

Міністерство освіти і науки України
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Факультет іноземної філології
Кафедра англійської мови

Дипломна робота
магістра

з теми: **«ОСОБЛИВОСТІ ЛЕКСИЧНО-СИНТАКСИЧНОЇ
ДВОЗНАЧНОСТІ В АНГЛОМОВНІЙ ПРЕСІ»**

Виконавець: здобувач другого
(магістерського) рівня вищої
освіти групи Ang1-M23z
спеціальності 014 Середня
освіта (Мова і література
(англійська)

Терлюжак Яна Іванівна

Керівник: **Мітроусова Т. В.**,
канд. філол. наук, ст. викладач

Рецензент: **Трофименко А. О.**
завідувач кафедри іноземних
мов,
кандидат педагогічних наук,
доцент,
доцент кафедри іноземних
мов

Кам'янець-Подільський – 2024 р.

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЛЕКСИЧНО-СИНТАКСИЧНОЇ	
ДВОЗНАЧНОСТІ	7
1.1 Лінгвістичні аспекти сучасної англомовної преси	7
1.2 Сутність та класифікація двозначності	13
1.3 Дослідження лексично-синтаксичної двозначності у сучасній лінгвістиці	16
1.3.1 Лексична двозначність: типи та особливості	18
1.3.2 Синтаксична двозначність: типи та особливості	25
Висновок до 1 розділу	33
РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ДВОЗНАЧНОСТІ У ТЕКСТАХ	
АНГЛОМОВНОЇ ПРЕСИ.....	36
2.1 Аналіз лексично-синтаксичної двозначності в англомовних ЗМІ	36
2.2 Проблеми двозначності в новинних текстах та заголовках	51
2.3 Лексично-синтаксична двозначність в рекламних текстах англомовної преси	55
Висновок до 2 розділу	58
РОЗДІЛ 3 ЛІНГВІСТИЧНІ СТРАТЕГІЇ МАНІПУЛЯЦІЇ ЧЕРЕЗ ДВОЗНАЧНІСТЬ У	
МЕДІА.....	60
3.1 Двозначність як інструменти маніпуляції у мовних конструкціях	60
3.2 Лінгвокреативність заголовків	62
3.3 Комбінація вербальних та невербальних засобів	68
3.4 Трансформація фразеологізмів	72
Висновок до 3 розділу	77
ВИСНОВКИ.....	79
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	81

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасній лінгвістиці дослідження лексично-синтаксичної двозначності набуває все більшої значущості, оскільки мова залишається основним засобом комунікації, а її неоднозначності можуть призводити до різних інтерпретацій та, відповідно, впливати на ефективність передавання інформації. Особливо це стосується англomовної преси, де точність і ясність повідомлень є критично важливими, проте часто спостерігається використання двозначних виразів для створення сенсаційних заголовків або привернення уваги аудиторії. Преса, як один із головних каналів передачі інформації, часто використовує двозначність у своїх текстах, щоб привернути увагу читача, зробити заголовки більш інтригуючими або уникнути прямої відповідальності за подану інформацію. Це явище особливо поширене в англomовних медіа, де двозначність може виникати на рівні окремих слів або цілих синтаксичних конструкцій. Такі маніпуляції мовними засобами мають великий вплив на формування суспільної думки та сприйняття подій, особливо у новинних та рекламних текстах. Лексично-синтаксична двозначність у текстах преси впливає на сприйняття новин, реклами та іншої масової інформації, оскільки багатозначність, закладена у слова чи граматичні конструкції, може призвести до різних інтерпретацій тексту. Тому ця тема залишається актуальною як для дослідників лінгвістики, так і для журналістів, редакторів та інших фахівців масової комунікації.

