

crown – коронка зуба;

allergy – алергія.

2) **складні** – ті, що складаються з двох слів і пишуться разом або через дефіс, наприклад:

hypersensitivity – гіперчутливість (надмірне проявлення реакції);

mouthwash – ополіскувач для ротової порожнини.

3) **терміни-словосполучення** – ті, що складаються з декількох компонентів, наприклад:

alveolar bone – альвеолярний відросток;

anterior teeth – передні зуби;

general anesthesia – загальний наркоз;

deciduous teeth – молочні зуби;

dental implant – зубний імплантант.

Прості терміни, тобто ті, що складаються з одного слова, складають переважну більшість термінологічних одиниць – приблизно 72%. Складні терміни, тобто терміни утворені методом словоскладання складають приблизно 3% від загальної кількості термінологічних одиниць. Що ж стосується термінологічних основ, то вони у відсотковому відношенні налічують приблизно 25%.

Таким чином, англійські термінологічні одиниці у галузі стоматології за своїм походженням не є однорідними. Стоматологічні терміни відображають сутність наукових відкриттів, передають створені та вже існуючі у науці й техніці поняття, служать назвами нових явищ та предметів, прокладають шлях до пізнання світу.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Косенко А. В. Основні характеристики англійської медичної термінології. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2015. № 18. С. 2.
2. Терлецька І. М., Кобильченко М. О., Шекера Н. С. Особливості сучасної медичної термінології. С. 2.
3. Тулес Т. С. Загальні аспекти становлення англійської терміносистеми медицини. *Littera Scripta Manet*: збірка студентських наукових праць. № 3. С. 4-5.
4. Dental dictionary. URL: <http://www.dentpedia.info/dental-education/dental-dictionary>.
5. Monarchdental terms glossary. URL: <https://www.monarchdental.com/services/dentist/dental-terms>.
6. Zalipska Y. The lexical-semantic organization and the structure of medical terms. URL: <https://doi.org/10.34142/23127546.2019.51.02>.

Плюхін Лілія

Науковий керівник – доц. Цепенюк Тетяна

ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ СЛЕНГІЗМІВ В АНГЛОМОВНОМУ ТЕЛЕДИСКУРСІ

Поняття «сленг» все частіше з'являється у новітній філології. Будь-яка мова невпинно розвивається, поповнюється новими словами, і пласт лексики, який найбільше підпадає під такі зміни – це сленг. Він іде в ногу з часом та змінюється настільки швидко, наскільки і соціокультурне середовище – те, що є сленгом сьогодні, може уже ним не бути через декілька місяців. Проте найважливішим залишається те, що сленгізми беззаперечно дають нам можливість проникнути у мовне середовище конкретної культури.

На сьогоднішньому етапі досліджень не існує єдиного правильного визначення терміну «сленг». Це явище привертає увагу багатьох науковців, які під різними кутами висвітлюють його особливості. Вивченням цього питання займалися науковці з різних куточків планети, серед яких Е. Патрідж, І. Р. Гальперін, В. Г. Вілломан, М. М. Маковський, Є. В. Алімова, У. О. Потятиник. До них належить також відомий український військовик, кандидат філологічних наук, професор Віктор Балабін, який досліджував питання сучасного американського військового сленгу.

Взагалі сленг можна поділити згідно зі всіма професіями, класами, інтересами тощо, які є притаманними відповідним групам людей. Власний сленг є у книголюбів, газетярів, журналістів, спортсменів, музикантів, політиків, військових, моряків, пілотів, науковців,

школярів, студентів, автомобілістів тощо. Однак слід звернути увагу, що єдиної правильної класифікації сленгу не існує, оскільки вкрай важко врахувати усі невід'ємні складові цього словникового рівня.

ЗМІ мають неабиякий вплив на формування світогляду, інтересів, ідеологій, сприйняття навколишнього середовища, мислення і поведінку окремих членів спільноти. Публіцистичні тексти та висловлювання можуть слугувати фундаментом для вивчення сучасної мови, оскільки саме в них найшвидше з'являються численні зміни мовної реальності та найбільш поширені особливості вживання мови сьогодення. Однак, поряд з тим мова ЗМІ вирізняється розмитістю та нечіткістю стильових меж.

