

Одеський національний університет імені І.І.Мечникова

Факультет романо-германської філології

Кафедра лексикології та стилістики англійської мови

Д и п л о м н а р о б о т а

спеціаліста (C D)

на тему: «Вербалізація концептів ГЕНЕРАЦІЯ X, ГЕНЕРАЦІЯ Y та ГЕНЕРАЦІЯ Z в публіцистичних текстах»

«Verbalization of the concepts GENERATION X, GENERATION Y and GENERATION Z in the texts of the publicist style»

Виконала: студентка заочної форми навчання

спеціальності 035.04 Германські мови

та літератури (переклад включно): англійська

Голядинець Олена Василівна

Керівник к.філол.н., доц. Томчаковський О.Г.

Рецензент к.філол.н., доц. Єрмоменко С.В.

Рекомендовано до захисту:

протокол засідання кафедри

№ 14 від 15.05.2017 р.

Захищено на засіданні ЕК № 3

протокол № 10 від 19.06.17

Оцінка good 1 B 185
(за національною шкалою, шкалою ECTS, бали)

Завідувач кафедри

Колегаєва І.М.

Голова ЕК

Карпенко О.Ю.

Одеса – 2017

429672

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІТИКИ ТА ЛІНГВОКОНЦЕПТОЛОГІЇ.....	6
1.1. Становлення когнітивної лінгвістики	6
1.2. Концепт як об'єкт дослідження лінгвоконцептології.....	13
1.3. Типологія концепту	17
1.4. Структура концепту	20
РОЗДІЛ II. ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТІВ “ГЕНЕРАЦІЯ X”, “ГЕНЕРАЦІЯ Y” ТА “ГЕНЕРАЦІЯ Z” В ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ.....	24
2.1. Соціально-психологічний портрет генерацій X,Y та Z	24
2.1.1. Загальні характеристики покоління X.....	24
2.1.2. Загальні характеристики покоління Y	28
2.1.3. Загальні характеристики покоління Z	31
2.1.4. Компаративний аналіз представників генерацій X, Y, Z в досліджуваних статтях.....	35
2.2. Реалізація концептів <i>ГЕНЕРАЦІЯ X, ГЕНЕРАЦІЯ Y, ГЕНЕРАЦІЯ Z</i> ..	37
2.2.1. Вербалізація концепту ГЕНЕРАЦІЯ X	39
2.2.2. Вербалізація концепту ГЕНЕРАЦІЯ Y	46
2.2.3. Вербалізація концепту ГЕНЕРАЦІЯ Z.....	55
ВИСНОВКИ	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	71
SUMMARY	77

ВСТУП

Дана робота присвячена дослідженню способів вербалізації концептів ГЕНЕРАЦІЯ X, ГЕНЕРАЦІЯ Y та ГЕНЕРАЦІЯ Z в англomовних статтях.

Дослідження базується на поняттях «когнітивна лінгвістика» і «концепт». Когнітивна лінгвістика – галузь мовознавства, що вивчає мову як засіб отримання, зберігання, обробки й використання знань. Когнітивна лінгвістика спрямована на дослідження способів концептуалізації й категоризації певною мовою світу дійсності та внутрішнього рефлексивного досвіду. Одним з ключових понять когнітивної лінгвістики є концепт – термін, що служить для пояснення одиниць ментальних або психічних ресурсів нашої свідомості та тієї інформаційної структури, яка відбиває знання і досвід людини: оперативно-змістова одиниця пам'яті, ментального лексикону, концептуальної системи та мови мозку, всієї картини світу, відбитої в людській психіці [26, 69].

Актуальність дослідження сучасної когнітивної лінгвістики визначається загальною спрямованістю сучасних лінгвістичних досліджень на розгляд мовних одиниць з урахуванням структури людського знання, що вони репрезентують, а також ментальних процесів, які покладені в основу мовної номінації. Тому **актуальність** даного кваліфікаційного дослідження зумовлена необхідністю детального вивчення концептів ГЕНЕРАЦІЯ X, ГЕНЕРАЦІЯ Y та ГЕНЕРАЦІЯ Z з позицій нової лінгвістичної парадигми.