У практиці лексично-синтаксична двозначність часто використовується як інструмент для досягнення різних комунікативних цілей, зокрема для маніпуляції, іронії, створення багатозначності або прихованих смислів. Тому дослідження цього явища в англomовній пресі є не тільки актуальним, але й необхідним для глибшого розуміння сучасних лінгвістичних процесів і тих механізмів, які впливають на свідомість аудиторії. Значущість цього дослідження полягає в тому, що воно допоможе виявити і зрозуміти, як лексично-синтаксична двозначність може бути використана для маніпуляції

сприйняттям тексту, що є важливим для покращення якості інформаційних матеріалів та боротьби з маніпулятивними техніками у медіа.

Об'єктом дослідження є публіцистичні тексти, а саме заголовки та тексти англomовної преси, зокрема новинні та рекламні матеріали, в яких присутні елементи лексично-синтаксичної двозначності.

Предметом дослідження виступають мовні та граматичні конструкції, які спричиняють лексично-синтаксичну двозначність у текстах англomовної преси. Особливу увагу приділено тим аспектам мови, що створюють можливості для неоднозначної інтерпретації текстів, а також їхньому впливу на читача.

Мета дослідження передбачає вирішення наступних завдань:

- Дослідити теоретичні основи лексично-синтаксичної двозначності, її типи та особливості.
- Розглянути приклади лексично-синтаксичної двозначності у текстах англomовної преси.
- Визначити основні стратегії маніпуляції читачем через використання двозначності.
- Оцінити вплив двозначних конструкцій на сприйняття текстів аудиторією.

Методи дослідження. Для дослідження лексично-синтаксичної двозначності в англomовній пресі було використано кілька методів. Контент-аналіз дозволив вивчити конкретні приклади двозначності в медіатекстах та визначити їхні основні характеристики. Лінгвістичний аналіз допоміг виділити граматичні та лексичні особливості, що сприяють виникненню двозначних конструкцій. Порівняльно-типологічний метод застосовувався для порівняння різних типів двозначностей у новинних та рекламних текстах, що дозволило виявити спільні риси та відмінності в їх використанні. Ці методи разом забезпечили комплексне дослідження та оцінку впливу лексично-синтаксичної двозначності на сприйняття текстів.

Практичне значення даного дослідження полягає в тому, що результати можуть бути корисними при інтерпретації текстів в академічному та професійному середовищі, зокрема при написанні наукових статей. Розуміння лексично-синтаксичної двозначності дозволяє більш точно аналізувати та інтерпретувати тексти в різних контекстах. Знання про механізми виникнення двозначностей та їх вплив на сприйняття допоможе уникати маніпуляцій інформацією, підвищуючи точність та ясність при складанні публіцистичних текстів. Матеріали дослідження можуть бути використані на заняттях зі стилістики, лексикології англійської мови, а також з інтерпретації тексту.

Новизна роботи полягає в тому, що в контексті англomовної публіцистики здійснено комплексне дослідження лексично-синтаксичної двозначності, з акцентом на її роль у сучасному медіадискурсі. У роботі проводиться детальний аналіз нових мовних явищ, пов'язаних із використанням двозначностей у журналістських текстах, що виникають в умовах глобалізації та розвитку цифрових технологій. Особлива увага приділяється взаємодії лексичних і синтаксичних структур, які сприяють виникненню двозначностей, а також їхньому впливу на сприйняття інформації аудиторією.

Теоретичне значення дослідження полягає в глибшому розумінні лексично-синтаксичної двозначності в англomовній пресі як одного з важливих аспектів сучасного медіадискурсу. Результати роботи сприяють розвитку теорії мовної амбівалентності та лінгвістичної прагматики, оскільки дозволяють виокремити механізми, через які двозначності формують значення тексту та впливають на сприйняття інформації. Вивчення лексично-синтаксичної двозначності відкриває нові підходи до аналізу журналістських матеріалів, що використовують подвійні значення для маніпулювання або посилення ефекту на читача. Крім того, дослідження лексично-синтаксичних структур дозволяє краще розуміти переклад англomовних медіатекстів, зокрема, як зберегти або адаптувати двозначність при перекладі для

збереження її впливу на іншу мовну аудиторію. Таким чином, робота сприяє розвитку теорії мовної амбівалентності та вдосконаленню методів аналізу та перекладу англомовних публіцистичних текстів.

