

небезпека зникнення рідної мови і перетворення двомовців на одномовців»; і що індивідуальний (а не масовий, як в Україні) білінгвізм притаманний в основному перекладачам.

Бачиться помилковим те, що при індивідуальному полілінгвізмі неможливе досконале знання двох чи більше мов. За приклад можуть слугувати такі українські й російсько-англійські класики, як Марко Вовчок і Володимир Набоков. А саме: Марко Вовчок легко писала українською, російською і французькою мовами і, вважається, принаймні, українська і російська в неї однаково багаті. В. Набоков писав англійською і російською, причому в «Лоліті» він дуже часто вставляв ще й французькі фрази, подібно до Л. Толстого в «Війні і мирі» [11 с. 87].

Зараз надзвичайно зростає міжнаціональна мобільність людей і деколи неможливо визначити, яку мову такі люди знають найліпше, яка є для них «рідною». Загалом у них простежується дуже сильна тенденція вставляти іншомовні слова, незважаючи на природну мову. Соціолог і футуролог Е. Тофлер у книгах «Третя хвиля» і «Шок будущего» [11, с. 32] передбачає безперервні глобальні, надзвичайно швидкі та інтенсивні зміни в житті людства, і це також стосується мов, тобто поява і зникнення нових слів буде постійно прискорюватись. Новий лад майбутнього він називає «адхократією» (ad hoc), а це означає, що міжнаціональні корпорації майбутнього майже не матимуть постійних працівників, а раз-у-раз набиратимуть команди спеціалістів для вирішення конкретних завдань – «проектний менеджмент». Тобто спеціалісти майбутнього не будуть жити і працювати в одному місці протягом більш-менш тривалого часу, вони весь час переїжджатимуть. Масштаби географічної мобільності людей увесь час зростатимуть, а отже частка полілінгвів, «кількамовних людей» колись становитиме більшість населення. Можливо, тоді зникне поняття рідної мови, бо людина навіть буде виховуватися скрізь і потроху. Відтак виникає навіть поняття, запропоноване Ж. Делезом, «номадичної суб'єктивності». Воно означає особистість у процесі безперервного становлення і кардинальних змін, без будь-якої сталої ідентичності (передусім мовної та культурної) й остаточно визначених пріоритетів, із фрагментарним, суперечливим, довільним, навіть аморфним життям. Для такої особистості первинною є риса постмодерної пластичності й відкритості.

**Висновки.** Таким чином безперечно, що нині у сфері мовних зрушень спостерігається тенденція до різкого збільшення кількості іншомовних слів, причому спільних для багатьох мов. У сучасних текстах усе більший загал нібито зрозумілих усім іншомовних запозичень, що не може не призводити до певної конфліктності. Унаслідок глобалізації, у кінцевому підсумку, зникнуть національні культури, а, відповідно, й мови. Тобто у такий спосіб актулізується повзуча (латентна) мовна поліфонія без домінування певної мови на умовах толерантної взаємодії, отже безконфліктності.

#### Джерела та література:

1. Голев Н. Д. Юридизация естественного языка как юрислингвистическая проблема / Н. Д. Голев. – Барнаул : АГУ, 2000.
2. Масенко Л. Мова і політика / Л. Масенко. – К. : Соняшник, 1999.
3. Волков А. Грамматология. Семиотика письменной речи / А. Волков. – М., 1982.
4. Українська літературна енциклопедія. – К., 1988. – Т. 1.
5. Стоун И. Страсти ума : биографический роман о Зигмунде Фрейде / И. Стоун; [пер. с англ.]. – М., 2011.
6. Burgess A. Clockwork orange : [Электронный ресурс] / А. Burgess. – Режим доступа : [www.artefacts.cns.ru/Burgess Antony ldw.jpg](http://www.artefacts.cns.ru/Burgess%20Antony%20ldw.jpg)
7. Берджес Е. Заводной апельсин / Е. Берджес. – Б. : Литфонд писателей Кыргызстана, 1991.
8. Берджес Е. Механический апельсин : [ Электронный ресурс] / / Е. Берджес. – Режим доступа : [www.gramotey.com/books/1269045890.htm](http://www.gramotey.com/books/1269045890.htm)
9. Масенко Л. Указана праця ...
10. Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности : коллективная монография. – Екатеринбург, 2003.
11. Тофлер Е. Третя хвиля / Е. Тофлер. – К., 2000.