Мета роботи полягає у проведенні аналізу концептів ГЕНЕРАЦІЯ X, ГЕНЕРАЦІЯ Y та ГЕНЕРАЦІЯ Z, а також їх вербалізації в публіцистичних текстах.

Поставлена мета передбачає розв'язання наступних **завдань**:

- дослідити структуру концептів ГЕНЕРАЦІЯ X, ГЕНЕРАЦІЯ Y та ГЕНЕРАЦІЯ Z і визначити їх складові;

- Окреслити та обґрунтувати фреймову структуру концептів;
- Проаналізувати засоби репрезентації досліджуваних концептів в публіцистичних творах;
- Дослідити лексичне заповнення слотів цих фреймів.

Об'єктом даного дослідження є засоби вербалізації концептів ГЕНЕРАЦІЯ Х, ГЕНЕРАЦІЯ Y та ГЕНЕРАЦІЯ Z, **предметом** — їх функціонування в аналізованих статтях.

Матеріалом дослідження слугували 7 текстів публіцистичного стилю, в яких зображені основні відмінні риси покоління Х та покоління Y:

1) стаття Дженіфер Уелш "*Gen Xers lead happy, balanced lives, survey finds*", де детально зображуються уявлення про покоління Х;

2) статті з відомих американських газет THE USA TODAY за авторством Шерон Гейсон і Марії Пуенте "*Gen Y shaped, not stopped, by tragedy*", та з газети The Washington Times "*Generation Y embraces choice, redefines religion*", де описуються основні характеристики покоління Y;

3) статті газети The News Zealand Herald за авторством Девіда Імса "*Jumping the generation gap*" та Хезер Маккракен "*Gen X & Y want same things from ideal job*", де порівнюються характеристики поколінь Х та Y.

4) Статті "*Generation Z comes of age*" Амелі Волкер, та "*Getting ready for generation Z*", котрі характеризують генерацію Z.

В якості основних **методів дослідження** в роботі використовувалися методи концептуального аналізу, фреймового моделювання, лінгвістичного опису, контекстуального аналізу.

Структура роботи зумовлена логікою розв'язання поставлених завдань. Робота складається зі вступу, двох розділів (теоретичного та практичного), висновків та списку використаної літератури. У першому розділі обґрунтовуються теоретичні передумови дослідження і поділяється в свою чергу на чотири параграфи: в першому розглядається становлення когнітивної лінгвістики, в другому розглядається концепт як об'єкт

дослідження лінгвоконцептології, в третьому представлена типологія концепту, і в останньому – структура концепту.

Другий розділ являє собою дослідження лексичних засобів, що входять до слотів фреймової структури, що репрезентує концепти ГЕНЕРАЦІЯ X, ГЕНЕРАЦІЯ Y та ГЕНЕРАЦІЯ Z.

Результати дослідження наочно подаються в одній схемі та у трьох таблицях.

Список використаної літератури складається з 54 позицій.

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження були зроблені наступні висновки:

Генерація X - термін, що використовується для опису покоління людей, яке народилося після піку демографічного вибуху під час Другої світової війни в США. Точні демографічні рамки Покоління X не визначені, до нього відносять людей, що народилися між 1963-1975 рр., хоча частіше цей термін використовується для опису тих, кому було близько двадцяти років протягом 1990-х років.

Генерація Y – це покоління, що з'явилося у 1980-х рр. Воно виховано в час, коли цифрові технології стали невід'ємною частиною повсякденного життя.

Генерація Z - словосполучення, що використовується для опису покоління людей, яке з'явилося приблизно між 2000-2024 роками. Зазвичай, людей покоління Z вважають дітьми покоління X, рідше покоління Y. Повної характеристики генерації неможливо знайти, так як це покоління ще досить юне і його прояви особистості ще досліджуються. Проте без сумнівів, можна стверджувати, що ця генерація краще за будь-яку розуміється на цифрових технологіях і вміннях її застосовувати.

