

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

Факультет іноземної філології

До 215 річниці ХНПУ імені Г.С. Сковороди

МАТЕРІАЛИ
II СТУДЕНТСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ,
ПРИСВЯЧЕНОЇ МІЖНАРОДНОМУ ДНЮ СТУДЕНТА
(15 листопада 2019 року, місто Харків)

Харків

2019

УДК 81+82+371.3:811
ББК 74.580.268
М34

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

*Затверджено редакційно-видавничою радою
Харківського національного педагогічного університету
імені Г.С. Сковороди
(протокол №6 від 05.11.2019 р.)*

М34 Матеріали II студентської науково-практичної конференції, присвяченої Міжнародному дню студента (15 листопада 2019 року, місто Харків) / За заг. редакцією канд. філол. наук, доц. Т.В. Подуфалової. Харків: ХНПУ імені Г.С. Сковороди, 2019. 89 с.

У збірці представлено матеріали II науково-практичної конференції 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.

Видано за рахунок авторів

© Харківський національний педагогічний
університет імені Г.С. Сковороди, 2019

Савицька Карина. The Use of Technological Devices in English Language Teaching	65
Савченко Анастасія. Еволюція готичного роману в ХІХ–ХХ ст.	65
Сердюкова Тетяна. Антиутопія в англійській літературі ХХ століття	67
Серемчук Олег. Проблема перекладу ідіом як актуальне питання сучасної лінгвістики	68
Сіряк Юлія. Міфологема храму в романі Вільяма Голдінга «Шпиль»	69
Смирнова Євгенія. Статус штучних мов у сучасній лінгвістиці	70
Суббота Вероніка. Відображення емоцій у фразеологізмах сучасної англійської мови	71
Токарєва Вікторія. Вербалізація проявів невербальної поведінки персонажів роману Ш. Бронте «Джейн Ейр»	73
Толмачова Катерина. Фонетичний аспект у методиці навчання французької мови на початкових етапах (урок «зеро»)	75
Федоренко Яна. Особливості перекладу медійних текстів з англійської мови на українську	76
Федорова Катерина. Відмінності між діловим листуванням у британській та американській культурах	77
Фоцій Марія. Історія появи емодзі	78
Черкаська Катерина. Шекспірівська тематика у творчості А. Мердок	80
Чихаріна Карина. Захід-Схід: Проблема діалогу культур у творчості Сомерсета Моема (на прикладі збірки «На китайській ширмі»)	82
Шаутдінова Альона. Англійські лексичні запозичення у сфері комп'ютерної техніки в сучасній німецькій мові	83
Шестак Марина. Засоби вираження оцінки в мотиваційному дискурсі	85
Шило Таїсія. Кольороназви у творах В.С. Моема	86
Шпаченко Світлана. Mythological and Legendary Characters in the Novel by M. Shelley <i>Frankenstein</i>	87

емоційне забарвлення, «настрій» тексту. А потім, засобами мови перекладу відтворити настрій оригіналу в перекладі.

Важливе місце в англомовному медійному тексті займає заголовок. Сьогодні медійні заголовки тяжіють до сконденсованої подачі максимуму інформації за рахунок компресії мовних засобів заради того, щоб утримати увагу читача. У відборі заголовків до медійних текстів виявляється авторська оцінна позиція, що надає висловлюванню емоційного забарвлення.

Таким чином, англомовний медійний текст – складна структура зі своїми особливостями щодо лексико-граматичного оформлення та конотативного змісту. Переклад медійних текстів вимагає від перекладача цілісного підходу до аналізу тексту оригіналу та майстерності у втіленні семантичних та емоційних складових засобами української мови. Уваги при перекладі вимагає заголовок медійного, зокрема газетного тексту. Газетний заголовок характеризується особливою структурою, неоднозначним смисловим наповненням та своєрідним зв'язком із текстом. Враховуючи ці особливості, переклад газетних заголовків вимагає трансформацій різного типу, за допомогою яких досягається відповідність мовним нормам мови перекладу зі збереженням семантичного та конотативного змісту оригіналу.

