

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний педагогічний університет
імені Г.С. Сковороди
Факультет іноземної філології

**НАУКОВІ РОЗВІДКИ СТУДЕНТІВ
ФАКУЛЬТЕТУ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
ХАРКІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
ПЕДАГОГІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ Г.С. СКОВОРОДИ**

**Збірник тез наукових доповідей
Випуск 1**

Харків
2020

УДК 81'243
ББК 81.2
Н 34

За загальною редакцією
кандидата філологічних наук, доцента **Т.В. Подуфалової**

*Затверджено редакційно-видавничою радою
Харківського національного педагогічного університету
імені Г.С. Сковороди
(протокол №4 від 15.06.2020 р.)*

Н34 Наукові розвідки студентів факультету іноземної філології Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди: збірник тез наукових доповідей / За заг. редакцією канд. філол. наук, доц. Т.В. Подуфалової. Харків: ХНПУ імені Г.С. Сковороди, 2020. 98 с.

У збірнику представлено тези наукових доповідей магістрантів факультету іноземної філології Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди, присвячені актуальним проблемам іноземної філології та методики навчання іноземних мов.

Для викладачів, аспірантів і студентів філологічних факультетів закладів вищої освіти.

УДК 81'243
ББК 81.2

© Харківський національний педагогічний
університет імені Г.С. Сковороди, 2020

Плахтєєва Вікторія. Жіночий образ у романі М. Етвуд «Розповідь служниці»	67
Пода Ірина. Репрезентація міста в модерністській літературі	68
Полянська Катерина. Використання таксономії Блума для розвитку критичного мислення першокурсників на заняттях з іноземної мови	69
Попова Наталія. Прагматика емпізи у політичній промові	70
Прасоленко Наталія. Мотив єдиновладдя в романі О. Хакслі «Прекрасний новий світ»	71
Присяник Світлана. Ремінісценція та алюзія в літературознавстві	72
Радіонова Ольга. Англійський концепт Жадібність у сучасній когнітивній лінгвістиці	73
Риженко Марина. Репрезентація невербального знаку емоцій «усмішка» в англійській мові	74
Рогожа Анна. Інтертекстуальність у літературознавстві	75
Сапронова Дар'я. Лінгвостилістичні засоби репрезентації образу жінки в американських фольклорних піснях	76
Северілова Єлизавета. Феномен мовної гри у сучасному розгляді	77
Солодяннікова Владислава. Міфологізація вікторіанства в романі Джона Фаулза «Жінка французького лейтенанта»	78
Соломко Ірина. Ступінь досліджуваності проблеми запозичень у сучасній англійській мові	79
Сторчак Поліна. Вимоги до відбору відео-блогів для навчання учнів старшої школи монологічного мовлення	80
Стрижак Олена. Роль лексико-семантичної інтерференції при викладанні економічних дисциплін англійською мовою	81
Тарасенко Катерина. Епістемічна модальність і способи її вираження в сучасній англійській мові	83
Теплинська Валерія. Поетика хронотопу в британському детективному романі (на матеріалі творів Г.К. Честерсона)	84
Толмачова Катерина. Вживання «експлетивного» заперечення як одна з особливостей французького синтаксису	85
Травіна Алевтина. Заголовок медійного тексту як засіб апеляції до аудиторії	87
Фірсова Аліна. Художня своєрідність оказіональних антропонімів у британській казці	88
Халавка Марина. Поняття можливого світу і його семантика	89
Худайберганова Мавлюда. Значення аудитивної компетентності у підготовці майбутніх учителів англійської мови	90
Чорна Олена. Національно-культурна специфіка емоційного концепту ОБРАЗА в англійській мові	91
Штих Анна. Переваги використання рольових ігор на уроках англійської мови в середніх класах	92
Юрченко Аліна. Особливості функціонування геймерського жаргону <i>Leet</i> у сучасній англійській мові	93

літературі різних часів, тому проблема «експлетивного» заперечення є дуже широкою, та потребує подальшого вивчення.

ЗАГОЛОВОК МЕДІЙНОГО ТЕКСТУ ЯК ЗАСІБ АПЕЛЯЦІЇ ДО АУДИТОРІЇ

Алевтина ТРАВІНА

Науковий керівник – доктор філософських наук, доцент Г.О. Крапівник

Успіх будь-якої медійного тексту багато в чому залежить від того, наскільки читач зацікавлений в його прочитанні. На думку Е. С. Задровскої, специфіка заголовка є в тому, що «він, поряд з зачином і кінцівкою, відноситься до тих композиційних елементів тексту, які привертають підвищену увагу при першому знайомстві з публікацією» [1, с. 143-144]. Саме заголовок пробуджує інтерес читача до змісту самого тексту, визначає його актуальність і новизну запропонованого до матеріалу.