Концепти ГЕНЕРАЦІЯ X, ГЕНЕРАЦІЯ Y та ГЕНЕРАЦІЯ Z не є суто самостійними концептами у концептуальній картині світу. Їх розглядаємо як складові більш широкої концептуальної структури – макроконцепту ГЕНЕРАЦІЯ, який включає у себе знання про стереотипні уявлення та інтереси групи людей, що жили в певний період часу.

Концепти ГЕНЕРАЦІЯ X, ГЕНЕРАЦІЯ Y та ГЕНЕРАЦІЯ Z моделюються на основі фреймів, а саме акціонального та предметного, що були розроблені професором С.А.Жаботинською. Предметний фрейм

відображає головні характеристики даних поколінь, а акціональний фрейм відображає їх поведінку у певних ситуаціях.

Ідентифікаційний фрейм концепту ГЕНЕРАЦІЯ Х-У-Z відтворює стереотипні уявлення про якості генерації. Сюди відносимо схеми персоніфікації / класифікації ГЕНЕРАЦІЯ Х-У-Z Є ХТО? та схему характеристизації ГЕНЕРАЦІЯ Х-У-Z Є ЯКА?

З позиції акціонального фрейму концепти моделюються так: ГЕНЕРАЦІЯ Х-У-Z ЯК ДІЄ? В цей фрейм входять такі субфрейми як: *Що робить?* (який відображає стереотипні дії генерації), *Як ставиться?* (який відображає ставлення до навколишньої ситуації; цей субфрейм підрозділяємо на два таких, що маркують ставлення до роботи та до життя), *Що відчуває?* (відображає почуття), *Чим цікавиться?* (який репрезентує сферу інтересів генерації) та *Чого прагне?* (який позначає життєві установки покоління).

Слоти фреймів означених концептів заповнюються лексикою, що відтворює портретний опис представників даних поколінь.

Покоління Х у досліджених текстах представляється як незалежне (*independent*) та амбіційне (*ambitious*). Найчастіше на позначення представників цього покоління обрано термін *Generation X* котрий використовується 12 разів. Для опису їх характеру та способу життя автори використовують слова з позитивною узуальною конотацією (*active, happy, independent, etc.*), а також з негативною узуальною конотацією (*cynical, skeptical, etc.*).

Представники цього покоління націлені на роботу та мають потребу в самовдосконаленні. Вони задоволені працею (*are happy with their jobs*) та своїм життям (*are satisfied with their lives; more optimistic than Boomers*). Помітне неабияке бажання бути членом певної організації, що свідчить про амбіційність, жагу до саморозвитку та розвитку суспільства (*community-based organization, parent-teacher organizations, religious organizations and local sports clubs, the Internet, online banking, books, etc.*).

А також амбіції цього покоління реалізуватися як на роботі, так і у родині (*to balance work and family obligations, expecting their children to finish a four-year college, life goals more important than job achievements*).

Покоління Y у досліджених текстах представляється як молоде (*young people, young Americans, a new generation*) та мультинаціональне (*American, Muslim, Jewish, Asian, Hispanic*). Найчастіше на позначення представників цього покоління використовується термін *Generation Y* (11 разів).

Ця генерація вважає себе особливою, хоча й схожа деякими рисами на попередні покоління. Це покоління характеризується більш широким вживанням лексики з негативною узуальною конотацією (*melancholy, stressed-out, shocked, etc.*) – життєві труднощі та інші чинники перетворили покоління оптимістів (*optimistic*) в покоління стриманих, виснажених людей (*saddened, cold, resilient*). Прикметники з позитивною узуальною конотацією створюють образ вільнодумного, прогресивного покоління людей (*liberal, progressive*). Відчуття швидкоплинності буття закликає їх бути рішучими (*risk-taking*), та не зосереджуватись на чомусь одному, так як в будь-який момент все може змінитись (*changeable*).

