

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

Факультет іноземної філології



*До 300-річчя з Дня народження
Григорія Савича Сковороди*

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ І ЛІНГВОДИДАКТИКИ

**Збірник наукових статей здобувачів вищої освіти
факультету іноземної філології
Харківського національного педагогічного
університету імені Г. С. Сковороди**

Випуск 4

Електронне видання

Харків – 2022

УДК 81'243
ББК 81.2
А 43

Редакційна колегія:

Подуфалова Т. В., канд. філол. наук, доцент, доц. каф. практики англ. усного і писемного мовлення, координатор з наук. роботи ф-ту іноземної філології (**головний редактор**); **Невська Ю. В.**, канд. філол. наук, доцент, доц. каф. англ. фонетики і граматики (**заст. головного редактора, відп. секретар**); **Князь Г. О.**, канд. філол. наук, доцент, декан ф-ту іноземної філології; **Кононова Ж. О.**, канд. філол. наук, доцент, доц. каф. англ. філології; **Кошечкіна Т. М.**, канд. пед. наук, доцент, доц. каф. нім. і романської філології; **Левченко Я. Е.**, докт. пед. наук, професор, проф. каф. англ. філології; **Перевозчикова К. А.**, голова СНТ ф-ту іноземної філології.

А 43 Актуальні проблеми іноземної філології і лінгводидактики [Електронне видання]: Збірник наукових статей здобувачів вищої освіти факультету іноземної філології Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. Харків: ХНПУ імені Г. С. Сковороди, 2022. Вип. 4. 359 с.

У збірнику представлено наукові статті здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти факультету іноземної філології Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди, присвячені актуальним проблемам іноземної філології та методики навчання іноземних мов.

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

УДК 81'243
ББК 81.2

Затверджено редакційно-видавничою радою
Харківського національного педагогічного
університету імені Г. С. Сковороди
(протокол № 11 від 16.11.2022 р.)

© Харківський національний педагогічний
університет імені Г. С. Сковороди, 2022

Колісник Олена. Чинник недиспозиційності предикатів у створенні смислу «страх» у художньому дискурсі	158
Колоколова Анастасія. Психологічні передумови розвитку «холодних» когнітивних умінь учнів старшої школи під час навчання діалогічного мовлення	161
Костенко Анастасія. Омовлення позитивних намірів у політичному дискурсі (категорія модальності)	164
Ластовєрова Марина. Основні причини використання ідіом у мовленні вищого класу британського суспільства	168
Лискова Марина. Метафоричне моделювання дійсності в дискурсі екологічного руху Англії	171
Лисянська Юлія. Мотиваційні типи назв американських компаній-виробників харчових продуктів	175
Майборода Марина. Автобіографічність роману Ф. С. Фіцджеральда «Ніч ніжна»	179
Майстрєнко Валентина. Вираження посесивності дієслівними моделями англійської мови (модель з <i>have</i>)	182
Мамєдова Крістіна. Проблема утворення та використання складних прикметників у сучасних засобах масової інформації на основі журналів “The New Yorker”, “The Spectator”	185
Мєленчук Вікторія. Модальність як дослідницька проблема в контексті комунікативної лінгвістики	189
Meheda, Margaryta. The Specifics of Neil Gaiman’s Worldview Represented in the Linguistic and World Mapping in the Novel “American Gods”	192
Мірошник Дар’я. Особливості вживання лексико-стилістичних засобів в оповіданнях В. Борхєрта	197
Молчанова Діана. Прагматичні характеристики англійського рекламного дискурсу	201
Мотрич Дар’я. Феномен архетипу в науці та літературі	205
Назарєвич Альона. Порівняння концепту “LOVE” у комедіях “The Way of the World” Вільяма Конгріва та “The Country Wife” Вільяма Вічерлі	209
Неводніча Вероніка. Специфіка хронотопу у творчості Дж. Уїнтерсон	214
Олексієнко Мілана. Реалізація комунікативних стратегій у дискурсі інтернет коментарів в онлайн журналі <i>MARTHA STEWART</i>	217
Ochkur, Kateryna. The Notional Component of the Linguocultural Emotional Concept of EXCITEMENT and Its Verbalization in 21st-Century English-Language Pop Song Lyrics	221

Творчість Уінтерсон має перспективи подальшого дослідження науковцями та літературознавцями, оскільки має структуру та специфіку, яку можна інтерпретувати різними способами, спираючись на колективний досвід.

