

**НАУКОВА ФІЛОЛОГІЧНА
ОРГАНІЗАЦІЯ «ЛОГОС»**

**Міжнародна
науково-практична конференція**

**«СУЧАСНІ НАУКОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ
ПРЕДСТАВНИКІВ ФІЛОЛОГІЧНИХ НАУК
ТА ЇХНІЙ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК МОВИ
ТА ЛІТЕРАТУРИ»**

12–13 квітня 2019 р.

м. Львів

УДК 001.8:80(063)
С91

Сучасні наукові дослідження представників філологічних наук та їхній вплив на розвиток мови та літератури: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції: м. Львів, 12–13 квітня 2019 р. – Львів: ГО «Наукова філологічна організація «ЛОГОС», 2019. – 124 с.

Видається в авторській редакції. Редакційна колегія Наукової філологічної організації «ЛОГОС» не завжди поділяє погляди, думки, ідеї авторів та не несе відповідальності за зміст матеріалів, наданих авторами для публікації.

У виданні зібрані тези, подані на міжнародну науково-практичну конференцію «Сучасні наукові дослідження представників філологічних наук та їхній вплив на розвиток мови та літератури».

УДК 001.8:80(063)

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ТЕОРІЯ ЛІТЕРАТУРИ, ПОРІВНЯЛЬНЕ ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВО

Мороз Л. В.

МАСКОВА ФОРМА ОБ'ЄКТИВАЦІЇ ГЕРОЯ РОЛЬОВОЇ ЛІРИКИ5

СЕКЦІЯ 2. ЗАГАЛЬНЕ, ПОРІВНЯЛЬНО-ІСТОРИЧНЕ, ТИПОЛОГІЧНЕ МОВОЗНАВСТВО

Красавіна В. В., Вакула М.

МОТИВАЦІЯ ФІТОНІМІВ

(НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКОЇ, АНГЛІЙСЬКОЇ ТА НІМЕЦЬКОЇ МОВ)9

СЕКЦІЯ 3. ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ПЕРЕКЛАДУ

Гураль М. І.

СЕМАНТИЧНО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВНИХ ЕТНОЗНАКІВ
У ТЕКСТІ РОСІЙСЬКОГО ПЕРЕКЛАДУ «ДУМА ПРО ТЕБЕ»

МИХАЙЛА СТЕЛЬМАХА13

Дашенко О. І.

ВІДТВОРЕННЯ СЛІВ-РЕАЛІЙ У РОСІЙСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ

МАРІЇ МАТІОС «ЧЕРЕВИЧКИ БОЖОЇ МАТЕРІ»18

Єлісєєва С. В.

КОНЦЕПТУАЛЬНА МЕТАФОРА У ВОЕННОМУ ДИСКУРСІ

ТА СПОСОБИ ЇЇ ПЕРЕКЛАДУ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ23

Кравченко М. С.

ЛЕКСИЧНІ ІННОВАЦІЇ СУЧАСНОГО ФРАНЦУЗЬКОГО ПУБЛІЦИСТИЧНОГО

ТЕКСТУ ТА ЗАСОБИ ЇХНЬОГО ВІДТВОРЕННЯ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ.....27

Матвєєва Д. М.

ПЕРЕКЛАД ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З НІМЕЦЬКОЇ МОВИ НА УКРАЇНСЬКУ31

Набігуз А. Ю.

ОСОБЛИВОСТІ КОЛЬОРОПОЗНАЧЕНЬ У ХУДОЖНІЙ ЛІТЕРАТУРІ35

Рикичинська Д. О.

СПЕЦИФІКА ФУНКЦІОНУВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ

У ПОЛІКУЛЬТУРНОМУ СВІТІ.....41

Тарангул І. Л.

ЗАСОБИ ХУДОЖНЬОЇ ВИРАЗНОСТІ В ПОЕЗІЇ В. МАЯКОВСЬКОГО

ТА СВОЄРІДНІСТЬ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ46

СЕКЦІЯ 4. МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ

Калініченко Т. М.

АНАЛІЗ ДЕЯКИХ ВІДМІННОСТЕЙ, ХАРАКТЕРНИХ ДЛЯ НЕВЕРБАЛЬНИХ

ЗАСОБІВ КОМУНІКАЦІЇ ЖІНОК І ЧОЛОВІКІВ51

Лисицька О. П.