Структура роботи. Магістерська робота складається з трьох основних розділів. Перший розділ присвячений теоретичному аналізу поняття двозначності, його лексичних та синтаксичних аспектів. Другий розділ містить аналіз прикладів лексично-синтаксичної двозначності у новинних та рекламних текстах англомовної преси. У третьому розділі розглянуто стратегії використання двозначності для маніпуляції аудиторією та її вплив на сприйняття текстів читачами.

ВИСНОВКИ

У результаті дослідження лексично-синтаксичної двозначності в англomовній пресі можна зробити наступні висновки:

Лексично-синтаксична двозначність є складним, багатогранним явищем, яке відіграє важливу роль у сучасній комунікації, особливо в англomовній журналістиці. Публіцистичні тексти, що є основою англomовної преси, не лише інформують, але й активно впливають на формування громадської думки, соціальних цінностей і культурної інтеграції. Британська преса, як взірець високих стандартів, майстерно поєднує традиції з сучасними інноваціями, зокрема через поділ на якісну та масову журналістику. Це дозволяє адаптуватися до різноманітних запитів аудиторій, водночас зберігаючи ключові функції засобів масової інформації.

Дослідження показує, що заголовки, будучи багатofункціональними елементами, виконують як інформаційну, так і апеляційну та експресивну функції, залучаючи аудиторію завдяки мовній грі, асоціативним зв'язкам і креативним прийомам. У той же час саме в заголовках найчастіше зустрічається лексично-синтаксична двозначність через редакційні обмеження й прагнення привернути увагу. Цей феномен виникає на двох рівнях: лексичному, коли слово або фраза має кілька значень, і синтаксичному, через неоднозначність граматичної структури.

Аналіз підтверджує, що двозначність є не лише стилістичним прийомом, але й потужним інструментом комунікації. Вона здатна привертати увагу, створювати інтригу та викликати емоційний відгук. У рекламних текстах і медіа матеріалах це забезпечує ефективність і впізнаваність повідомлень. Водночас неправильне або надмірне використання двозначності може призводити до плутанини, маніпуляцій чи дезінформації, що підкреслює важливість точності формулювання та врахування контексту.

Дослідження також висвітлює зв'язок між лексично-синтаксичною двозначністю та процесами глобальної комунікації. Такі явища, як полісемія, омонімія й амфіболії, демонструють багатогранність мовної системи. Синтаксичні трансформації, наприклад редукція чи додавання елементів, збагачують семантику виразів, але водночас ускладнюють їхнє тлумачення.

Проведений аналіз показав, що редактори свідомо використовують двозначність у заголовках для підвищення цікавості й залучення аудиторії. Однак подекуди такий підхід спричиняє подвійні інтерпретації, які залежать від попередніх знань читача або контексту.

У ширшому контексті двозначність і стає інструментом маніпуляцій у політичних і соціальних дискурсах, сприяючи контролю над суспільною думкою та обмеженню критичного мислення. У сучасній пресі ці мовні прийоми активно використовуються для нав'язування контрольованих ідей, змінюючи сприйняття подій через створення неоднозначних конструкцій.

Таким чином, розуміння природи лексично-синтаксичної двозначності є ключовим для успішного аналізу текстів у медіа. Це забезпечує глибше усвідомлення нюансів комунікації, сприяє уникненню непорозумінь і розширює можливості для критичного мислення та літературного аналізу. Використання двозначності потребує глибокого знання аудиторії, творчого підходу та чутливості до мовних особливостей, що робить її важливим елементом сучасної комунікації та журналістської практики.