Література

1. Бахтин М.М. Формы времени и хронотопа в романе. Очерки по исторической поэтике. *Вопросы литературы и эстетики*. Москва: Художественная литература, 1975. 810 с.
2. Хацкевич Т.М. Образ Наполеона как «иноного/другого» в романе Дженет Уинтерсон «Страсть». *Филология и культура*. №3 (37). С. 60-64.
3. Kriston, Andrea. Conceptualising time and space in Winterson's *the passion and written on the body*. *Gender studies*. Timisoara, 2012. 12 p.
4. Winterson, Jeanette. *Sexing the Cherry*. London: Vintage Publishing, 2014. 192 p.
5. Winterson, Jeanette. *The Passion*. London: Bloomsbury, 1987. 160 p.
6. Winterson, Jeanette. *Oranges Are Not the Only Fruit*. Boston. Pandora Press, 1985. 176 p.

РЕАЛІЗАЦІЯ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ У ДИСКУРСІ ІНТЕРНЕТ КОМЕНТАРІВ В ОНЛАЙН ЖУРНАЛІ *MARTHA STEWARD*

Мілана ОЛЕКСІЄНКО

Науковий керівник – кандидат філологічних наук, доцент Ю. В. Невська

У статті досліджується реалізація комунікативних стратегій і тактик у дискурсі Інтернет коментарів у журналі для жінок MARTHA STEWARD. Також проаналізовано визначення таких понять, як «комунікативна стратегія» та «комунікативна тактика».

Ключові слова: *комунікативна стратегія, комунікативно-дискурсивний підхід, дискурс, коментар.*

The article examines the realization of communicative strategies and tactics in the discourse of Internet comments in MARTHA STEWARD magazine. Definitions of such concepts as "communicative strategy" and "communicative tactics" are also analyzed.

Key words: *communicative strategy, communicative-discursive approach, discourse, commentary.*

Прагмалінгвістичні дослідження мовленнєвої поведінки комунікантів у процесі написання Інтернет коментарів стають усе більш поширеними. Актуальність дослідження пояснюється потребою вивчення мовленнєвої поведінки комунікантів з урахуванням стратегій міжособистісної мовленнєвої взаємодії комунікантів в англomовному дискурсі Інтернет коментарів.

Мета дослідження: проаналізувати комунікативні стратегії у дискурсі Інтернет коментарів у журналі для жінок *MARTHA STEWARD*.

Реалізація мети обумовлена виконанням таких **завдань**: проаналізувати визначення поняття «комунікативна стратегія»; проаналізувати визначення поняття «комунікативна тактика»; дослідити реалізацію головних стратегій і тактик Інтернет коментарів у журналі для жінок *MARTHA STEWARD*.

Об'єкт дослідження: інтернет коментарі у журналі *MARTHA STEWARD*.

Предметом дослідження є дискурсивно-прагматичні особливості Інтернет коментарів; комунікативні стратегії і тактики дискурсу Інтернет коментарів, які застосовують учасники в Інтернет коментарях у журналі для жінок *MARTHA STEWARD*.

Матеріалом дослідження стали більш, ніж 500 Інтернет коментарів до статей онлайн журналу для жінок *MARTHA STEWARD*.

У лінгвістиці на позначення спілкування, що здійснюється за допомогою Інтернету, вживають терміни «віртуальний дискурс», «комп'ютерний дискурс», «інтернет-дискурс», «електронний дискурс», які ми можемо трактувати як еквівалентні.

Так, О. Лутовинова пояснює, що термін «комп'ютерний дискурс» позначає текст, занурений у ситуацію спілкування за допомогою електронних засобів зв'язку, а точніше, за допомогою комп'ютера. При цьому терміни «комп'ютерний дискурс» і «електронний дискурс» є синонімами, оскільки комп'ютер (об'єкт) є носієм певних технічних характеристик [5].

Н. Асмус зазначає, що віртуальний дискурс – це «сукупність різноманітних (за тематикою, стилем, композицією набору мовних характеристик) текстів, що поєднують фрагменти різних дискурсів: банківського, політичного, наукового, юридичного, рекламного і побутового, – і дозволяють здійснювати комбінування різної інформації (візуальної, аудіальної, інтерактивної)» [1].

Л. Компанцева визначає інтернет-дискурс як «комунікативну подію Мережі, комунікативну ситуацію, зафіксовану в гіпертексті; системний процес кореляції символно-мовного спілкування віртуальних комунікантів, спосіб представлення віртуальних мовних особистостей в єдності психологічних, соціальних, національних, етичних та інших характеристик. Сама історія формування терміна віртуальний дискурс свідчить про становлення лінгвістичної парадигми Інтернет-комунікації, формування термінологічної системи, де ключовим є поняття віртуальності» [4].

