

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені Г. С. СКОВОРОДИ
Факультет іноземної філології



Сучасні філологічні і методичні студії: проблематика і перспективи

Матеріали

Міжнародної науково-практичної конференції
для науковців, викладачів, учителів, здобувачів
вищої освіти

18 травня 2022 року



<i>Крапівник Ганна</i> On Intertextuality Significance in Public Addresses.....	162
<i>Красовицька Лада</i> Роль комунікативних невдач у створенні комічного ефекту.....	164
<i>Лаврухіна Віра, Чубук Олег</i> До питання про визначення лінгвокультурного концепту у лінгвістиці.....	167
<i>Левченко Яна</i> Репрезентація концепту ЗНАМЕНИТІСТЬ в ювенальному медіа тексті.....	170
<i>М. Латіф Дурланик</i> Сингармонізм та принцип мовної економії як базові лінгвістичні особливості тюркських мов	172
<i>Невська Юлія, Губа Оксана</i> Провідні комунікативні стратегії наукового дискурсу: стратегія переконання	174
<i>Новікова Ольга</i> Етимологічні характеристики концептів CAT та DOG.....	177
<i>Олексенко Олена</i> Функціонально-стилістична реалізація морфологічної атракції в українському поетичному мовленні.....	180
<i>Піддубна Наталія</i> До питання про онімну прецедентність воєнної доби.....	182
<i>Подгурська Інна</i> Мотивація пропріальних одиниць на позначення прізвищк В. Путіна в сучасному англомовному політичному дискурсі.....	185
<i>Подуфалова Тетяна</i> Professional Stereotypes in Terms of Linguistics.....	188
<i>Прокоф'єв Геннадій</i> Іронія як комунікативний вибір.....	192
<i>Редько Євген</i> Деякі коментарі до польської арготичної етимології.....	194
<i>Руда Наталія, Жукова Катерина</i> Поняття мікросинтаксису в китайській мові.....	196

-ler: афікс множини; «ті, хто змогли українізуватися»; мала гармонія голосних.

-den: афікс вихідного відмінку; «з тих, хто зміг українізуватися»; мала гармонія голосних.

-im: афікс присудковості 1-ї особи однини; «я є з тих, хто зміг українізуватися»; мала гармонія голосних.

2. Опущення займенників (pro-drop-parameter);

3. Гармонії голосних (vowel harmonies);

4. Гармонії приголосних (consonant harmonies):

5. Збіг голосних (hiatus):

6. Збіг приголосних: (accumulation of consonants).

Можна навести ще чимало граматичних законів тюркських мов, які свідчать про те, що: 1) цим мовам властивий принцип мовної економії (вони є логічними); 2) в них спостерігається таке фонетичне явище, як сингармонізм (мови є досить мелодійними та легкими для вимови), 3) існує мало винятків з правил. Спираючись на це, можна стверджувати, що:

1) тюркські мови є легкими для вивчення;

2) крім того, той факт, що фонетичні закони тембру, просодики, наголосу та тону мають невелику кількість винятків і підходять для органів артикуляції людини, свідчить про те, що ці мови є в широкому сенсі надзвичайно зручними для вербальних (словесних) видів мистецтва (літератури, театру, співу тощо).

Список використаних джерел

Aksan, D. (2015). *Her Yönüyle Dil*. Ankara: Tdk Yayınları.

Başkan, Ö. (2003). *Lengüistik Metodu*. Multilingual Yayınları.

Dil Bilimi Sitesi. Retrieved from <http://www.dilbilimi.net/anasayfa.htm>

Kıran, Z., Eziler Kıran, A. (2018). *Dilbilime Giriş*. Seçkin Yayınları.

Uzun, N.E. (2004). *Dünya Dillerinden Örnekleriyle Dilbilgisinin Temel Kavramları: Türkçe Üzerine Tartışmalar*. İstanbul: Pandora Kitabevi.

ПРОВІДНІ КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ НАУКОВОГО ДИСКУРСУ: СТРАТЕГІЯ ПЕРЕКОНАННЯ

Юлія Невська

Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди,
Україна

Оксана Губа

Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди,
Україна

Процес наукового пізнання й наукової комунікації відзначається високим ступенем результативності. Результатом наукової комунікації є науковий дискурс.