Для залучення уваги існує низка лексичних засобів, що використовуються авторами при створенні заголовків. Так, вони можуть містити емоційно-оцінну лексику. Відповідно до цього способу, заголовки повинні бути яскравими і привабливими. До такої лексики можна віднести молодіжний сленг, жаргон, емоційну лексику. Ще одним засобом є експресивна лексика, зокрема стилістичні тропи (епітет, метафора, метонімія, уособлення, синекдоха тощо). Застосування кліше також апелюють до читача. Як відзначають С. К. Кубашічева і Л. Р. Читао, особливість медійних текстів є «в дохідливості і зрозумілості інформації», розрахованої на безпосередню реакцію реципієнта, на миттєвий результат, що можна досягнути завдяки кліше і штампам [2, с. 60]. Крім того, імена та прізвища людей, різні власні назви, що вже слугують рекламою, збуджують інтерес читачів і привертають їхню увагу.

Для заголовків характерні не тільки вказані лексичні стилістичні засоби, але й певні способи словотвору, що теж часто-густо мають стилістичне забарвлення. Так, скорочення, аббревіатури допомагають досягти стислості заголовка. Перевагою заголовка є саме мовна економія, а його призначення – повернути адресата до змісту самої основного тексту. Для англomовних статей характерна компресія мовних одиниць всіх рівнів, наприклад, еліпсис як прийом синтаксичної компресії, а на рівні лексики – вживання скорочень всіх типів. Також часто використовуються аббревіатури, що не тільки економлять час, але і використовуються як засіб художньої виразності, спрямованої на візуальне й асоціативне сприйняття читача [4, с.38].

Цитати та інші прецедентні тексти та їх трансформації є поширеним прийомом для залучення уваги в заголовках. До цього способу можна віднести цитати з літературних творів, висловлювання вчених, політиків, діячів культури, прислів'я, приказки, біблеїзми, тексти популярних пісень, назви кінофільмів, рекламні тексти, анекдоти тощо. За Е. Б. Плаксіною і М. Л. Кусовою, «звернення до прецедентних текстів підвищує довіру читача до ЗМІ», а також

викликає «у свідомості реципієнта не тільки фактичну інформацію, а й пов'язані з ними різні переживання, емоції, усталені оцінки» [3, с.118].

Наведена класифікація прийомів, що використовуються в заголовках для залучення уваги читачів, в подальшому слід доповнити і уточнити, проте вже цей перелік прийомів можна взяти за основу лінгвістичного аналізу заголовків медійних текстів.

Література

1. Задровская Е.С. К проблеме языка заголовков современных СМИ. *Міжнародний журнал експериментальної освіти*. 2014. № 6-2. С. 143-144.
2. Кубашичева С.К., Читао Л.Р. Особенности перевода заголовков современных английских СМИ. *Вісник Адигейського державного університету*. 2015. № 2 (153). С. 59-62.
3. Плаксина Е.Б., Кусова М.Л. Языковые средства реализации воздействующей функции заголовков (на материале российской и французской прессы). *Політична лінгвістика*. 2011. № 4. С. 117-120.
4. Цюань Х. Языковая игра на базе аббревиатур в современных русских СМИ (на материале газетных заголовков). *Міжнародний науково-дослідницький журнал*. 2015. № 11-4 (42). С. 38-39.

ХУДОЖНЯ СВОЄРІДНІСТЬ ОКАЗІОНАЛЬНИХ АНТРОПОНІМІВ У БРИТАНСЬКІЙ КАЗЦІ

Аліна ФІРСОВА

Науковий керівник – кандидат філологічних наук, доцент І.О. Подгурська

Жанр сучасної британської чарівної казки тісно пов'язаний з актом авторської словотворчості, тому що нові концепти казкової картини світу потребують нових назв. Деякі з них набувають такої популярності, що закріплюються в мовній нормі і стають неологізмами. Інші не можуть бути репродуковані в іншому контексті і назавжди залишаються власно-авторськими okazіоналізмами. Їх використання в дитячій казці є дуже важливим, бо дає дитині розуміння словотворчих процесів, розвиває її творче мислення та активує увагу юного читача.

Неологізми англійської мови є об'єктом наукових студій таких дослідників, як І.Арнольд, І.Гальперін, О.Єсперсен, М. Мостовий, Р. Фішер та інші. Більшість з них розрізняє три ступені okazіональної лексики: 1) слова стандартної будови потенційно-загального вжитку; 2) частково нестандартні новоутворення, що мають певні відхилення від правил будови слова, але їх інтерпретація не викликає труднощів; 3) абсолютно okazіональна лексика нестандартної будови, семантична інтерпретація якої є доволі ускладненою.

Особливу увагу науковців привертає така група авторських новоутворень, як okazіональні антропоніми. Їм'я є важливим компонентом, що сприяє наповненню та розвитку особистісної характеристики персонажу.