У роботі «Порядок дискурсу» Мішель Фуко зазначає, що дискурс - це «сукупність висловлювань, що належать до однієї і тієї ж системи формацій. Саме таким чином я можу говорити про кліматичний дискурс, дискурс економічний, дискурс природничої історії і дискурс психіатрії» [1].

Теледискурс займає важливе місце в системі комплексного інформаційного впливу. У сучасному розумінні поняття «телевізійний дискурс» позначає цілий соціокультурний феномен. Завдяки широкому набору візуальних та мовних знаків він передає інформацію та надає дію, тим самим утворюючи комплексну непросту структуру взаємозв'язку вербальних і авербальних елементів. Його трактують як специфічний дискурс, що «відбиває складну семіотичну структуру взаємозв'язку вербальних і візуальних засобів у єдиному комплексі, зануреному в конкретний соціальний простір; повідомляє інформацію, здійснює вплив [3, с.7]». Його вивченням займалися І. В. Бетлер, О. В. Ревзіна, О. В. Дзикович, Г. О. Денискіна, Г. Г. Почепцов, М. Є Фролова.

Сленг стає частиною не лише низькосортних каналів та розважальних програм, але зокрема і преси національного масштабу. Слід зауважити, що це явище є свідомою трансформацією, яка націлена на спрощення сприйняття інформації, а також аби зробити сухий матеріал емоційнішим, живішим та зрозумілішим для кожного.

Аби з'ясувати наскільки активним є використання сленгу в сучасному англomовному теледискурсі проаналізуємо сленгове наповнення у британській компанії суспільного телерадіомовлення, а саме відеоматеріали телеканалу BBC. Матеріалом нашого дослідження слугували понад сотня відеоматеріалів телеканалу BBC, що розміщені на їхньому офіційному сайті у Всесвітній мережі. Перше, на що ми звернули увагу, це те, що відео політичного, економічного змісту, а також випуски новин, містять значно менше сленгового наповнення, ніж інтерв'ю та матеріали розважального характеру.

Найбільш вживаним сленгом виявилось слово *yeah* – так. В одному з відеороликів воно належить американському економісту і звучить так « – Paul? It's Bob Wilson. – *Yeah?*» [5]. *Yeah* належить до розмовної мови та згідно з усталеними нормами частіше використовується серед підлітків та студентів. Однак, у процесі дослідження ми помітили, що це слово вживають люди різних вікових категорій – від наймолодших до найстарших, обох статей, не зважаючи на посаду та місце у суспільстві. Відтак, слово *yeah* було вжито в опрацьованих матеріалах близько десятка разів і часто двічі чи навіть тричі в одному відео сюжеті. Серед них були підлітки, молоді чоловіки та жінки, а також старші особи, більшість з яких були пересічними людьми та простими учасниками відеоролику. Проте були і представники так званої еліти, наприклад, прем'єр-міністр, економіст, науковець та ведучий новин.

Інтернет-сленг виділяють окремою категорією за сферою використання. Це не дивно, оскільки це найбільш динамічна категорія. Першою причиною є те, що сленгізми з'являються так само швидко, як і зникають. Друга причина – це масштаби аудиторії.

Серед слів, які відносяться до категорії Інтернет-сленгу, ми зустріли такі популярні слова як *troll* і *trolling* – *насміхатися, жартувати над кимось*. Частіше цей термін пояснюють як провокацію, націлену на емоційну реакцію, образи та конфлікт. В одному з відео про бодіпозитив репортер поставила запитання про насмішки, яке звучало так: «*Do you face a lot of trolling?*» [4]. В англійській мові іменник «*troll*» датується ще 1610 роком, де трактується як «*потворний карлик або гігант*» [2]. На теренах України теж з'явилися популярні серед молоді слова *троль*, *тролити*, *тролінг*. Сучасного значення термін *trolling* вперше набув у Usenet-конференціях у кінці 80-х років минулого століття. І якщо тоді це були лише разові спроби

ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНИХ МОВ

опублікувати провокаційну інформацію в Інтернеті заради розваги, то тепер переважна більшість сайтів та сторінок у соціальних мережах зазнають впливу тролінгу [2].