**Косенко О.П.**

**УДК 81'373.7:82-92**

#### **АТТРАКТИВНА ФУНКЦІЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У ЗАГОЛОВКАХ МАС-МЕДІА**

У наш час засоби масової інформації активно використовуються для висвітлення постійно зростаючого потоку інформації. Розвиток масової комунікації позитивно впливає на освідомленість людей про навколишній світ, проте за цим розвитком знаходиться чинник, власне такий, що маніпулює масовою свідомістю. Саме ЗМІ одні з найперших провокують масовізацію особистості, стандартизують погляди, поведінку людей, викликають однаковість їх реакцій [3].

Більш того, при збільшенні обсягу інформації, що необхідно висвітлити на шпальтах газет і журналів, завжди існує жорстка конкуренція: у боротьбі за увагу читача ЗМІ намагаються зробити свою продукцію якомога цікавішою, привабливішою. І досягають цього як за допомогою графічних, так і мовних засобів.

Мова преси постійно привертає увагу дослідників (В. Костомаров, С. Сметаніна, А. Лемов, Т. Анісімова, В. Федров, С. Слєпцова, Б. Коваленко та ін.), бо це засіб зберігання та розповсюдження мовних тенденцій, соціально-детермінована реалізація національної мови, яка відображає її стан у певний історичний проміжок часу. Як зазначає Г.Я. Солганик, ЗМІ – це «головний мовний наставник після школи» [6, с. 268].

Велика роль у медійній продукції відводиться заголовку. І не обов'язково інформувальна функція заголовку є пріоритетною. Читач не завжди дочитує статтю до кінця, інколи проглядає її поверхнево, тому завдання журналіста полягає у виборі таких мовних засобів, які б виконували антиципірувальну функцію, підштовхували реципієнта до певних очікувань, впливали на емоційну сферу адресата. Зважаючи на те, що заголовок концентрує у собі зміст матеріалу і вже ідейно або психологічно спрямовує читача на сприйняття інформації, спробуємо з'ясувати, задля реалізації якого емоційно-експресивного впливу вживаються фразеологізми в заголовках україномовних та англomовних мас-медійних текстів.

Вживання фразеологізмів – семантично і граматично зв'язаних сполучень слів, а також речень, що використовуються в мові як сталі одиниці – у заголовках мас-медійних текстів, що мають яскраво виражену прагматичну спрямованість, само по собі вже говорить про те, що фразеологізм вживається з прагматичною метою. Дослідження фразеологізмів у ЗМІ (М. Ковальчук, Л. Пашинська, О. Кулінич, Г. Приходько, Л. Уманцева та ін.) присвячені проблемам їх значень, структури, трансформаційних змін, функціям.

Привертаючи увагу читача своєю лаконічністю, виразністю, незаголоженістю, динамічністю, образністю, фразеологізми виконують аттрактивну функцію та функцію експресивно-емоційного впливу. Як зазначає Ж. Колоїз, за допомогою фразеологізму «адресант кодує певну інформацію не лише з метою донесення її до читача (адресата), а й з метою актуалізації його уваги» [2, с. 34].

Експресивність, образність властива певною мірою будь-якому фразеологізму, проте здатність реалізувати певний емоційний вплив виявляється по-різному. Ступінь реалізації емоційного впливу залежить від значення ФО, лексичного оточення, що може активізувати або, навпаки, нівелювати або навіть змінити емоційно-оцінювальний потенціал фразеологізму, від часткової або повної зміни лексичного складу ФО, розширення або скорочення фразеологізму і т.п.

Порівняльний аналіз мас-медійних заголовків з ФО в англomовних та україномовних газетах і журналах дозволяє стверджувати, що експресивно-емоційний вплив фразеологізмів у заголовках медійних текстів зводиться, переважно, до таких аспектів:

- реалізація позитивного ставлення журналіста до ситуації, події, об'єкта, про які йдеться у статті (схвалення, симпатія, співчуття, зацікавленість, доброзичливість і т.п.);
- вираження негативних емоцій (осуд, засудження, зневага, неповага і т.п.);
- реалізація іронічної оцінки подій, осіб і т.п., які подаються у статті.

Результати дослідження показують, що в англomовній пресі заголовки з ФО реалізують майже в однаковій кількості як позитивні, так і негативні емоції (45% і 50% відповідно). Наприклад, позитивні емоції: "Paris fashion week: Balenciaga gets down to business" (The Guardian, 01.03.2012); "Stability takes root in Kandahar province" (USA Today, 23.02.2012); приклади заголовків з фразеологізмами, які викликають негативні емоції: "Obama shirks his fiscal duty" (The Washington Post, 17.02.2012); "Pregnancy is obviously taking its toll on Ben Affleck" (Mirror, 25.02.2012). Інколи автор статті трансформує фразеологізм і тим самим змінює його конотативне значення з негативного на позитивне, як у "Reluctant Romney found his footing at BYU" (ФО – lose one's footing) (The Washington Post, 19.02.2012).

