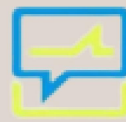


DAAD



ГО ЕОНУ
NGO EESU/AEDE



Онлайн-конференція Online-Konferenz



Навчання і викладання у цифровому форматі в контексті наукової доброчесності у багатомовному світі

DIGITALES LERNEN UND LEHREN IM KONTEXT DER
WISSENSCHAFTLICHEN REDLICHKEIT IN DER
MEHRSPRACHIGKEIT

Kuiß, 02. - 03.12.2022

DAAD



ГО ЄОНУ
NGO EESU/AEDE



**НАВЧАННЯ І ВИКЛАДАННЯ У ЦИФРОВОМУ
ФОРМАТІ В КОНТЕКСТІ НАУКОВОЇ
ДОБРОЧЕСНОСТІ У БАГАТОМОВНОМУ СВІТІ**

**DIGITALES LERNEN UND LEHREN IM KONTEXT
DER WISSENSCHAFTLICHEN REDLICHKEIT IN DER
MEHRSPRACHIGKEIT**

МАТЕРІАЛИ

Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції

02-03 грудня 2022 року

**Київ
Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова
2022**

Н 15

НАВЧАННЯ І ВИКЛАДАННЯ У ЦИФРОВОМУ ФОРМАТІ В КОНТЕКСТІ НАУКОВОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ У БАГАТОМОВНОМУ СВІТІ. Digitales Lernen und Lehren im Kontext der wissenschaftlichen Redlichkeit in der Mehrsprachigkeit : матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції 2-3 грудня 2022 року / укл. С. М. Іваненко, К. Компе, О. О. Холоденко, О. О. Яременко-Гасюк. – Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2022. – 172 с.

До збірки увійшли матеріали доповідей, в яких розглядаються питання, пов'язані з науковими дослідженнями та їхнім висвітленням у друкованих працях науковців як в Україні, так і в Німеччині, демонструючи симбіоз декількох різних підходів: анотації доповідей і тези. Організація наукової онлайн-конференції відбувалася під патронатом ДААД і Гете-Інституту (Київ) у рамках міжнародного проекту. Матеріали доповідей учасників конференції подаються у авторській редакції.

Матеріали можуть бути використані науковцями, практиками, здобувачами вищої освіти в галузі педагогіки, методики викладання іноземних мов, філології та дотичних до них наук.

УДК 37:004(082)

© Іваненко С. М., Компе К., Холоденко О. В., Яременко-Гасюк О. О., 2022

© Автори тез 2022

© Вид-во Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова, 2022

*Залужна О. О., Головенько В. В.
Донецький національний університет імені Василя Стуса*

ГЕНДЕРНА ПАРАДИГМА ВЖИВАННЯ ОКАЗІОНАЛІЗМІВ В ОГЛЯДАХ УКРАЇНСЬКИХ СТРАВ ТА ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ (на матеріалі YouTube відео англійськомовних блогерів)

1. Вступні зауваження. Процес усної комунікації в умовах розмовного дискурсу, одним із різновидів якого є Інтернет-дискурс, часто спонукає мовців до пошуку нових лексичних одиниць для вербалізації результатів ситуативно обумовленого осмислення дійсності, що відбувається у формі вживання okazionalizmів новоутворень.

Одним із найпродуктивніших способів дослідження особливостей уживання okazionalizmів в умовах Інтернет-комунікації є аналіз мовлення на основі відеоматеріалів, представлених на платформі YouTube, що надає можливість вивчити специфіку природного, відносно непідготовленого мовлення, зокрема в гендерній парадигмі (Zaluzhna, 2020: 18–19). Серед жанрово-тематичних різновидів відеоблогу виокремлюють відеоогляд, у межах якого аналізуються предмети з метою формування у глядача певного враження про якісні характеристики об'єктів огляду. В умовах оглядів страв та продуктів харчування, на матеріалі яких проводиться це дослідження, трапляються випадки, коли неможливо підібрати доцільну лексему із словникового складу англійської мови або з метою емоційного впливу на глядача, відеоблогери формують власні лексичні одиниці, результатом чого і є утворення okazionalizmів.

