

затруднення вступлення в контакт. Как показывают результаты опроса иностранные студенты большое значение придают комфортной психологической атмосфере, стремлению помочь в овладении неродным языком, что стимулирует и способствует наиболее прочному запоминанию новых слов и мотивированному их употреблению в бытовых ситуациях. С точки зрения изучения русского (украинского) языка бытовая адаптация требует ввести в содержание обучения лексические единицы, которые иностранные студенты воспринимают в рецептивном аспекте благодаря стихийному воздействию лингвокультурной среды, национально-культурную специфику быта (предметы, отсутствующие в их родном быту, особенности коммуникативного поведения в бытовой сфере, невербальное коммуникативное поведение представителей лингвокультурного сообщества носителей изучаемого языка, стереотипные элементы общения и др.) [2].

Климатическая адаптация предполагает введение в активный лексический запас описание местной погоды (мороз, гололед, сильный ветер, ветрено, холодно, скользко, слякоть) и необходимых предметов одежды (рукавицы, дубленка, мех).

Дидактическая адаптация в среде образовательного учреждения выражена в изучении форм этикетного поведения (приветствия, прощания), норм коммуникативного поведения учащихся на уроках, на перерывах, в деканате, в столовой и т. д.

### **Литература**

1. Щукин А.А. Лингводидактический энциклопедический словарь, М., 2007.
2. Поморцева Н.В. Лингвокультурная адаптация иностранных учащихся в практике краткосрочного обучения русскому языку в условиях языковой среды.

*Єсінова А.Е., студентка*

*Науковий керівник – Вусик Г.Л., канд. філол. наук, доцент  
Бердянський державний педагогічний університет*

### **ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОГОЛОШЕНЬ ПРО ЗНАЙОМСТВО**

Мета дослідження – визначити лексико-граматичні особливості оголошень про знайомство.

Матеріалом дослідження є тексти оголошень про знайомство, взяті зі шлюбних агентств.

На лексичному рівні оголошення про знайомство має мозаїчну будову. Мовна поведінка авторів може бути різною та залежить від їхніх індивідуальних психологічних і мовних особливостей. Так, Н. В. Царикевич серед лексичних особливостей тексту шлюбного оголошення виділяє збалансоване вживання нейтральної та нормативно-оцінної лексики, з одного боку, а з іншого – застосування розмовної лексики: просторічної, арготированної та жаргонної, а також поділяє її на 3 групи: нейтральна, оцінювальні слова й вирази, розмовна лексика [2, с. 50].

Далі представлена класифікація Н.В. Царикевича, проілюстрована

прикладми нашого матеріалу.

1. Нейтральна лексика представлена обмеженою кількістю дієслів для самооцінки адресанта:

1) *інформативні дієслова*: ціную, готую, шию, пишу, люблю, ненавиджу, захоплююся, займаюся, в'яжу, вмію, виховую, складаю, виглядаю, працюю, живу, ношу;

2) *декларативні*: познайомлюся, шукаю, хочу познайомитися, хочу знайти, запрошую, хочу любити і бути коханим, хочу заміж, попереджаю, сподіваюся зустріти, хочу створити;

3) *апелятивні*: відгукнись, погодьтеся, пиши, телефонуйте, поспішайте, прошу не турбувати, приїжджайте, не витрачайте, знайдися, давайте познайомимось, давай знайдемо один одного;

4) *сенситивні*: втомився, сумую, радію, набридло, подобаються, скуचाю, сподіваюся, відчуваю, боялася, вірю.

2. Група оцінних слів і виразів займає значне місце в текстах шлюбних оголошень, оскільки вони є засобом виділення ціннісних аспектів, які є значущими для адресанта, а також засобом досягнення прагматичної мети: передачі позитивної самооцінки.

Оцінна лексика шлюбних оголошень репрезентована в основному якісними прикметниками, що позначають властивості та якості, які безпосередньо сприймаються органами почуттів: колірні, просторові, тимчасові, фізичні та інші кваліфікуючі ознаки, якості характеру і розумового складу.

Отже, лексика об'єктивно-позитивної оцінки представлена в основному прикметниками, які позначають якості людини, обумовлені соціальним, матеріальним та іншим положенням: *заможня, самотня, незаміжня, холостий, нежонатий, бездітна, православний*. Лексика суб'єктивно-позитивної оцінки представлена прикметниками, у яких домінує позитивна оцінка, не пов'язана з об'єктивними факторами: *симпатична, приваблива, сексуальна, порядна, гарна, спокійна, енергійна, інтелігентний, романтичний, комунікабельний, надійний, серйозний, правильний*. Негативно-оцінна лексика представлена в основному прикметниками і дієприкметниками з часткою або префіксом не: *неліниві, некуряща, нескандальна, несудимий, нежадібна*.

Як правило, більшість шлюбних оголошень складаються «за шаблоном», тобто набір оцінних слів, словосполучень. Використання розмовно-просторічної лексики прагматично виправдано. Мета адресантів – створити імідж звичайної людини, що збільшує ймовірність отримати відповідь і знайти пару.

### Література

1. Гришаева Л. И. Вербальная составляющая на установление контакта как культурно-специфическое явление (на материале немецких и русских брачных объявлений) / Л.И. Гришаева // Гендер: язык, культура, коммуникация: доклады 2-й междунар. конф. – Москва: МГПУ, 2002. – С. 92–106.

2. Царикович Н.В. Социопрагматика текста брачного рекламного объявления (сравнительно-сопоставительный анализ русских и немецких текстов брачных рекламных объявлений): дис. ... канд. филол. наук / Н.В.Царикович. – Пятигорск, 2007 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dslib.ru/sravnit-jazykoved/tzarikevich.html>.