

архітектурних та художніх стилів (*The High Street; Hammersmith; Chelsea; Steinberg; Cabinet; Johannesburg; the Bartizon school of painters; the golden age*). Щодо імпліцитних маркерів, то серед них можна виділити наступні: алюзії – літературні, музичні, історичні, національно-культурні; гра слів.

Існує три основні підходи до трактування співвіднесеності адресанта і адресата художнього тексту: визнання адресанта – автора і образу автора; розгляд взаємовідносин між адресантом і адресатом художнього тексту; опора на співставленість реальних і текстових комунікантів (адресанта і адресата текстів).

Дискурс, який не розрахований на адресата, на його сприйняття повідомлення, втрачає свій зміст, оскільки не підлягає сприйняттю, інтерпретації та передачі інформації.

## ПОНЯТТЯ СИНОНІМІЧНОГО РЯДУ

Доп. – Панченко О., ПР-32

Наук. кер. - канд. філол. наук, доц Кобякова І.К.

Синоніми, незалежно від їхнього статусу, утворюють певну мікросистему або синонімічний ряд, який базується на загальному сегменті значення елементів, що виступає як інтегральна семантична ознака даного ряду. Говорячи про синонімічний ряд, треба перш за все визначитися з поняттям домінанти.

Домінанта – один із членів синонімічного ряду, навколо якого групуються всі інші слова-синоніми цього ряду; стрижневе слово. Домінантою є слово, найбільш загальне за лексичним значенням і здебільшого нейтральне в експресивному й стилістичному відношенні.

Синонімічний ряд утворюють, як правило, одиниці із багатоплановою семантичною структурою. Внаслідок змістовної багатоплановості синоніми одного ряду можуть бути так протиставлені за значеннями, що не входять у загальний сегмент і виступають у якості диференційної семантичної ознаки, що може співвідноситися з різними аспектами значення.

Багатозначні слова можуть виступати елементом декількох синонімічних рядів, залежно від того, що обирається в якості ЛСВ<sup>1</sup>. У цьому випадку додатковим критерієм синонімії ЛСВ може служити звертання до антонімів, причому для кожного синонімічного ряду одна тотожна одиниця виступає, як антонім.

Складність і багатоплановість відносин синонімів полягає, зокрема, у тому, що ця мікросистема іноді виходить за межі синонімічного ряду. Це має місце у тих випадках, коли вкрай полярні одиниці, вже не є синонімами у плані змісту, а скоріш являються суміжними одиницями. Цей факт можна пояснити тим, що кожна наступна ланка синонімічного ланцюжка приєднується до попередньої на підставі наявних у неї сполучних можливостей; в процесі такого нанизування губиться предметно-понятійна ознака. У подібних випадках синонімічний ряд перехрещується з тематичною групою.

Між тематичною групою і синонімічним рядом існує взаємозв'язок: тематична група поєднує декілька синонімічних рядів, тобто являє собою більш загальне поняття. Виходячи з цього, можна говорити про тематичні групи, як про певні системи синонімів, між якими можливі відносини типу: «вид – вид», «рід – вид».

Слова, а особливо дієслова, які входять до одного синонімічного ряду, можуть мати різні обмеження відносно їх сполучуваності. Ці обмеження можуть бути лексичними, семантичними та референційними.

Лексичне обмеження сполучуваності проявляється в тому, що синонім може вживатися тільки з певним колом слів. Дієслівні синоніми практично не мають такого виду обмеження, але все-таки можна привести приклад, що більш менш підходить до даного виду обмеження сполучуваності: із двох синонімів *creep* та *crawl*, останній, наприклад, переважніше використовується з назвою істот, позбавлених кінцівок (змій, хрбаків і т.п.): *The snake crawled around the tree.*

На відміну від цього, семантичне обмеження сполучуваності задається вказівкою із семантичної ознаки, якою

повинно володіти словом, що вступає в синтаксичний зв'язок із даним словом. У ряді *to escape, flee, fly, abscond, decamp*, у значенні «бігти», перші три синоніми мають набагато ширшу сполучуваність, ніж два останні (*decamp, abscond*), суб'єктами дій яких, можуть бути тільки люди.

Більш складно виглядають референційні обмеження сполучуваності, особливість яких полягає у відмінності між суб'єктом стану та суб'єктом дії. Так, наприклад, слова *to gain/to attain* не можуть бути замінені у всіх випадках синонімами *to reach/to achieve*, так як вони будуть по-різному сполучатися з іменниками, у яких суб'єкт стану не збігається із суб'єктом дії.

ЛСВ<sup>1</sup> – лексико-семантичний варіант.

## СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ НЕТИПОВИХ ТЕКСТІВ

(на основі рекламних оголошень)

Доп. – Хацко К., ПР-33

Наук. кер. - канд. філол. наук, доц Кобякова І.К.

Творення тексту-це багатогранний процес, що полягає в грі між автором і читачем, для реалізації якої повинна існувати узгодженість між сказаним і тезаурусом адресата.

До типових текстів належать завершені, інформативні, тексти – функціонально орієнтовані, структурно-змістовні, прагматико-комунікативні, відкриті до осмислення, дискретні за формою та змістом. В нетипових текстах не ж знаходять своєї реалізації такі категорії, як заголовок, сюжет, зачин, кінцівка. Одним з прикладів нетипових текстів є реклама.

Реклама у тому сенсі, як ми її розуміємо сьогодні, виникла не одразу. Але необхідність розповсюджувати інформацію про товари та послуги існувала вже давно.

Мова рекламного тексту має бути простою, легкою для запам'ятовування, переконливою.

Слово в рекламі може бути двох типів – стилістично нейтральне і експресивно забарвлене, емоційно-виразне. Перше