Покоління Y в аналізованих текстах представляється різнобічно. В той час як деякі її представники намагаються згуртуватись та перейти до рішучих дій (*have to stay together*), інші - відчувають себе ніяково, та ведуть себе так, ніби нічого не сталося (*feel somewhat desensitized, feel "way more paranoid", tend to want to smell the flowers a bit*). Певні представники цієї генерації намагаються уникати перегляду телевізійних новин, щоб не засмучувати себе (*tend to avoid the news, are not going to be rendered incapacitated by the trauma*).

Представники цього покоління цінують життя, гнучкість графіку роботи та вимагають, щоб робота не заважала особистому життю (*want flexibility and work-life balance; friends and family*). Інколи вони бувають нетерпеливими, якщо не знайшли спільної мови з керівництвом або не

можуть висловити свою думку (*want satisfying job, quality of life, good workmates and a supportive boss, to value choice*).

Покоління Y піклується про людей (*help people in need*), хоча боїться самотності (*to feel alone*). Реалії життя змусили деяких перестати вірити в Бога та шукати вирішення проблем самотужки (*don't believe in God, to seek help and counseling*).

Покоління Z в проаналізованих статтях представляється як спритне, винахідне (*resourceful*), молоде (*young*) та освічене (*the most educated*). Найбільш типовим терміном, використаним авторами є *Generation Z* (10 разів) та *Zs* (7 разів). Націленість «Z-етів» на електронну інформацію представлено сполученнями «*less text-oriented*», «*more visual*». Вони з дитинства призвичаїлись до візуальної інформації, то їм складніше сприймати друковані тексти, ніж поколінню «Міленіуму». Ця генерація звикла, що всі відповіді на їх питання можна знайти в Інтернеті, і якщо зникає доступ до мережі, генерація ніяковіє та відчуває стрес.

Покоління Z бажає мати гарну освіту та не пожалкує часу на здобуття належних знань майбутньої професії. Вже зараз деякі представники відкладають гроші, щоб жити добре в майбутньому (*start saving for the future now*). Це свідчить про мудрість та обачливість генерації. Більшість членів вагаються, чому присвятити життя, бояться зробити невірний крок при виборі професії. Їм важко визначитися, чи буде робота прибутковою, чи забиратиме багато часу тощо.

Ця генерація не зацікавлена в ідеалізованому зображенню краси, способу життя, продуктів харчування або людей (*they're not interested in idealized depictions of beauty, lifestyles, products or people*). По при вік, молоде покоління без проблем може згадати важливу історичну подію та дати свою точку зору щодо неї (*could recall the September 11 attacks*).

Це покоління описано всіма можливими словами, які можна об'єднати в групу з суфіксом «най-»: найперший абсолютно цифровий (*the first all-*

digital), найбільш технологічно досвідчений (*the most technologically proficient*), найшвидший в процесі прийняття й обробки інформації (*process information more quickly and have shorter attention spans*). Така характеристика свідчить, що ця генерація скоріш за все, досягне великих результатів в науці та розробці ще більш грандіозних речей небачених людством.