Таким чином, **об'єктом** дослідження є okazionalizmi в англійській мові, які вербалізують перцептивну інформацію, отриману відеоблогерами чоловічої та жіночої статі під час оглядів українських страв та продуктів харчування.

Предметом виступає специфіка генези та функціонування okazionalizmів на позначення сенсорних відчуттів, виокремлених із мовлення англійськомовних відеоблогерів та відеоблогерок.

Мета роботи полягає у визначенні особливостей творення та мотивації сенсорних okazionalizmів у межах жіночого та чоловічого мовлення в Інтернет-дискурсі.

Матеріалом дослідження слугують 67 okazіональних слововживань на позначення сенсорних відчуттів, одібраних методом суцільної вибірки із відео англійськомовних блогерів США та Великобританії загальною тривалістю 11 год. 31 хв. 01 с.

2. Теоретичні засади дослідження. Специфіка вибору комунікативних стратегій насамперед залежить від низки екстралінгвальних чинників, серед яких з-поміж інших значний вплив має комунікативна мета та гендерна належність мовця.

Не зважаючи на те, що характерно маскулінні чи фемінні особливості мовленнєвої поведінки не є обов'язково властивими будь-якому комунікативному акту, поняття гендеру, яке за О. Космедою розуміємо як когнітивний, культурний, соціальний та лінгвальний феномен, який «визначає ставлення суспільства до чоловіків і жінок, поведінку індивідів у зв'язку з приналежністю до відповідної статі, стереотипні уявлення про чоловічі та жіночі мовні й комунікативні спроможності» (Космеда, 2014: 15), досі актуальне в лінгвокогнітивних дослідженнях мовної свідомості.

Вплив прагматичних факторів на вибір комунікативних стратегій прослідковується й у вживанні okazіоналізмів, під якими розуміють слова, які утворюються за наявними в мові моделями, але не є складовими її словникового складу й уживаються виключно в умовах певного контексту з метою точнішого розкриття значення (Єрмоленко, 2001).

У теорії okazіональності існує п'ять основних типів okazіоналізмів: фонетичні, лексичні, семантичні, граматичні й okazіональні словосполучення, однак специфіка емпіричного матеріалу цього дослідження дозволяє розглядати okazіональні новоутворення лексичного та семантичного типів. Окрім цього, okazіональні слова класифікують за ступенем okazіональності на okazіоналізми першого, другого та третього ступенів, різниця між якими полягає в співвідношенні з дериваційними мовними нормами та рівнем складності семантичної інтерпретації (Залужна, 2019: 132).

3.2.3 Сенсорні okazіоналізми в маскулінному та фемінному мовленні. Okazіональні лексеми в оглядах українських страв та продуктів харчування слугують для передачі певних сенсорних відчуттів у межах усіх модусів перцепції, а саме: 19 слововж. в жіночому та 12 слововж. в чоловічому мовленні (густативний модус), 6 слововж./15 слововж. (візуальний модус), 3 слововж./4 слововж. (одоративний модус), 3 слововж./1 слововж. (кінестетичний модус) та 3 слововж./1 слововж. (аудіальний модус).

Серед okazіоналізмів, які можна виокремити з корпусу цього дослідження, всі одиниці належать до okazіональних новоутворень першого ступеня,

семантична інтерпретація яких є очевидною та не створює проблем у процесі розкодування інформації об'єктами комунікації. Наприклад, okazіоналізми *ketchupy (taste)* 'той, що має смак кетчупу', *dilly (smell)* 'той, що має запах кропу' мають досить прозору семантичну структуру, оскільки утворені від узусних основ *ketchup* 'кетчуп' та *dill* 'кріп', шляхом додавання суфікса –у, який відповідає дериваційним нормам англійської мови.

До групи лексичних okazіональних слів належить 3 слововж. в чоловічому та 6 слововж. в жіночому мовленні, серед яких усі okazіоналізми утворені способом суфіксації, зокрема, додавання суфіксів –у (напр., *crackery (texture)* 'той, що має текстуру сухого печива') та –like (напр., *chocolatey-like (taste)* 'той, що має смак шоколаду') до іменникових твірних основ.