Лексично-синтаксична двозначність є потужним інструментом комунікації, який широко використовується в англomовній пресі для залучення уваги, створення інтриги та підсилення емоційного впливу текстів. Вона демонструє багатогранність мови та креативність журналістів, проте вимагає уважного використання для уникнення непорозумінь і маніпуляцій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барань Є., Газдаг В. Словник філологічних термінів. Берегове : Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II, 2024. 108 с.
2. Безгодова Н. С., Найрулін А. О. Вступ до мовознавства: навч. посіб. для здобувачів філологічних спеціальностей закладів вищої освіти. Полтава: Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2023. 227 с.
3. Блавацький С. Таблоїдизація якісної преси в Британії. Вісник Львівського університету. Серія «Журналістика». 2007. Вип. 30. с. 91–102.
4. Бузько С. А. Лексикологія. Фразеологія. Лексикографія. Кривий Ріг: КДПУ, 2023. 69 с.
5. Вайшенберг З., Іванов В. Ф. Новинна журналістика: навч. посіб. за заг. ред. В. Ф. Іванова. Київ : Академія Української преси, 2004. 262 с.
6. Верба Л. Г., Верба Г. В. Граматика сучасної англійської мови. Довідник. Київ: Видавництво «Логос», 1997. 342 с.
7. Гарапко В. І., Зубрицька О. І. Фразеологізми в англійській мові. Науковий вісник Мукачівського державного університету. Гуманітарні і суспільні науки. 2017. № 23(18). с. 62–66.
8. Дудик П. С., Прокопчук Л. В. Синтаксис української мови. Київ: Видавничий центр «Академія», 2010. 381 с.
9. Єскендір С., Жуманбекова Н., Нуржанова З. Лінгвістична креативність у британському медіадискурсі. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Фізика. 2024. Вип. 56. с. 2339–2348.
10. Желязкова В. В. Семантика: теорія і практика : навч.-метод. посіб. Миколаїв : Іліон, 2018. 180 с.
11. Забрудська Л. М., Коваленко І. М., Михайлова А. С. Особливості перекладу англійських фразеологізмів у медіадискурсі. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2023. Т. 34 (73), № 2, ч. 1. С. 186-192.

12. Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики : поняття і терміни. Донецьк : ДонНУ, 2012. 402 с.
13. Загнітко А. Сучасний лінгвістичний словник : словник. Вінниця : ТВОРИ, 2020. 920 с.
14. Кантемір С. О. Полісемія vs. омонімія: труднощі розмежування. Наукові записки. Серія “Філологічна”. 2012. Вип. 24. Чернівецький національний університет. с.104-105.
15. Колеснікова І. А. Лінгворекламистика: мова сучасної реклами. Термінологічний вісник. 2019. Вип. 5. Київ, Україна. URL: https://iul-nasu.org.ua/pdf/termvisnik/terv_2019_5_24.pdf (дата звернення: 18.10.2024).
16. Корунець І. В. Порівняльна типологія англійської та української. Вінниця : НОВА КНИГА, 2003. 464 с.
17. Косенко Ю. В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. Суми : Сумський державний університет, 2011. 187 с.
18. Кочерган М. П. Вступ до мовознавства : підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих навчальних закладів. Київ : Видавничий центр "Академія", 2001. 368 с.
19. Кочерган, М. П. Загальне мовознавство: підручник. 3-тє видання. Київ: Видавничий центр «Академія», 2010. 464 с.
20. Кравцова І. І. Фразеологізми в сучасній англійській мові: визначення, підходи, класифікації. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. Філологія. 2016. No 20, т. 2. с. 29.
21. Краснобаєва Б.О. Сучасна американська публіцистика в комунікативно-функціональному дискурсі. Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Філологічні науки». 2014. № 1 (7). с. 217–218.
22. Лисиченко Л. А. Багатозначність у лексико-семантичній системі : структурний, семантичний, когнітивний аспекти. Харків : Вид. група «Основа», 2008. 272 с.

