

цілком доречно, ми маємо справу із дієсловами що позначають подію:

*What happened?* – *Harriet sang.*

*What is happening?* – *Harriet is singing.*

Дієслова, що позначають подію, у свою чергу поділяються на дієслова, що позначають процеси і дії, залежно від того, є підмет речення пацієнтом чи агентом дієслова. Якщо іменник є пацієнтом, то дієслово має значення процесу, а про пацієнта говориться, що він змінив свій стан:

*The wood dried.*

*Tom saw a snake.*

У реченнях з дієсловом, що позначають дію, іменник є агентом, тобто тим, хто виконує дію. І тут Чейф пропонує практичну процедуру для розрізнення дієслів зі значеннями процесу і дії. Речення з дієсловами, що позначають дії, відповідають на питання:

*What did N.do?* – *N. sang.*

*What is N. doing?* – *N. Is singing;*

процесуальні дієслова відповідають на питання:

*What happened to N.?* – *N. died.*

*What is happening to N.?* – *N. is dying.*

Справедливо вважаючи, що можливість чи неможливість уживання тривалого виду залежить від семантики дієслова, Чейф використовує свою класифікацію для пояснення заборони на вживання деяких дієслів у прогресиві. Так, дієслова стану, на відміну від дієслів, що позначають події, не мають форм тривалого виду.

Класифікація дієслів У.Чейфа є найбільш прийнятною для вивчення видової системи англійського дієслова, оскільки принцип, покладений в основу цієї класифікації, а саме, угруповання дієслів з угруповання дієслів з урахуванням значень їхніх лівосторонніх актантів (агент, пацієнт), дозволяє звести суб'єктивний фактор при аналізі значень до мінімуму.

Ще однією різницею між дієсловами дії і стану з граматичної точки зору можна вважати те, що дієслова дії можуть бути використані в тривалих часах (Continuous Tenses) а дієслова стану у них не використовуються.

## ФОРМУВАННЯ ДИСКУРСИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ У СТУДЕНТІВ ВНЗ

Лариса Мигляченко, Людмила Яцюк

Національний технічний університет України «КПІ»

Як стверджує Максютова О.М. в області лексики для заголовків англійських газет характерне часте використання спеціальних слів, що складають свого роду «заголовний жаргон» або «заголовні кліше»: *ban, bid, claim, crack, crash, cut, dash, hit, move, pact, plea, probe, quit, quiz, rap, rush, slash* і ін.

Особливістю такої «заголовної лексики» є не лише частота її вжитку, але і універсальний характер її семантики. Слово *pact* в заголовку може

означати не лише «пакт», але і «договір», «угоду», «операцію» і тому подібне.

Дієслово *hit* може бути вжито у зв'язку з будь-яким критичним виступом. *Red* може означати і «комуністичний», і «соціалістичний», і «прогресивний»; *bid* має на увазі і «заклик», і «запрошення», і «спробу досягти певної мети» і т.д.

*National Gallery Launches Bid to Buy the Titian* – Національна галерея намагається придбати картину Тиціана;

*Bid to Stop New Police Powers* – Заклик не допустити розширення прав поліції;

*Sudan Army Regim's Bid to Crush the Left* – Спроба суданського військового режиму подавити прогресивний рух;

*Soviet Peace Bid* – Радянська мирна ініціатива.

У газетних заголовках особливо широко використовуються жаргонізми та інші лексичні елементи розмовного стилю.

*Cop Shoots a Man* (The Economist, January 26, 2010).

*What Irks Us Most* (The Times, March 28, 2010).

Часто в заголовках газетних статей політичні терміни замінюються коротким «модним» словом, яке вживається скоріше з метою вразити, ніж проінформувати, наприклад: *probe* замість «*indepth investigation*», *slam* замість «*criticize severely*», *slash* замість «*make sweeping or random cuts*», *is set to* замість «*is preparing to*»:

*NHO Slammed* (The Wahsington Post, January, 26, 2010).

Для газетних заголовків характерне використання фразеологічних сполук типу «дієслово + іменник», *to have a discussion* замість *to discuss*, *to give support* замість *to support* *to give recognition* замість *to recognize*, наприклад:

*Existing-Home Sales Take a Big Fall in December* (The Wahsington Post, January, 26, 2010).

Ще однією особливістю заголовків газетних статей є вживання препозиційних та постпозиційних означень, які зазвичай виражаються іменником або герундієм з применником, дієприкметниковим зворотом, інфінітивом або применниковим синтаксичним комплексом з герундієм.

Кожного журналіста хвилює питання, як звучатиме його заголовок. Часто доводиться попрацювати, щоб підібрати необхідні слова та досягти ефекту *апітерації* – повтору голосних чи приголосних звуків в заголовку, що надає йому виразності та привабливості:

*Laid-off Lawyers, Cast-off Consultants* (The Economist, January, 26, 2010).

*Метафора* також вживається в заголовках газетних статей, проте, не завжди вона має позитивний відтінок:

*HOP OFF, YOU FROGS*

Заголовок в даному випадку носить образливий характер, спрямований на французів щодо суперечок в сфері торгівлі. Даний заголовок говорить про радикальний перехід до капіталістичного устрою в країні.

*Can't Jump Over the Abyss in Two Leaps* (The Wahsington Post, January, 26, 2010).