ВІДМІННОСТІ МІЖ ДІЛОВИМ ЛИСТУВАННЯМ У БРИТАНСЬКІЙ ТА АМЕРИКАНСЬКІЙ КУЛЬТУРАХ

Катерина ФЕДОРОВА

Науковий керівник – кандидат філологічних наук Ю.О. Шпак

Сьогодні в нашій країні спостерігається виникнення нових економічних і соціальних умов, які спонукали до комерційної та організаторської діяльності широкі маси населення. Ця обставина висунула на перший план необхідність навчання мовним формам ділового спілкування, тому що успішно вести ділові переговори, грамотно скласти текст документа, вміння працювати з документами – найважливіші складові професійної культури ділової людини.

У кожній країні існують свої нюанси складання ділових листів. Основним нашим завданням є уточнення особливостей письмової ділової комунікації в британській та американській культурах.

При порівнянні британського та американського стилів ведення переговорів, слід зазначити, що британці менше приділяють увагу підготовці до переговорів. За традицією британці стримані в судженнях, уникають категоричних тверджень, тим самим висловлюючи повагу до співрозмовника. При цьому британці старанно уникають у бесіді будь-яких особистих моментів, які можуть бути трактовані як вторгнення в чуже приватне життя. Найважливішою рисою характеру вони вважають стриманість. Їм властиве вміння терпляче вислуховувати партнера, не заперечуючи йому, що зовсім не означає згоду, як може здатися іноземцю.

Звернемо увагу на певні правила графічного оформлення ділового листа. Всі пропозиції повинні починатися від однієї вертикальної лінії, тобто не

потрібно дотримуватися ніяких «абзаців». Кожна смислова пропозиція листа (або смисловий блок з двох-трьох речень) починається з нового рядка та/або відділяється додатковим міжрядковим інтервалом, щоб було зручніше читати текст. Не так важливо, де поставити дату відправлення, в правому або лівому кутку, в самому верху бланка або одразу під адресою. Також не має принципового значення і те, що ви поставите після звернення – кому або двокрапку, британці віддають перевагу першому, американці – другому.

Однією з основних вимог до складання листа в американській культурі є чіткий виклад суті в першій частині тексту листа, нижче – додаткова інформація. В американському діловому листі часто використовуються підзаголовки, інші засоби для відображення переходу від однієї думки до іншої. Ввічливий тон не поширюється на діловий лист. В американському діловому листі прийнято викладати все конкретно і прямолінійно, що не властиво представникам інших культур. Відмінності в складанні британського і американського ділового листа стосуються також того, що, наприклад, звернення в американському листі оформляється двокрапкою «*Dear Ms Rose:*», а в британському – комою «*Dear Mr White,*». Завершальна фраза «*З повагою*» в британському варіанті *Sincerely yours* та *Faithfully yours* має американський варіант *Truly yours/Yours truly*.

Таким чином, варіативність ділового листування, зумовлена використанням британського або американського варіантів англійської мови, характеризується стилістичним, лексичними та пунктуаційними особливостями писемного мовлення, врахування яких необхідне для досягнення успіху в процесі ділової комунікації.

ІСТОРІЯ ПОЯВИ ЕМОДЗІ

Марія ФОЦІЙ

Науковий керівник – кандидат філологічних наук Ю.О. Шпак

На сьогодні комунікація людей здебільшого відбувається за допомогою використання різних соціальних мереж і спеціальних програм, які називають месенджери. До їх появи, для швидкої віддаленої комунікації між людьми, використовувалися SMS-повідомлення, які передавалися через мобільну мережу. Надіслати розгорнутий лист не було можливо, тому що максимальний розмір повідомлення становив 60 символів (з урахуванням знаків пунктуації та пробілів), тому з'явилася необхідність у більш короткому вираженні своїх думок. Мета дослідження – виявлення основних етапів розвитку технології смайликів (емодзі) як тестових знаків в Інтернет-комунікації, переваг і недоліків їх вживання.

Спочатку за допомогою SMS-повідомлень не можна було передати емоційне забарвлення, тому сенс деяких повідомлень міг трактуватися неправильно. Для розв'язання цієї проблеми в 1982 році були придумані перші смайлики. Термін «смайлики» означає спеціальні комбінації символів для позначення простих емоцій, як, наприклад, радість, смуток, насмішка. 19