Комунікативна стратегія розглядається більшістю дослідників як комплекс мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети. Отже, комунікативна стратегія – це попередньо підготовлена мовленнєва дія, що направлена на досягнення бажаного мовцем результату.

Є. Ключев пояснює комунікативну стратегію як компонент комунікативної поведінки або комунікативної взаємодії, в якій набір різних вербальних і невербальних засобів використовується для досягнення певної комунікативної мети, стратегічного результату, на який спрямований комунікативний акт [7].

Комунікативно-дискурсивний підхід у дослідженні мовних явищ зумовлює спрямування лінгвістичних тенденцій у бік мовленнєвої діяльності людини, тому головною є комунікативна взаємодія між мовцем та адресатом –

суб'єктами спілкування. Вивчення мовних одиниць здійснюється крізь призму не системно-структурних відношень, а функціонування, що визначає лінгвопрагматичний вектор мовознавчих студій [2].

Більшість лінгвістів доходять згоди у тому, що комунікативна стратегія складається з тактик, а вибір стратегії визначається комунікативною метою. Комунікативна тактика, на відміну від стратегії, визначається як сукупність практичних особливостей у реальному процесі мовної взаємодії. Успішна комунікація не може обійтися без звернення до спеціальних комунікативних тактик, під якими розуміється планування досягнення мети з плануванням ресурсів крок за кроком для кожного кроку стратегії.

Взагалі, на вибір учасниками комунікації тих чи інших стратегій впливають характерні риси аналізованого комунікативного середовища:

1) перехід комунікації від типу «один-одному» до «багато-багатьом»: Інтернет журнали розширюють рамки комунікації, створюючи необмежений доступ корпорацій, організацій та інших об'єднань до своїх клієнтів, партнерів та конкурентів;

2) відхід від егоцентричного сприйняття дійсності: на перший погляд здається, що соціальні мережі та журнали – це явище, у якому головною метою повідомлень є вихваляння, демонстрація фізичної або інтелектуальної зверхності над іншими користувачами тощо. Насправді, користувачі Інтернет журналів створюють повідомлення із метою отримання поради, висловлення подяки автору ініціації подальшої комунікації, залучаючи комунікантів до діалогу, імпліцитного діалогу (вираження схвалення, захоплення або згоди зі змістом повідомлення за допомогою функцій *Like, Favourite, Share, Repost*);

3) рівність кожного із комунікантів: користувачі мають право створювати повідомлення, коментувати записи інших авторів та долучатися до дискусії, незалежно від раси, соціального стану, статі, віку тощо;

4) дружні, теплі та щирі стосунки між учасниками комунікації: як правило учасники комунікації в Інтернет журналах спілкуються або із незнайомими їм у реальному житті користувачами (найчастіше), з якими вони поділяють спільні інтереси, або із знайомими. Користувачі простору Інтернет журналів пояснюють, що інколи їм легше спілкуватися зі співрозмовниками в Інтернеті, ніж у реальному житті;

5) можливість створювати власний образ: користувачі Інтернет журналів можуть не тільки публічно розповідати про свої смаки, ставлення та переконання, вони також можуть надавати неправдиву інформацію, приховуватись за масками, грати нові ролі або навіть залишатись анонімами [3].

У цій розвідці ми розглядаємо Інтернет коментарі як складник Інтернет дискурсу. Дискурс є одним з основних понять в межах когнітивно-комунікативної парадигми, актуалізація якої спричинила його вивчення й застосування відповідних методів аналізу. Саме дискурсивна діяльність людини, розглянута з погляду використаних когнітивних механізмів, становить, підґрунтя сучасного лінгвопрагматичного методу дослідження, про що неодноразово повідомлялося [6]. На нашу думку, Інтернет дискурс є

наймобільнішим з усіх типів дискурсу, його обсяг і кількість комунікантів швидко збільшуються.

Активний розвиток віртуального комунікативного простору зумовив розширення сфер, типів і жанрів взаємодії учасників інтернет-дискурсу. Тенденції до віртуалізації журналів, самопрезентації, комунікативної і розважальної діяльності людини спричинили появу онлайн журналів як однієї із найпопулярніших форм взаємодії. Інтернет журнали виконують інформаційну, комунікативну, розважальну функції.

За Ю.С. Болотовою, у дискурсі Інтернет коментарів можемо виділити певні групи комунікативних стратегій, які також спостерігаємо на матеріалі коментарів у журналі *MARTHA STEWARD*:

1. Комунікативний конфлікт (когнітивний дисонанс), що має місце при асиметричності, дисбалансі стратегічних програм комунікантів, як-от: *I'm confused. Recipe calls for 8 slices of bread and 8 slices of ham. Each slice is stuffed with one slice of ham. At the end of the recipe it says "top with remaining ham." What ham???* *On last count 8 slices is 8 slices. Please explain* [7]. Ця стратегія виявилася найменш популярною серед дописувачів коментарів журналу, менше двох відсотків коментарів.