Таким чином, концепт ГЕНЕРАЦІЯ X репрезентується лексикою, що позначає задоволене життям покоління, яке загалом можна вважати оптимістичним. Воно зацікавлене в кращому майбутньому, піклується про навколишніх, займається самовдосконаленням та рухається вперед. Тоді як лексика, що репрезентує концепт ГЕНЕРАЦІЯ Y, позначає покоління, яке має свої особливості, чи то в рисах характеру, чи поведінки. Ця генерація єдина в своєму роді і вона всіма своїми вчинками намагається доказати свою унікальність. Концепт ГЕНЕРАЦІЯ Z є наймолодшою генерацією, яка змалечку користується Інтернетом, знайома з реаліями життя та готова до непередбачених ситуацій. Хоча неможливо стверджувати, що кожен член генерації стане відомим чи успішним, проте ми сподіваємось, що вони досягнуть поставлених цілей і будуть задоволені своїм життям.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабушкин А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка / А.П. Бабушкин. – Воронеж: Издательство Воронежского государственного университета, 1996. – 104 с.
2. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика: курс лекций по английской филологии / Николай Николаевич Болдырев. – Тамбов: Изд-во Тамбовского ун-та, 2000. – 123 с.
3. Вокарчев С.Г. Счастье как лингвокультурный концепт. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2004. – 192 с.
4. Демьянков В.З. Когнитивная лингвистика как разновидность интерпретирующего подхода / В.З. Демьянков // Вопросы языкознания. – 1994. – № 4. – С. 17-33.
5. Жаботинская С.А. Концептуальный анализ: фреймовые сети // Мова. – №9. – Одесса: Астропринт, 2004. – С. 82-84
6. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
7. Кондратенко М.М. Язык и мышление: Методологические материалы / Кондратенко М.М., Мирошниченко Н.А. – Ярославль: ГОУ ВПО «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского», 2010. – 78 с.
8. Кравченко А.В. Язык и восприятие. Когнитивные аспекты языковой категоризации. – Иркутск: Изд-во Иркутского университета, 1996. — 160 с.
9. Кубрякова Е.С. Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. - № 1. – С.6-17.

10. Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка // Русская словесность: Антология. – М.: Academia, 1997. – 273 с.

11. Маслова В.А. Введение в когнитивную лингвистику. – М.: Наука, Флинта, 2007. — 296 с.

12. Маслова В.А. Когнитивная лингвистика: Учебное пособие/ А.В.Маслова. – Минск: ТетраСистемс, 2004. – 256 с.

13. Матвеева Т.В. Лексическая экспрессивность в языке: Учеб. пособие по спецкурсу. Свердловск: УрГУ, 1986. – 92 с.

14. Минский М. Фреймы для представления знаний / М. Минский. – М.: Энергия, 1979. – 151 с.

15. Мунтян Л.В. Когнітивна лінгвістика в Україні // Наука ХХІ століття: відповіді на виклики сучасності: Збірник статей І Міжнар. наук.-практ. конф., м. Бухарест, 17 травня 2013 р. – в III ч. – Ч. II. – Бухарест: Бухарестський університет, 2013. – С.58-61

16. Павилёнис Р.И. Проблема смысла: современный логико-философский анализ языка / Под ред. Д.П.Горского / Р.И. Павиленис. – М.: Мысль, 1983. – 286 с.

17. Пименова М.В. Введение в когнитивную лингвистику / Под ред. М.В.Пименовой. - Вып. №4. - Кемерово, 2004. - 208 с.

18. Попова З.Д. Когнитивная лингвистика / Попова З.Д., Стернин И.А. - М.: АСТ; Восток-запад, 2007. - 320 с.

19. Рудакова А.В. Когнтология и когнитивная лингвистика / А.В.Рудакова. – Воронеж: Истоки, 2002. – 69 с.

20. Селіванова О. Сучасна лінгвістика. Термінологічна енциклопедія / Олена Селіванова. – Полтава : Довкілля – К. : 2006. – 716 с.

21. Серебренников Б.А. Роль человеческого фактора в языке // Язык и картина мира. – М., Наука, 1988. – С. 8-70.

22. Степанов Ю.С., Проскурин С.Г. Константы мировой культуры. - М.: Наука, 1993. - С. 14-30.

23. Стернин И.А. Методика исследования структуры концепта / И.А.Стернин // Методологические проблемы когнитивной лингвистики: Научное издание. / Под ред. И.А. Стернина. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2001. – С. 58-65.

Довідникові видання

24. Дворецкий И.Х. Латинско-русский словарь – 2-е изд., перераб. и доп. - М.: 1976. - 1096 с.

25. Ивнин А.А., Никифоров А.Л. Словарь по логике – М.: Туманит, изд. центр ВЛАДОС, 1997. – 384 с.

26. Краткий словарь когнитивных терминов / Под общей редакцией Е.С. Кубряковой. – М.: Филол. ф-т МГУ им. М.В. Ломоносова, 1997. – 245 с.

27. Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры. Опыт исследования/ Степанов Ю.С. – М.: Шк. «Языки русской культуры», 1997.- 824 с.

Інтернет ресурси

28. В каких условиях растет поколение Милениум и Z и что станет их ценностями. [Электронный ресурс] - Режим доступа до статті: <https://rugenerations.su/2009/05/21/%D0%B2-%D0%BA%D0%B0%D0%BA%D0%B8%D1%85->

29. Игрек неизвестный. [Электронный ресурс] - Режим доступа до статті: <http://www.kommersant.ru/doc/2483995>

30. Мир науки. Генерация X. [Электронный ресурс] - Режим доступа до статті: <http://worldofscience.ru/geografija-mira/10248-generatsiya-x.html>

31. Лекція з когнітивної лінгвістики та лінгвоконцептології [Електронний ресурс] — Режим доступу до журналу: www.twirpx.com/file/796207/

32. Поколение ЯЯЯ. О том, почему современное поколение обречено на провал. [Электронный ресурс] - Режим доступа до статті: <http://www.adme.ru/svoboda-psihologiya/pokolenie-vayava-545955/>

33. Покоління z. [Електронний ресурс] - Режим доступу до статті: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%BD%D1%8F_z#cite_note-20

34. ШКОЛА КОГНІТИВНОЇ ПОЕТИКИ В УКРАЇНІ. [Електронний ресурс] — Режим доступу до статті: <http://ekhsuir.kspu.edu/bitstream/123456789/1504/1/%D0%9A%D0%BE%D0%B3%D0%BD%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%BE%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0%20%D0%B2%20%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D0%B5.pdf>

35. Generation x, generation y, generation z, and the baby boomers. [Електронний ресурс] - Режим доступу до статті: <http://www.talentedheads.com/2013/04/09/generation-confused/>

36. Generation z breaks records in education and health despite growing economic instability of their families. [Електронний ресурс] - Режим доступу до статті: <http://www.prnewswire.com/news-releases/generation-z-breaks-records-in-education-and-health-despite-growing-economic-instability-of-their-families-300287848.html>

37. Generation Z is entrepreneurial, wants to chart its own future. [Електронний ресурс] - Режим доступу до статті: <http://www.northeastern.edu/news/2014/11/generation-z-survey/>

38. Gen-Z represents more than 20 % of the U.S. generation. [Електронний ресурс] - Режим доступу до статті: <http://uk.businessinsider.com/goldman-sachs-chart-of-the-generations-and-gen-z-2015-12>

39. Greenberg E., Weber K. Generation WE. - Pachatusan, 2008. - 247 p. [Електронний ресурс] — Режим доступу до книги: http://gen-we.com/sites/default/files/GenWe_EntireBook3.pdf

40. Miller, John The Generation X Report: Active, Balanced, and Happy: These Young Americans are not Bowling Alone. Longitudinal Study of American Youth – University Of Michigan, 2011. – 8 p.

41. Move over, millennials, here comes generation z. [Електронний ресурс] – Режим доступу до статті: https://www.nytimes.com/2015/09/20/fashion/move-over-millennials-here-comes-generation-z.html?_r=2

42. Move over millennials, here comes generation z: understanding the ‘new realists’ who are building the future. [Електронний ресурс] - Режим доступу до статті: https://www.prsa.org/Intelligence/Tactics/Articles/view/11057/1110/Move_Over_Millennials_Here_Comes_Generation_Z_Unde#.VmmUABorKi5

43. Pedró F. The New Millennium Learners: Challenging our Views on ICT and Learning. – 2006. - 17 p. [Електронний ресурс] — Режим доступу до журналу: <http://www.oecd.org/dataoecd/11/38/358359.pdf>

44. Prensky M. Listen to the Natives. – 2006. – 13 p. [Електронний ресурс] — Режим доступу до книги: http://www.ascd.org/ASCD/pdf/journals/ed_lead/el200512_prensky.pdf