БІЛІНГВІЗМ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ СОЦІОЛІНГВІСТИЧНОГО НАПРЯМУ

У ВИКЛАДАННІ ДИСЦИПЛІН ІНОЗЕМНИМИ МОВАМИ.....55

СЕКЦІЯ 5. УКРАЇНСЬКА МОВА ТА ЛІТЕРАТУРА

Бойко Л. П.

ТРАНСФОРМАЦІЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ У МОВОТВОРЧОСТІ
ЛІНИ КОСТЕНКО58

Волкова І. В., Масло О. В., Павлусенко Я. І.

ЗВЕРТАННЯ В ТЕКСТАХ ЗАМОВЛЯНЬ.....62

Гончарук В. А.

ТРИ ЕТАПИ ЕВОЛЮЦІЇ «МАЙСТРА СЛОВА» ЄВГЕНА ПЛУЖНИКА64

Ладоня К. Ю.

ШЛЯХИ ТВОРЕННЯ НЕОЛОГІЗМІВ УКРАЇНСЬКОМОВНОГО СЕГМЕНТУ
СОЦМЕРЕЖІ FACEBOOK69

Радченко В. В.

ФУНКЦІЇ НАВЧАЛЬНИХ ПОЛІКОДОВИХ ТЕКСТІВ.....73

СЕКЦІЯ 6. РОСІЙСЬКА МОВА ТА ЛІТЕРАТУРА

Аргунова Г. В.

ПРОБЛЕМЫ ЯЗЫКОВОЙ ИНТЕРФЕРЕНЦИИ ПРИ ОБУЧЕНИИ
АРАБОГОВОРЯЩИХ СТУДЕНТОВ РУССКОМУ ЯЗЫКУ
КАК ИНОСТРАННОМУ78

Павельева А. К.

ПРОСТРАНСТВО И ВРЕМЯ КАК КАТЕГОРИИ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА
ПОВЕСТИ Н. В. ГОГОЛЯ «ПРОПАВШАЯ ГРАМОТА»83

Перепелкина Т. В.

ИРОНИЯ В РОМАНЕ М. А. БУЛГАКОВА «МАСТЕР И МАРГАРИТА»87

СЕКЦІЯ 7. РОМАНСЬКІ, ГЕРМАНСЬКІ ТА ІНШІ МОВИ І ЛІТЕРАТУРА

Bilonizhka I. S.

NEOLOGISMS CREATED IN THE LAST YEARS93

Віталіш Л. П.

НАЗВИ ЗБРОЇ У НІМЕЦЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМАХ.....95

Жила В. Г.

СИНОНІМІЧНО-АНТОНІМІЧНІ ЗВ'ЯЗКИ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ
В КОРЕЙСЬКІЙ МОВІ.....100

Макарова О. А.

ПЕРЕДКОНЦЕПТУАЛЬНА ІПОСТАСЬ ОБРАЗУ ЖІНКИ
В АВСТРАЛІЙСЬКИХ ХУДОЖНІХ ТЕКСТАХ103

Оліферук А. О.

ОСОБЛИВОСТІ ВИРАЖЕННЯ ЕКСПРЕСІВІВ НЕГАТИВНОЇ
ЕМОЦІЙНОСТІ В АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТАХ.....108

Петраш А. І.

УКРАЇНСЬКО-РУМУНСЬКІ ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ПАРАЛЕЛІ.....110

Топчий О. Ю.

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕФЕРЕНЦИИ
В НЕИСКРЕННЕМ ДИСКУРСЕ113

Tsypiazhchuk A.V.

EFFECTIVE INTERNATIONAL DISCOURSE:
LINGUISTIC BARRIERS IN PROFESSIONAL ACTIVITY118

СЕКЦІЯ 4. МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ

Калініченко Т. М.
викладач кафедри романської філології
Харківський національний педагогічний університет
імені Г. С. Сковороди
м. Харків, Україна

АНАЛІЗ ДЕЯКИХ ВІДМІННОСТЕЙ, ХАРАКТЕРНИХ ДЛЯ НЕВЕРБАЛЬНИХ ЗАСОБІВ КОМУНІКАЦІЇ ЖІНОК І ЧОЛОВІКІВ

Вербальне спілкування визначено зовнішніми соціально-психологічними і внутрішніми психічними і фізіологічними факторами. Зазвичай воно орієнтується на ситуацію, і особистості слухача і мовця грають в ній головну роль. Емоційний контакт між цими особистостями є важливою частиною комунікації, отже, невербальне спілкування є основним, на що слід звертати увагу.