2. Комунікативна кооперація (співробітництво), що базується на узгодженості дій, «комунікативному пристосуванні» стратегічних програм співрозмовників, наприклад, *Oh... Amazing recipe. You can see more french toast recipes on <http://www.bestfrenchtoastrecipe.info>* [7]; *Amazing!!! Everyone LOVED IT at my annual holiday brunch. I did not make sandwiches, I just used the Challah to make fairly thick slices, then cut them in half to make triangles. Used the filling/topping all over the top* [7]. Аналіз прикладів довів, що ця стратегія домінує і складає понад 93 відсотки Інтернет коментарів.

3. Комунікативне суперництво, що виявляється в намаганні продемонструвати власну перевагу і може перерости в комунікативний конфлікт, наприклад, *Oh and I didn't use any oil at all. It doesn't need it* [7]. Загалом, проаналізовані приклади налічують не більше чотирьох відсотків коментарів, у яких простежується стратегія комунікативного суперництва, і всі вони залишилися без відповіді, тобто конфлікт не розвинувся.

Отже, дослідження виявило, що у коментарях на сайті веб-журналу *MARTHA STEWARD* домінують комунікативні стратегії кооперації, тобто співробітництва. Дослідивши цей факт, можемо дійти висновку, що користувачі веб-журналу *MARTHA STEWARD* мають на меті спілкування на базі узгоджених дій, якісну комунікацію у гарному настрої та вираження подяки та схвалення автору. Також їх загалом не цікавить суперництво, демонстрація власної переваги та конфлікти.

Література

1. Асмус Н.Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства: дисс.канд. филол. н. Челябинск, 2005. 176 с.

2. Вітгенштайн Л. Tractatus Logico-Philosophicus; Філософські дослідження. Пер. Є. Поповича. Київ: Основи, 1995. 229 с.
3. Ключев Е.В. Речевая коммуникация. Москва: Рипол Классик, 2002. 316 с.
4. Компанцева Л.Ф. Интернет-коммуникация: когнитивно-прагматический и лингвокультурологический аспекты. Луганск: Знание, 2007. 444 с.
5. Лутовинова О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса. Волгоград: Перемена, 2009. 477 с.
6. Шевченко І.С. Дискурс і когнітивно-комунікативна парадигма лінгвістики. *Мова. Людина. Світ. До 70-річчя проф. Кочергана*: зб. наук. статей. Київ: Вид. центр КНДУ, 2006. С. 148–15.
7. MARTHA STEWARD [E-resource]. URL: <https://www.marthastewart.com/> (accessed 9 June, 2022).

THE NOTIONAL COMPONENT OF THE LINGUOCULTURAL EMOTIONAL CONCEPT OF EXCITEMENT AND ITS VERBALIZATION IN 21ST-CENTURY ENGLISH-LANGUAGE POP SONG LYRICS

Kateryna OCHKUR

Research Adviser – Associate Professor T. V. Podufalova, PhD in Philology

У статті розглядається репрезентація лінгвокультурного емоційного концепту EXCITEMENT у текстах англомовних популярних пісень XXI століття. Визначається структура понятійного компонента цього концепту на підґрунті аналізу словникових дефініцій імені – іменника excitement, його однокореневих слів та їх синонімів і безпосередньо в текстах пісень. Концепт EXCITEMENT розглядається як складник інших доменів, що виконують роль стимулу (приємного) збудження.

Ключові слова: лінгвокультурний емоційний концепт EXCITEMENT, понятійний компонент, домен, лексико-семантичний варіант.

The article studies the emotional concept EXCITEMENT in the XXI century English-language song lyrics. It identifies the structure of the notional component of this concept based on the analysis of the dictionary definitions of the name of the concept – the noun excitement, its related words and their synonyms, as well as on the study of the song lyrics. The concept EXCITEMENT is viewed as part of other domains, which act as a stimulus for excitement.

Key words: linguocultural emotional concept EXCITEMENT, notional component, domain, lexical-semantic variant.

The concept can be viewed as a mental formation which possesses a specific cultural value and represents elements of the world for people in the course of reflection and communication. The topicality of the research is justified by the integrative cognitive linguistic and cultural approach to the investigation of the structure and linguistic realization of the emotional concept EXCITEMENT in English-language linguoculture, particularly in the XXI century English-language pop song lyrics.