Здійснивши практичний аналіз використання сленгу у сучасному англomовному теледискурсі, можна зробити висновок, що особливістю цього явища є відсутність рамок. Сленг просочився у пресу національного масштабу та міцно там утвердився. Ним не нехтують ні пересічні громадяни, ні представники держави, ним оперують люди різного віку, статі, раси та культур, що стирає межі класифікації сленгових одиниць на категорії та утверджує вплив та функціонування сленгу у сучасному суспільстві.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Дискурс: веб-сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Дискурс> (дата звернення: 28.10.2020)
2. Тролінг: веб-сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Тролінг> (дата звернення: 16.10.2020)
3. Фролов М. Е. Телевизионный дискурс информационно-аналитических программ: автореф. дис. канд. филол. наук / 10.01.10. Тверь, 2004. 20 с.
4. Our complicated relationship with body hair removal and grooming: веб-сайт. URL: <https://www.bbc.com/news/av/stories-54376807> (дата звернення: 16.10.2020)
5. 'Wake up, you've won a Nobel Prize': веб-сайт. URL: <https://www.bbc.com/news/av/world-54525689> (дата звернення: 16.10.2020)

Черненко Ольга

Науковий керівник – доц. Цепенюк Тетяна

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРСОНАЖНОГО МОВЛЕННЯ ПІДЛІТКІВ У РОМАНІ Д. ТАРТТ THE GOLDFINCH («ЩИГОЛЬ»)

Дослідження мовної картини персонажного мовлення підлітків є досить актуальною темою сьогодення. Існує безліч поглядів щодо вивчення підліткового мовлення у сучасній науковій літературі, як і факторів, які впливають на нього. Сучасні дослідники акцентують увагу на необхідності відображення мовної картини молодіжного мовлення в художніх творах як засобу стилізації в художній літературі. А. А. Машталер у праці «Мовлення старшокласника в сучасному художньому тексті» аналізує функції мовлення підлітка в стилістичному аспекті, звертаючи увагу на різні варіанти його реалізації в літературному тексті [3, с. 71-75]. Як підкреслює В. О. Антонов у дисертації «Комунікативні стилі персонажного мовлення» [1, с. 21-24] у мовленнєвому стилі персонажів підлітків віком 13-18 років переважають комунікативні тактики образи, наказу, залякування, ігнорування, лексика негативної оцінки, сленгізми та вульгаризми, що є проявом агресії стосовно співрозмовника. У своїй роботі він уточнює поняття комунікативного стилю персонажів сучасної американської драми, визначає комунікативну взаємодію на основі віку, гендеру та освіти. Віковий параметр є однією із важливих статусних характеристик комуніканта. Фізичний віковий параметр комуніканта пов'язується з його психологічним і ментальним розвитком і характеризується специфічними рисами використання мовних та моленневих засобів, конструкцій, тактик і стратегій, типів комунікативної поведінки та стилів [1, с. 35].

Під комунікативним стилем персонажів автор має на увазі таку організацію їхніх висловлювань, у якій лексико-стилістичний та актомовленнєвий складники реалізують обрану мовцем комунікативну тактику. Він виступає зразком мовленнєвої поведінки персонажа. У широкому розумінні комунікативний стиль визначається як системна конфігурація мовних, мовленнєвих та екстралінгвальних засобів, спосіб організації висловлювань мовця. Поняття може бути застосованим до вивчення як реальної комунікації, так і персонажного мовлення, що дає автору можливість використати термін комунікативний стиль персонажного мовлення [1, с. 16-18]. Персонажне мовлення — це відтворення процесу реальної комунікації між людьми літературними засобами писемного мовлення [4, с. 141], передача його специфічних особливостей для створення достовірної картини світу та образів самих персонажів [2, с. 21]. Висловлювання персонажів лексично наближується до реальної комунікації за допомогою вживання табуйованої, зниженої лексики, вульгаризмів, жаргонізмів, неологізмів, діалектних та сленгових лексичних одиниць [1, с. 55].