45. Seemiller G. Generation z goes to college. – 2016. [Електронний ресурс] — Режим доступу до книги: https://www.amazon.com/Generation-Goes-College-Corey-Seemiller-ebook/dp/B019YNNZAA/ref=mt_kindle?_encoding=UTF8&me=

46. The first generation of the twenty-first century. [Електронний ресурс] — Режим доступу до книги: <http://magid.com/sites/default/files/pdf/MagidPluralistGenerationWhitepaper.pdf>

47. What is Generation X. [Електронний ресурс] - Режим доступу до статті: <http://www.wisegeek.org/what-is-generation-x.htm>

48. Eames D. Jumping the generation gap / David Eames [Електронний ресурс] — Режим доступу до журналу:

http://www.nzherald.co.nz/lifestyle/news/article.cfm?c_id=6&objectid=10496379

49. Generation Y embraces choice, redefines religion // The Washington Times - Tuesday, April 12, 2005. [Електронний ресурс] — Режим доступу до журналу: <http://www.washingtontimes.com/news/2005/apr/12/20050412-121457-4149r/>

50. Getting ready for generation Z// Joe L – December 03, 2015. [Електронний ресурс] — Режим доступу до статті: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.theshandgroup.dreamhosters.com/blog/2015/getting-ready-for-generation-z&gws_rd=cr&ei=ZLPvWNUlFMbzsAHsy6zoBw

51. Jayson Sh. Gen Y shaped, not stopped, by tragedy / Sharon Jayson, Maria Puente [Електронний ресурс] — Режим доступу до журналу: http://usatoday30.usatoday.com/news/nation/2007-04-17-millennials_N.htm

52. McCracken H. Gen X & Y want same things from ideal job / Heather McCracken [Електронний ресурс] — Режим доступу до журналу: http://www.nzherald.co.nz/lifestyle/news/article.cfm?c_id=6&objectid=11166305

53. Walker A. Generation Z comes of age / Amelie Walker [Електронний ресурс] — Режим доступу до статті: <http://www.heraldsun.com.au/archive/news/gen-z-here-they-come/news-story/6982b14272b9c2f0967ed77b9cf3d259?nk=970fc45e819cd4d01522a92aa4d6f61a-1492103620>

54. Welsh J. Gen Xers Lead Happy, Balanced Lives, Survey Finds / Jennifer Welsh [Електронний ресурс] - Режим доступу до статті: <http://www.livescience.com/16702-generation-stereotypes-survey.html>

SUMMARY

The qualification thesis presents the analysis of the verbalization of the concepts GENERATION X, GENERATION Y and GENERATION Z in the texts of the publicist style. The research is based on 7 articles, which point out the main features of each generation. The study of the lexical markers of the concepts under analysis led to the following conclusions:

These concepts are part of the macroconcept GENERATION which represents stereotypical features of a peculiar group of people who live during a certain period of time. The analysed vocabulary allowed modeling the concepts GENERATION X, Y, Z as a frame structure, based on the frames "Identification" and "Action", according to the classification suggested by S.A. Jabotynska. The frame "Identification" describes the main features of these generations. It consists of the personification and classification schemas: "GENERATION X-Y-Z IS WHO?", and "GENERATION X-Y-Z IS HOW?" filled with words and word combinations that characterize the concepts. The frame "Action" reflects stereotypical behavior of the generations, it makes up a schema "GENERATION X-Y-Z ACTS HOW?", subdividing into such subframes as: "What do they do?", "What is their attitude?", "How do they feel?", "What are they interested in?".

Therefore, the concept GENERATION X presents an ambitious and independent group of people, who are used to working long hours. They are active, optimistic, satisfied with their lives, balance work and family obligations. The concept GENERATION Y is described as young and liberal. They make decisions and change their opinion quickly. This generation is concerned with the problem of existence and the role of God in their lives. The concept GENERATION Z is shown as young, the most technologically proficient and intelligent. They know history, are used to visual information and search the solution of troubles in the Internet. They process information very quickly but have short attention span.

Томашевский Д. В.

А. В. М.