23. Левицький А. Є., Сингаївська А. В., Славова Л. Л. Вступ до мовознавства : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 104 с.
24. Левицький А. Е., Сингаївська А. В., Славова Л. Л. Вступ до мовознавства: навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 104 с.
25. Майборода Л. І. До проблеми способів та засобів увиразнення газетного заголовка. Актуальні питання гуманітарних наук. 2020. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1410> (дата звернення: 20.10.2024).
26. Малишко Д. Д., Лагерева М. С. Специфіка трансформації фразеологізмів в англійській мові та їх перекладу на українську. Кременчуцький інститут Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля, Україна. URL: https://confcontact.com/2013_02_20/14_Malishco.html (дата звернення: 08.11.2024).
27. Микитів Г. В., Попруга Т. В. Інтерпретація газетних заголовків у сучасному інформаційному просторі. Вісник Запорізького національного університету. 2010. № 1. С. 203–204.
28. Михайлин І. Л. Основи журналістики. Підручник. 5-те вид. перероб. та доп. К. : Центр учбової літератури, 2011, 496 с.
29. Михайлин І. Л. Журналістика як всесвіт: вибрані медіадослідження/І. Л. Михайлин. – Х.: Прапор, 2008. – 512 с .
30. Ніколенко А. Г. Лексикологія англійської мови - теорія і практика. Вінниця: Нова Книга, 2007. 135 с.
31. Омоніми в англійській мові / Наталія М.: веб-сайт. URL: <https://buki.com.ua/news/omonimi-v-angliiskii-movi/> (дата звернення: 09.10.2024).
32. Омоніми в англійській мові: коротко про основне: веб-сайт. URL: <https://www.enlaser.pro/index.php/blog/82-vocabulary/108-omonimy-v-anhliiskii-movi-korotko-pro-osnovne> (дата звернення: 10.10.2024).

33. Пампура С. Ю. Мова англійських газетних заголовків: особливості перекладу. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. Філологія. 2019. № 41, т. 2. с. 157–159.
34. Пентиліук М. І. (ред.) Словник-довідник з української лінгводидактики: навч. посіб. Київ : Ленвіт, 2015. 320 с.
35. Панасюк Ю. В. Лінгвістичні аспекти сучасної британської періодики. URL: <http://www.sci-notes.mgu.od.ua/archive/v33/16.pdf> (дата звернення: 05.09.2024).
36. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава: Довкілля. К., 2007. 716 с.
37. Сніховська І. Е. Лінгвокультурні особливості креативних феноменів у англomовному медіатексті. Житомирський державний університет імені Івана Франка, 2015. URL:http://eprints.zu.edu.ua/19212/1/Сніховська_стаття4.pdf (дата звернення: 22.10.2024).
38. . Спірідонова А. С., Панасюк Ю. В. Лексико-семантичні особливості колоквіалізмів у сучасній британській пресі. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. 2020. Т. 31 (70), № 1, ч. 2. С. 202.
39. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця :Практичний посібник. 2-ге вид., стереотипне. Київ : Наша культура і наука, 2006. 560 с.
40. Тонкіх І. Ю. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті: навчальний посібник. Запоріжжя: ЗНТУ, 2017. 129 с. URL: <https://eir.zp.edu.ua/server/api/core/bitstreams/5b881739-ef61-4105-974f-50fec3003736/content> (дата звернення: 19.10.2024)
41. Чайковська О. Ю. Взаємодія вербальних, невербальних та паравербальних засобів текстів телевізійних новин. Young Scientist. 2020. No 5 (81). С. 479–483.

