

países [1]. El uso de palabras que provienen de otro idioma se ha convertido en un caso común y muchas personas aun no piensan de su origen foráneo.

Existe dos tipos de extranjerismos según el Diccionario panhispánico de dudas: extranjerismos innecesarios y necesarios. Las palabras que tienen sus términos equivalentes en el español se consideran innecesarios y se utilizan por razones de moda, tecnologías nuevas, el uso masivo de Internet y etc. Los extranjerismos necesarios son las palabras foráneas para los cuales actualmente no existe un equivalente en el idioma español o cuando es difícil establecer estos términos. Tales extranjerismos se dividen en dos grupos: las palabras con escritura y pronunciación originales y las palabras con escritura y pronunciación adaptadas al español [2]. Entre los motivos de utilización son la comodidad y notoriedad de estas palabras.

Actualmente el uso de palabras inglesas ocupa un lugar bastante grande en el idioma español escrito y oral. Las palabras de la lengua inglesa que son empleados comúnmente en el idioma español se llaman los *anglicismos*.

Los hispanohablantes utilizan la gran cantidad de palabras inglesas sin pensar en los equivalentes que tienen en español. A los principios el fenómeno se notaba principalmente entre las conversaciones de la gente joven hablando de tecnologías, dispositivos nuevos, deporte y de todo que está de moda pero ahora las utilizan personas de cualquier edad y aun en artículos de las revistas nacionales. De este modo, se nota la utilización de las palabras siguientes: *background, blog, chat, fitness, football, look, parking, ringtone, show, smartphone* y etc. A veces sucede que la gente utiliza la escritura inglesa debido al uso generalizado.

Los anglicismos también pueden tener formas más complejas. Existen ciertas locuciones o frases en inglés que son utilizados en la redacción. En estos casos, la regla para su escritura es la misma que para los vocablos. Es decir, indicar su procedencia extranjera escribiendo la locución en cursiva o entre comillas [1].

Los extranjerismos llenan el vacío semántico o existen en el idioma español oral y escrito junto con los equivalentes españoles. Pueden tener su grafía y pronunciación

original, o pueden adaptarse a la lengua. Debido a la expansión global de inglés en las esferas de tecnologías, deporte y moda, cada vez son más los anglicismos que se incorporan a lengua española

#### Las fuentes usadas:

1. Cómo escribir mejor. Los extranjerismos en la lengua española. URL: <http://reglasespanol.about.com>
2. Extranjerismos. URL: <http://www.reglasdeortografia.com/extranjerismos.htm>

### ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНІЦІАЛЬНИХ КОНСТАТИВІВ У ДІАЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ

Липко І. П., к.ф.н., доц., Артеменко Т. М., к.ф.н., доц. (м. Харків)

Основною тенденцією лінгвістичних досліджень на сучасному етапі є переорієнтація лінгвістики на дослідження мови як динамічного процесу, який залежить від умов і потреб комунікації. Основним об'єктом дослідження при цьому є мовленнєве спілкування, мінімальною структурною одиницею якого багатьма вченими визнається діалогічна єдність чи мікродіалог [1, с. 186].

Об'єктом вивчення є початкова репліка ініціального констативно-констативного мікродіалогу. Широке використання констативних форм спілкування в комунікативному процесі обумовлює актуальність такого дослідження. Досліджуються прагматичні й семантичні особливості констативів з перлокутивною метою переконання в необхідності виконання певних дій та констативів з перлокутивною метою впливу на почуття та емоції адресата.

Переконання адресата в необхідності виконання певних дій здійснюється за допомогою різних прагматичних індикаторів, модальних дієслів і їх еквівалентів. Засобом інтенсифікації значення переконання може виступати повтор разом із модальними дієсловами й форматором переконання. Виділяються

декілька видів впливу на адресата констативів із перлокутивною метою переконання в необхідності виконання певних дій: спонукання адресата висловити своє ставлення до передбачуваних дій у плані згоди/незгоди, спонукання адресата продемонструвати своє ставлення до адресанта. Переконання в необхідності виконання дій може бути послаблено при вживанні модальних слів.

Констативи з перлокутивною метою впливу на почуття, емоції й морально-етичні настанови адресата вживаються в тих ситуаціях, коли адресант має намір викликати в адресата певний емоційний стан та використати його у своїх цілях впливаючи на його почуття та емоції. Ставлення адресанта реалізується за допомогою різних емоційно-експресивних лексико-фразеологічних засобів, через аргументованість оціночних суджень.

Констативи з перлокутивною метою впливу на почуття й емоції адресата зазвичай містять у своєму складі стилістично й емоційно забарвлені одиниці й засоби експресивного синтаксису, що дозволяє адресанту з максимальною ефективністю висловити своє ставлення до повідомлення й викликати потрібну йому реакцію адресата.

Виділяються деякі види впливу на емоції та почуття адресата: спонукання адресата до радісного співпереживання, комунікативна інтенція адресанта при цьому може бути виражена семантикою використаних словоформ; спонукання адресата до співчуття, при цьому адресант може вдаватися до комбінованого використання засобів інтенсифікації висловлювання. Комбінації засобів інтенсифікації можуть включати паралінгвістичні, лексичні та синтаксичні засоби, до яких належать засоби кінесики, посилювальні прислівники, вигуківі слово-сполучення, семантика складових словоформ висловлювання, повтор. Важливим фактором, що сприяє реалізації комунікативної інтенції адресанта, є соціальна роль комунікантів [2, с. 183], яка допомагає інтерпретувати смисл мовних дій.

У можливості адресанта впливати на морально-етичні настанови адресата важливу роль відіграє ознака позитивність/негативність. Дана ознака

діагностується в певних контекстуальних умовах, при цьому оціночні повідомлення можуть бути виражені спеціальними лексичними засобами. Оцінка також може бути виражена імпліцитно, без спеціальних індикаторів.

#### Література:

1. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
2. Шутова М.О. Мовленнєвий етикет як система координат у міжособистісній і міжкультурній комунікації / М.О.Шутова // Вісник КНЛУ. – Серія Філологія: зб. наук. праць. – Том 16, №1. – 2013. – С. 179–191.

#### ЖАНРИ КОМІЧНОГО ІНСТИТУЦІЙНОГО ДИСКУРСУ

Лобова О. К., к.ф.н., доц. (м. Харків)

Англомовний комічний інституційний дискурс (далі – КІД) вирізняється жанровою варіативністю. Чільне місце серед жанрів у КІД займає стендап-комедія, оскільки вона інтегрує загальні риси інших жанрів, чому сприяла багата історія розвитку та популярність в англомовному лінгвокультурному просторі [2, 3].

Жанру англомовної стендап-комедії властиві:

а) професійна мова – стендап-коміки в КІД оперують у спілкуванні між собою термінами, що зрозумілі тільки представникам інституту комедії на кшталт: а heckler – глядач, який втручається у виступ стендап-коміка, а blue joke – жарт на непристойну тему, а punch-line – кульмінація жарту;

б) стратегічне планування – виступ стендап-коміка готується заздалегідь, він добирає жарти, відпрацьовує техніку їх презентації глядачеві;

в) імпровізація – стендап-комік під час виступу може імпровізувати жарти, якщо цього потребують обставини (наприклад, спонтанна реакція хеклера на жарт коміка);