Як відомо, науковий дискурс налічує цілу низку жанрів, як первинних (дисертація, наукова стаття, монографія та ін.), так і вторинних (реферат, рецензія, тези, відгук та ін.). Інколи виділяють також суміжні жанри (наукова

доповідь, лекція та ін.), які, однак, тяжіють до згаданих перших двох. Усі перелічені жанри відзначаються діалогічністю, оскільки структура наукового дискурсу повністю відповідає структурі комунікативної системи, у ній налічуються всі її ознаки, виділені К. Шенноном та В. Уївером, як-от: 1) джерело інформації; 2) передавач; 3) канал зв'язку; 4) одержувач або приймач інформації; 5) адресат (Shannon, & Weaver, 1949). На додаток, науковому дискурсу притаманний науковий стиль, для якого характерні узагальненість, точність, логічність, доказовість, об'єктивність; однозначність; нейтральність, цілісність, зв'язність та ін. Отже, можна припустити, що за наявності таких складових науковий дискурс має аргументативний характер. Однією з комунікативно-прагматичних характеристик наукового тексту називають інтенційність, тобто реалізацію авторського задуму (Кубрякова, 2001, с. 72-81), чому сприяє дотримання автором певних принципів і стратегій.

Вважають, що **стратегія** в комунікативній лінгвістиці пов'язана з інтенцією та певною метою (або їхньою сукупністю) мовця та добором засобів її досягнення (Кулезньова, & Філіпов, 2017, с. 6). Комунікативні стратегії й тактики давно є предметом вивчення в дискурсології. Наприклад, лінгвістичні засади комунікативних стратегій у площині мовного варіювання розглядалися Р. Фаулером (Fowler, 1991). Т. Ніколаєва (1990) вивчала стратегії з погляду соціології із залученням теорії соціальних конвенцій та їхнього впливу на відбір й структурування висловлювання. Стратегії виділяються науковцями й для окремих типів дискурсу, зокрема, В. Посмітна виділяє тактики й стратегії медійного дискурсу, М. Мозер (2020) – політичного, Н.Б. Іваницька (2021) порівнює комунікативні стратегії переконання в різномовних наукових статтях.

Комунікативні стратегії в прагматиці адресант-адресатних стосунків, а саме: комунікативні стратегії фахової соціалізації адресата в науково-дидактичному дискурсі, вивчала Л.В. Сологуб (2015). Т.Н. Хомутова (2015) зінтегрувала стратегії наукового дискурсу, виділивши дві провідні. С.С. Кулезньова та Р.Ю. Філіпов (2017) серед комунікативних стратегій, які реалізуються в текстах наукових статей, виокремлюють як першорядні стратегії аргументації, переконання й презентації. В інших типологіях фігурують такі стратегії як: інформування, підкорення, дискредитації, привертання уваги тощо.

Однією з комунікативних стратегій, до якої дослідники зверталися найчастіше, є стратегія переконання. У «Collins English Dictionary» знаходимо, що *переконання* – це «процес переконання когось у тому, що щось є правдивим» (*Collins English Dictionary*). Отже, переконання, якщо його розглядати як мовленнєвий акт, спрямований на адресата, співрозмовника, а в науковому дискурсі – опонента, є прикладом мовленнєвого впливу. *Переконати* означає шляхом логічного обґрунтування запропонованого судження домогтися згоди іншої особи з висловлюваною думкою та його готовності захищати цю думку й вчиняти відповідно до неї. Переконання ж у науковому дискурсі розглядається нами як спосіб вербального впливу, що включає систему доказів, які співвідносяться за законами формальної логіки й обґрунтовують тезу, яка висувається індивідом.

Комунікативні стратегії адресанта наукового дискурсу зумовлені когнітивним чинником, спрямованістю на пошук істинності спеціальної інформації (Шепітько, 2014, с. 78), а також високим рівнем інтертекстуальності, що передбачає опору на прецедентні тексти.

Отже, коли науковець спирається на прецедентний текст, цитує наукову працю іншого науковця на підтвердження власних тез, то це, на нашу думку, є результатом його переконаності в істинності знання, яке він / вона цитує. У такому разі вважаємо, що комунікативні стратегії автора / адресанта цитованої праці виявились успішними, а наведені наукові аргументи – переконливими. Саме тому аргументацію автора вважаємо інструментом стратегії переконання. Дослідники зазначають, що комунікативна стратегія переконання реалізується в науковому дискурсі невідривно від стратегії аргументації, і що аргументативна модель є в ньому найчастотнішою. Крім того, для успішного переконання необхідно, щоб логіка мислення мовця й використовувана ним аргументація були близькі мисленню науковця-реципієнта / -слухача / -читача, особливу роль набувають соціальні, національні й психологічні риси слухача, які безпосередньо впливають на сприйняття ним змісту повідомлення.

