір способу перекладу корпоративних термінів.

Термін «*zero accident*» і його постійний еквівалент в українських перекладах «без нещасних випадків» використовується для опису політики компанії із запобігання або попередження нещасних випадків на виробництві і для низки заходів реалізації такої політики.

Однак метафоричність лексичної одиниці «*Whistleblowing Procedure*» не була збережена в українському перекладі, можливо, через те, що надмірна образність терміна для позначення корпоративної процедури нівелювала би потрібний прагматичний ефект українського тексту. Натомість, прийом експлікації дозволив передати смисл терміна в гармонії зі стилем повідомлення:

*Any information you provide on the Ethics Hotline will be processed, on a completely confidential and anonymous basis in accordance with our **Whistleblowing Procedure**, unless anonymous reports are prohibited in your country or you make the choice to self-identify.* – Будь-яка інформація, якою ви поділитесь на гарячій лінії з питань етики, буде оброблятися на повністю конфіденційно та анонімно, відповідно до нашої **Процедури розкриття інформації**, якщо анонімні повідомлення не заборонені у вашій країні або ви не вирішите ідентифікувати себе.

Список використаних джерел:

Попова, Н.В. (2020). *Маркетингові комунікації: підручник*. Харків: Факт.

Сайт компанії Verallia. Available at: https://ua.verallia.com/s/?language=en_US

Сайт компанії Вераллія Україна. Available at: <https://ua.verallia.com/s/?language=uk>