Метою даної роботи є аналіз деяких відмінностей, характерних для невербальної поведінки жінок і чоловіків. Об'єктом пошуку є феномен гендерної поведінки і його вплив на невербальну комунікацію. Предметом є визначення особливостей прояву гендерної диференціації невербальної поведінки.

Ю. Д. Апресян в 1995 році підкреслював важливість «образу людини» в немовному впливі [1]. Наука про невербальне – це наука про закономірності взаємодії людської комунікації і ефекті невербальних засобів на контакти в різних областях людської діяльності. Існує багато видів наукового пошуку, наприклад паралингвістика, кинесика, просодика, проксемика, окулесіка, гаптіка і т.д.

У невербальному спілкуванні багато жестів є проявом чоловічої або жіночої поведінки. Жести, пантоміма, пози, хода, міміка існують чоловічі і жіночі. Реалізація невербальних компонентів комунікації можлива тільки в процесі спілкування і тільки при наявності двох або більше людей, що спілкуються [2, с. 9].

А. В. Страхова досліджувала вербальні та невербальні засоби вираження гендерної спрямованості рекламного тексту в слов'янській країні і у Франції. Дослідниця говорить, що невербальні засоби гендерно орієнтованої реклами роблять образ жінки та чоловіка, які є відмінні в залежності від домінування наступних якостей: особистісних, соціальних або фізичних. У Франції жіночий образ виявляється в ролі «успішна жінка», у вітчизняному просторі ця роль інша і постає як «жінка вдома». У той час чоловічі образи більш схожі, це відбувається через наявність більш схожих індивідуально-особистісних якостей [4].

А. Іглія, Л. Карлі пишуть, що жести у жінок більш спокійні, їм властива інтонація людини, що виправдовується, їх вираз обличчя більш дружелюбний. Чоловіки-лідери зазвичай сміються, коли присутні жінки, в той час як жінки-лідери сміються, спілкуючись і з чоловіками, і з жінками [5].

Індивідуальна симпатія до партнерів не так важлива для чоловіка, як зміст спільної діяльності. Для чоловічої комунікації важливі раціональні і творчі способи взаємодії, чоловіки більш стримані, вони прагнуть домінувати. Найчастіше, жінки мають різні міжособистісні дистанції з різними людьми, простіше показують свої почуття. Жінка більше, ніж чоловік володіє інтуїцією. Користуючись нею, жінка будує міжособистісні відносини, в яких присутні підлеглі або соціально прийнятні прийоми поведінки.

В. Аїкс і Р. Барнс провели дослідження і вважають, що різностатеві молоді люди, які мають традиційні установки про роль чоловіка і жінки нечасто посміхаються один одному, не так часто говорять між собою, ніж ті, у кого ці уявлення більш демократичні. Автори припускають, що ці спостереження можуть бути пов'язані з віком, а також сором'язливістю юнаків і дівчат [7].

Р. Рубін провела дослідження серед університетських викладачів і, вони показали, що молодих викладачів-жінок студенти частіше називають по імені, ніж викладачів-чоловіків [8]. В. М. Погольша вважає, що на стилі комунікації чоловіка і жінки впливають стереотипи статевих ролей, які утворюються в процесі історії. Також варто згадати важливий вплив особливостей психіки і фізіології [2].

Соціалізуючись, людина вчиться прийомам спілкування, які властиві для даного суспільства, разом з цим він вчиться правильно їх інтерпретувати.

ти. Тому можна сказати, що невербальні прояви особистісного поведінки не є невідповідними.

Стереотипи, які притаманні тієї або іншої статі дуже сильні. Їх можна розпізнати, наприклад, в номінаціях фонових паралінгвізмів, коли описуються голоси жінок і чоловіків, їх сила, тембр, якість. Чоловік, висловлюючи гнів, демонструє сильні зміни від норми вимови. Стиль поведінки чоловіка показує прихильність до дій, які є у людей, наділених владою, цей стиль демонструє незалежність. Жінка ж більш залежна, і її поведінка всіляко підкреслює це. Для чоловіка природно нечасто посміхатися, переконувати з натиском, перебивати.