Позитивні емоції реалізуються у заголовках з фразеологізмами у 20% прикладів дослідженого україномовного матеріалу на 40% заголовків, що виражають негативні емоції. Наприклад, заголовки "«Ображена» Туреччина бере реванш" (Демократична Україна, 12.03.2010); "Погодні умови змушують енергетиків бути напоготові" (Правда, 18.05.2010) викликають позитивні емоції, а заголовки "У Тимошенко побачили, як Янукович поставив хрест на дослідженнях" (Українська правда, 14.04.2010); "Соцвиплати підуть під ніж чи зростатимуть?" (Дзеркало тижня, 27.01.2012) покликані реалізувати негативні емоції.

Негативні емоції є своєрідним стимулом, що змушує нас шукати нові рішення, ідеї, підходи, методи. Проте М. Литвак, порівнюючи роль негативних емоцій з роллю вуглекислого газу в процесі дихання, говорить про їхню необхідність, але, «...як перець у їжі, в невеликій кількості» [4]. Не можна не погодитись з А.Шарієм про те, що «читачі, підсівши на негативні емоції, як наркоман на голку, вже не можуть без адреналіну люти. Лють – двигун ЗМІ...» [8]

Преса завжди була і є засобом, інструментом, що інформує населення, пропагує та бере участь у формуванні світогляду, впливу на свідомість читача, застосовуючи при цьому мовленнєву агресію як одну з дієвіших форм мовленнєвої маніпуляції. За словами К.Ф. Седова, мовленнєва агресія – це «цілеспрямована комунікативна дія, орієнтована на те, щоб викликати негативний емоційно-психологічний стан в об'єкта мовленнєвого впливу» [5, с.200].

Реалізація іронічної оцінки представлена значно меншою кількістю в англomовних заголовках з фразеологізмами (лише 5%) у порівнянні з україномовними виданнями, де кількість заголовків з ФО, що реалізують іронічну оцінку, значно перевищує (40%). Це дозволяє говорити про культурні та національні переваги для українців іронічного ставлення до життя. Як зазначають деякі журналісти у своїх блогах, «іронія – це імунітет для українця», бо зберегти здоровий глузд з огляду на все те, що відбувається у країні, можна лише якщо ставитися до цього іронічно [1]. О. Федоренко у статті «Фразеологічна презентація іронії в сучасному медіатексті» говорить про те, що «функції іронії в медіаспілкуванні зумовлені комунікативними потребами мовців у взаєморозумінні, в емоційно-оцінному впливові на респондента, вираженні авторського ставлення, в економії мовних засобів та ін.» [7, с. 88].

Розглянемо приклад іронічної оцінки в заголовку з фразеологічною одиницею в україномовному виданні «Українська правда» (12.10.2005). У статті "Сало стане перевіркою депутатів на вишивість" вжито фразеологізм «перевірка на вишивість», який з каламбурним обігруванням прізвища Сало створює іронічний

підтекст. Насправді у статті йдеться про те, що генеральна прокуратура просить Львівську обласну раду дати дозвіл на арешт депутата облради Олега Сала.

Зазвичай усталені вирази, що здатні сформулювати думку об'ємніше, точніше, яскравіше, «створюють іронічний смисл із метою викриття, гострої критики чи просто висловити невдоволення фактом, подією або людиною» [7, с. 90]

Отже, заголовки з фразеологізмами в англійських і українських мас-медійних текстах не лише стимулюють адресата на прочитання матеріалу, включаючи прогностичні механізми, але й здійснюють вплив на емоційну сферу читача. Завдяки ФО в заголовках автор реалізує негативні або позитивні емоції в англійських текстах, в українських мас-медійних текстах це, переважно, іронічна оцінка.