До групи семантичних okazіоналізмів входять 29 слововж. використаних відеоблогерами й 26 слововж. – відеоблогерками, кожне з яких несе унікальне смислове навантаження, необхідне для актуалізації результатів перцептивного процесу в мовленні, зокрема на основі явища синестезії (напр., *old (taste)*, *dry (smell)*, *crispy (look)*, *comforting (texture)*).

Окрім цього, емпіричний матеріал наукової розвідки нараховує невелику кількість новоутворень комбінованого типу, зокрема 1 слововж. в чоловічому та 2 слововж. в жіночому мовленні, використаних лише в межах густативного модусу перцепції, що поєднують у собі ознаки обох груп. Наприклад, okazіоналізм *foresty(taste)* 'той, що має лісовий смак' утворений шляхом вживання відеоблогеркою поняття *forest* 'ліс' з метою передачі смаку грибних чіпсів, що ймовірно викликають у її уяві відповідні асоціації, пов'язані зі смаком лісових грибів та прілим запахом листя, та приєднання суфікса –у для творення прикметника зі значенням подібності до чогось.

4. Висновки. Активне вживання okazіоналізмів у відеоблозі зумовлене специфікою відповідного комунікативного простору. За результатами аналізу емпіричного матеріалу дослідження в межах усіх модусів перцепції вдалося виокремити три групи okazіоналізмів: okazіоналізми лексичного, семантичного та комбінованого типів першого ступеня, кількісне співвідношення яких свідчить про відносно подібну продуктивність вживання okazіоналізмів різних типів у репліках представників обох гендерів.

Використана література:

1. Залужна, О. О., Головенько, В. В. (2019). Особливості генези та функціонування синестетичної метафори в оглядах українських страв та продуктів харчування (на матеріалі YouTube відео англійськомовних блогерів). *Типологія мовних значень у діахронічному та зіставному аспектах*. Вип. 38. 62–73.

2. Космеда, Т. А., Карпенко, Н. А., Осіпова, Т. Ф., Саліонович, Л. М., Халіман, О. В. (2014). Гендерна лінгвістика в Україні: історія, теоретичні засади, дискурсивна практика. Х. : ХНПУ ім. Г. С. Сковороди; Дрогобич : Коло, 472.
3. Єрмоленко С. Я. (2001). Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів. К. : Либідь, 224.
4. Zaluzhna, O. (2020). YouTube Videos as a Source of Empiric Material for the Linguistic Research. *Матеріали Всеукраїнської наукової конференції «Актуальні питання вивчення германських, романських і слов'янських мов і літератур та методики викладання іноземних мов» (17 січня 2020 р.)*. Вінниця : ДонНУ імені Василя Стуса. С. 16–19.

DOI: <https://doi.org/10.31392/NPU-MKfpgoe-2022.07>

УДК 37.091.33:81'243:004.77

*Запольська Ю. А.
Національний педагогічний університет
імені М. П. Драгоманова*

ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ВИКЛАДАННІ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Актуальність дослідження. Сучасна система вищої освіти України, спрямована на інтеграцію в європейський освітній простір, у зв'язку з цим потребує впровадження інноваційних технологій у професійну підготовку майбутніх фахівців, які набули стрімкого розвитку і вплинули на зміни в навчальній діяльності, де вже нові засоби навчання виступають успішним інструментом удосконалення якості освіти у процесі викладання англійської мови як іноземної.

Останнім часом, цифрові технології вплинули на всі сфери людської життєдіяльності. Епоха цифрових технологій розглядається як тотальне їх панування і набула загального розповсюдження, і насамперед, в освітню сферу. У зв'язку з цим, основним завданням, яке необхідно вирішити – це перейти на новий рівень професійної підготовки майбутніх фахівців на основі цілеспрямованого застосування цифрових технологій з метою активно здійснювати роботу в інформаційному для реалізації успішного навчання та подальшого розвитку майбутнього фахівця (Battro, 2004: 290).

Проаналізувавши Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року (2013), можемо констатувати, що до головних завдань, що стосуються розвитку освітньої галузі, визначено впровадження інноваційних технологій з метою оптимізації навчальної та виховної діяльності, доступності