Однак потрібно брати до уваги позицію чоловіка в групі і саму групу. Що стосується чоловічих груп, то чоловіки нечасто сміються в ній. Жінки ж у жіночих групах сміються частіше за чоловіків. У різностатевих групах жінки не користуються часто прямими способами впливу. Найчастіше вони висловлюють сумнів, що стосується своїх власних висловлювань, часто повторюють свої поставлені запитання. Це робиться для того, щоб підтримати свого співрозмовника.

Можна навести такий приклад, як манера ходьби чоловіка і жінки. При ходьбі чоловіки відставляють убік лікті, а жінки – зап'ястя. Це відбувається з тієї причини, що чоловіки мають більш важкі плечі, а жінки – більш важкі стегна. Іноді, чоловіки спеціально при ходьбі залишають лікті далі від тулуба. За допомогою цього чоловік хоче додатково надати собі мужність і показати свій поважний вигляд.

Аналізуючи розповідь Ернеста Хемінгуея «Cat in the Rain» можна знайти фразу, наведену нижче. Дієслово «to like» (подобатися) повторюється в цьому короткому параграфі п'ять разів. Стає зрозуміло, що героїня цієї розповіді – жінка, яка дуже любить свого чоловіка і захоплюється ним. Швидше за все, саме жіноча стать здатна так щиро висловлювати свої емоції і почуття і проживати їх. Приклад:

«He stood behind his desk in the far end of the dim room. The wife liked him. She liked the deadly serious way he received any complaints. She liked his dignity. She liked the way he wanted to serve her. She liked the way he felt about being a hotel-keeper. She liked his old, heavy face and big hands» [6].

Отже, в даній роботі був проведений аналіз деяких відмінностей, які характерні для невербальної поведінки жінок і чоловіків. Був зроблений

короткий огляд літератури, і наведені приклади такої різниці у поведінці чоловіків і жінок. Також був наведений приклад з твору Ернеста Хемінгуейя. Були виявлені відмінності, які беруть свій початок з різних соціальних ролей чоловіка та жінки.

Список використаних джерел:

1. Апресян Ю. Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания. *Вопр. языкознания*. 1995. № 1. С. 6–18.
2. Погольша В. М. Личное влияние и поло-ролевой стереотип. *Ананьевские чтения-97: тезисы научно-практической конференции*. СПб., 1997. С. 132–133.
3. Солощук Л. В. Вербальне та невербальне у полікодовому дискурсивному просторі. *Дискурсні стратегії лінгвістики XXI століття: збірник матеріалів конференції (укр., англ., рос., нім., франц., польск. мовами) / Укл. А. І. Раду*. Львів: Видавництво Львівського національного університету імені Івана Франка, 2011. 316 с.
4. Страхова А. В. Вербальные и невербальные средства выражения гендерной направленности рекламного текста в России и во Франции : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филолог. наук : 10.02.20. М., 2012. 22 с.
5. Eagly A. H., Carli L. L. The female leadership advantage: An evaluation of the evidence. *The Leadership Quarterly*, 2003. № 14. P. 807–834.
6. Hemingway E. *Cat in the Rain*. Режим доступа: <http://english.heacademy.ac.uk/wp-content/uploads/2016/01/Hemingway.pdf> (Last accessed: 18.03.2019).
7. Ickes W., Barnes R. D. Boys and Girls Together – and Alienated: On Enacting Stereotyped Sex Roles in Mind-Sexdyads. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1978. № 36. P. 669–683.
8. Rubin R. Study of Cognitive Processes in Second Language Learning. *Applied Linguistics*, 1981. № 2. P. 117–131.

МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

«СУЧАСНІ НАУКОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ
ПРЕДСТАВНИКІВ ФІЛОЛОГІЧНИХ НАУК
ТА ЇХНІЙ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК МОВИ
ТА ЛІТЕРАТУРИ»

12–13 квітня 2019 р.

м. Львів

Видавник – «Наукова філологічна організація «ЛОГОС»

Адреса кореспонденції: 79000, м. Львів, а/с 6153

Електронна пошта: events@logos.lviv.ua

www.logos.lviv.ua, Т: +38 050 824 76 91

Підписано до друку 15.04.2019 р. Здано до друку 16.04.2019 р.

Формат 60x84/16. Папір офсетний. Цифровий друк. Ум.-друк. арк. 7,00.

Тираж 100 прим. Зам. № 1604-19.