Реалізація стратегії переконання в англійськомовному дискурсі забезпечена значною мірою тактиками посилення на авторитет та залученням фонових знань. Тому автори, посиляючись на думки своїх попередників, завжди вказують їхні праці та імена (Іваницька, 2021, с. 227). На думку авторки, це засвідчує сформовану в англійськомовній науковій спільноті (зокрема у редакційній політиці наукових журналів) академічну доброчесність, дотримання якої є явищем природним і сталим.

Вважаємо застосування комунікативної стратегії переконання в науковому письмовому дискурсі **успішним**, якщо 1) референти вважають положення, викладені в публікації, достовірними, а науковий виклад – відповідним науковому стилю, і рекомендують статтю до друку в реферованому виданні; 2) науковець, який є читачем, адресатом певного наукового тексту, використовує подані в ньому ідеї, як-от:

- цитує прочитану статтю (так, індекс цитування Гірша можна вважати об'єктивним формальним показником успішності стратегії переконання, що її використав автор цитованої статті);

- розвиває ідеї, подані в прочитаній статті, у власному науковому дискурсі, різних його жанрах (у статтях, наукових доповідях та ін.).

Як виявив аналіз наукової літератури з теми дослідження, комунікативна стратегія переконання є однією з провідних стратегій наукового дискурсу. Її реалізація невідривно пов'язана з реалізацією стратегії аргументації. Успішність застосування автором наукової публікації стратегії переконання має формальний вимір – індекс цитування.

Щодо мовного вияву стратегії переконання, Н.Б. Іваницька (Іваницька, 2021, с. 227) зазначає, що як в англійськомовному, так і в українськомовному науковому дискурсі реалізації комунікативних тактик ефективно працюють на стратегію переконання через використання усталених мовних кліше,

граматичних структур та семантично виважених лексичних одиниць. Виявлення й аналіз мовних засобів, що використовуються для реалізації стратегії переконання й відповідних їй тактик в англійськомовному дискурсі наукових статей певних авторів, вважаємо перспективною подальшого дослідження.

Список використаних джерел

- Іваницька, Н.Б. (2021). Реалізація комунікативної стратегії переконання в різномовних наукових статтях: зіставний аспект. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського, Серія: Філологія. Журналістика, Том 32 (71), № 1, Ч. 1, 220–229.*
- Кубрякова, Е.С. (2001). О тексте и критериях его определения. *Текст. Структура и семантика* (с. 72–81), Т. 1. Москва: Наука.
- Кулезньова С.С., & Філіпов Р.Ю. (2017). Сучасна наукова стаття у комунікативно-прагматичному аспекті. *Вісник КПІ ім. Ігоря Сікорського. Філологія*, 9, 4-8.
- Николаева, Т.Н. (1990). О принципе «некооперации» и/или категориях социолингвистического воздействия. *Логический анализ языка. Противоречивость и аномальность текста* (225–235). Москва: Изд-во МГУ.
- Сологуб, Л.В. (2015). Комунікативні стратегії фахової соціалізації адресата у науково-дидактичному дискурсі (на матеріалі сучасних англійськомовних підручників з екології) (автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук). Львів.
- Хомутова, Т.Н. (2015). Стратегии научного дискурса: интегральный подход. *Вестник ЮУрГУ. Серия Лингвистика, Т.12, № 3, 15–21.*
- Шепітько, С.В. (2014). Науковий віс академічний дискурс. *Вісник ХНУ, №1102, 76–80.*
- Fowler, R. (1991). *Language in the News. Discourse and Ideology in the Press.* London-New York: Routledge.
- Shannon, C.E., & Weaver, W. (1949). *Mathematical Theory of Communication Urbana.* IL: University of Illinois Press.
- Collins Cobuild English Dictionary. Retrieved from <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/persuasion>.

ЕТИМОЛОГІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОНЦЕПТІВ CAT ТА DOG

Ольга Новікова

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара,
Україна

Для опису концептів вважаємо за необхідне передусім виявити їхні передконцептуальні властивості за даними історії мови. Структура концепту, на думку Ю. С. Степанова, має все, що «належить будові поняття; з іншого боку, усе, що робить концепт фактом культури – вихідна форма (етимологія); стиснута до основних ознак змісту історія; сучасні асоціації; оцінки та ін.»