42. Щелка О. А. Сучасний публіцистичний текст: кваліфікаційні та диференційні ознаки. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. 2018. No 34, т. 2. С. 106.
43. All Things Linguistic : веб-сайт. URL: <https://allthingslinguistic.com/post/52411342274/how-many-meanings-can-you-get-for-the-sentence-i> (дата звернення: 28.09.2024).
44. Al Jazeera. URL: <https://www.aljazeera.com/> (дата звернення: 05.10.2024).
45. Ambiguity in Literature: Fostering Participatory Reading. Gilliam Writers Group : веб-сайт. URL: <https://www.gilliamwritersgroup.com/blog/ambiguity-in-literature-fostering-participatory-reading> (дата звернення: 15.10.2024).
46. BBC News. URL: <https://www.bbc.com/news> (дата звернення: 04.10.2024).
47. Cambridge Dictionary. Newspaper Headlines [Електронний ресурс]. – Cambridge Dictionary. – Режим доступу: <https://dictionary.cambridge.org> (дата звернення: 20.10.2024).
48. Doublespeak: The Language Term. ThoughtCo : веб-сайт. URL: <https://www.thoughtco.com/doublespeak-language-term-1690475> (дата звернення: 17.10.2024).
49. Dubenko E. Yu. Stylistics of Advertising Texts in English and Ukrainian Traditions: Linguopragmatic Aspect. Science and Education a New Dimension. Philology. 2020. Vol. VIII(69), Issue 234. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewById/1253425> (дата звернення: 19.10.2024).
50. Examples of Ambiguity. Smart Blogger : веб-сайт. URL: <https://smartblogger.com/ambiguity-examples/> (дата звернення: 22.10.2024).
51. Eysenck M. W., Keane M. T. Cognitive Psychology: A Student's Handbook. 8th ed. New York: Psychology Press, 2015. 980 с.
52. Financial Times. URL: <https://www.ft.com/world> (дата звернення: 03.10.2024).

- 53.Headline Vocabulary. Scribd : веб-сайт. URL:
<https://www.scribd.com/document/432444572/Headline-Vocabulary> (дата
звернення: 22.10.2024).
- 54.Lexical Ambiguity. Oxford Research Encyclopedia of Linguistics : веб-сайт.
URL:
<https://oxfordre.com/linguistics/linguistics/view/10.1093/acrefore/9780199384655.001.0001/acrefore-9780199384655-e-325> (дата звернення: 17.10.2024).
- 55.Mark Zuckerberg's Shirt Becomes a Fashion Statement. The New York Times:
веб-сайт. URL: <https://www.nytimes.com/2024/10/04/style/mark-zuckerberg-fashion-shirt.html> (дата звернення: 23.10.2024).
- 56.Newspeak: Language and Propaganda. ThoughtCo : веб-сайт. URL:
<https://www.thoughtco.com/newspeak-language-and-propaganda-1691267>
(дата звернення: 18.10.2024).
- 57.Oaks D. D. Structural Ambiguity in English: An Applied Grammatical
Inventory. Bloomsbury Publishing, 2010. 576 с.
- 58.Quinn S., Filak V. F., eds. Convergent Journalism: An Introduction: Writing
and Producing Across Media. Burlington: Focal Press is an imprint of Elsevier,
2005. 228 p.
- 59.Reuters. URL: <https://www.reuters.com/> (дата звернення: 09.10.2024).
- 60.Syntactic Ambiguity. ThoughtCo : веб-сайт. URL:
<https://www.thoughtco.com/syntactic-ambiguity-grammar-1692179> (дата
звернення: 15.10.2024).
- 61.Syntactic Ambiguity. ThoughtCo : веб-сайт. URL:
<https://www.thoughtco.com/syntactic-ambiguity-grammar-1692179> (дата
звернення: 18.10.2024).
- 62.The Atlantic. URL: <https://www.theatlantic.com/world/> (дата звернення:
12.10.2024).
- 63.The Guardian. Europe. URL: <https://www.theguardian.com/europe> (дата
звернення: 08.10.2024).

64. The New York Times. International. URL: <https://www.nytimes.com/international/> (дата звернення: 10.10.2024).
65. The Wall Street Journal. URL: <https://www.wsj.com/> (дата звернення: 09.11.2024).
66. The Washington Post. URL: <https://www.washingtonpost.com/> (дата звернення: 09.10.2024).
67. Time. URL: <https://time.com/> (дата звернення: 13.10.2024).
68. Whole Foods' Berry Chantilly Cake Is Back. The New York Times : веб-сайт. URL: <https://www.nytimes.com/2024/10/02/dining/whole-foods-berry-chantilly-cake.html> (дата звернення: 23.10.2024).
69. Wilson, R. A., & Keil, F. C. The MIT Encyclopedia of the Cognitive Sciences. Cambridge, MA: MIT Press, 1999. 1094 p.