#### Джерела та література:

1. Бутченко М. Ирония – иммунитет для украинца : [Электронный ресурс] / М. Бутченко. – Режим доступа : <http://blogs.korrespondent.net/journalists/blog/holylion/a57936>
2. Колоїз Ж. Порушення фразеологічних норм як один із способів інтенсифікації виразності у мові ЗМІ / Ж. Колоїз // Мандрівець. – 2004. – № 2. – С. 34-39.
3. Конюхова Т. В. Влияние сми на массовое сознание в информационном обществе : [Электронный ресурс] / Т. В. Конюхова // Фундаментальные исследования. – 2005. – № 3 – С. 71-72. – Режим доступа : [www.rae.ru/fs/?section=content&op=show\\_article&article\\_id=7779969](http://www.rae.ru/fs/?section=content&op=show_article&article_id=7779969)
4. Отрицательные эмоции нужны человеку : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://e-news.com.ua/show/245727.html>
5. Седов К. Ф. Речевая агрессия в межличностном взаимодействии / К. Ф. Седов. // Прямая и непрямая коммуникация. – Саратов : Изд-во ГУНЦ «Колледж», 2003. – С. 196-212.
6. Солганик Г. Я. О языке и стиле газет / Г. Я. Солганик // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования : сб. науч. тр. – М. : Изд-во МГУ, 2003. – С. 261-268.
7. Федоренко О. М. Фразеологічна презентація іронії в сучасному медіатексті : [Електронний ресурс] / О. М. Федоренко // Стиль і текст. – 2011. – Вип. 12. – С. 87-93. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/sit/2011\\_12/Fedorenk.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/sit/2011_12/Fedorenk.pdf)
8. Шарий А. Канализация СМИ : [Электронный ресурс] / А. Шарий. – Режим доступа : <http://www.from-ua.com/voice/3bdb0951d83ee.html>

**Кулікова Т.В.**

**УДК 378.026**

## **ІННОВАЦІЙНІ ПЕДАГОГІЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЛІНГВОДИДАКТИЦІ ВИЩОЇ ШКОЛИ**

Проблема оновлення змісту й методів національної освіти в Україні є однією з найбільш актуальних у сучасній педагогічній науці. У загальноосвітніх закладах України здійснюється перехід від однотипності в навчально-виховному процесі до багатоваріантних освітніх систем.

У змісті й структурі шкільної програми з української мови відбулися кардинальні зміни. Перед учителем-словесником постає завдання формувати національно свідомих, усебічно розвинених, високоморальних, духовно багатих особистостей, які досконало володіють рідною мовою як інструментом спілкування, мислення, самовираження й пізнання світу.

У зв'язку з цим стає очевидним переосмислення ролі вчителя української мови у процесі модернізації системи освіти відповідно до новітніх досягнень науки і соціальної практики. Національна доктрина розвитку освіти України у XXI столітті пріоритетним вважає підготовку людей високої освіченості і моралі, кваліфікованих спеціалістів, здатних до творчої праці, професійного розвитку, мобільності та конкурентоспроможності на ринку праці.

Окремі аспекти проблеми вдосконалення процесу підготовки майбутніх учителів української мови у вищих навчальних закладах та проблеми впровадження активних методів навчання у навчально-виховний процес є предметом спеціальних досліджень Л. Варзацької, В.Дороз, О. Когут, Н.Остапенко, М.Пентилок, О. Пометун, О. Потапенка, В.Руденко, Т.Симоненко, М.Фіцули, В.Чайки, Л. Шелестової, П.Шляхтуна та ін.

Загальновизнаними є висновки дослідників про те, що сучасна лінгводидактика вищої школи ще не зовсім готова чітко визначити зміст навчання, принципи, методи й засоби, спрямовані на формування такої особистості учителя-філолога, на якого чекає школа. Учителю української мови повинен мати не тільки глибокі предметні знання, володіти практичними вміннями і навичками, йому необхідно творчо використовувати набуті знання в нестандартній і змінній ситуації, виявляти конструктивність в організації і плануванні навчально-виховного процесу для забезпечення точності у визначенні цілей і завдань, у правильному виборі способів їх досягнення, передбаченні результатів педагогічних дій.

Проблема організації процесу навчання у ВНЗ полягає в тому, щоб змінити позицію студента до одержання знань, перетворити його із пасивного спостерігача в активного учасника навчальної роботи, що супроводжується реалізацією у лінгводидактиці двох провідних тенденцій сьогодення – гуманізацією і технологізацією педагогічного процесу. Тому очевидно **актуальними** є ідеї поширення інтерактивного навчання в практиці сучасної освіти, розробки прогресивних педагогічних технологій і введення їх у навчально-виховний процес вищої школи. Нові педагогічні технології, які впроваджуються в систему національної освіти, також спрямовані на реалізацію особистісно-орієнтованої парадигми освіти.