

%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F (дата звернення 04.10.2022).

2. Романюк С. Дистанційне навчання англійської мови у процесі професійної підготовки майбутніх юристів: стан та перспективи. *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля*. Серія «Педагогіка і психологія». 2015. №1(9). С. 171–176.
3. Триус Ю. В., Герасименко І. В., Франчук В. М. Система електронного навчання ВНЗ на базі MOODLE : методичний посібник / за ред. Ю. В. Триуса. Черкаси, 2012. 220 с.
4. MyEnglishLab. URL: <https://www.pearson.com/english/digital-tools/myenglishlab.html> (дата звернення 05.10.2022).

DOI: <https://doi.org/10.31392/NPU-MKfpgoe-2022.04>

УДК 81'42:070

*Дзикович О. В., Бут А. С.
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

КОМПОЗИЦІЙНА СПЕЦИФІКА ТИЗЕРІВ ТОК-ШОУ

Актуальність телемедіа-продуктів не викликає у сучасних умовах ніякого сумніву. Чільне місце посідають політичні та соціальні телепередачі. Одним з найпоширеніших форматів на німецькому телебаченні, що мають високі рейтинги, є ток-шоу. Кількість, частота виходу та розмаїття такого формату створюють умови конкуренції. З метою привернення аудиторії та залучення до перегляду, перед виходом таких передач в мережі з'являються їх анонси, іншими словами тизери. Саме тизер як сучасний тип короткоформатних текстів все частіше стає об'єктом останніх лінгвістичних досліджень. Предметом робіт є його структура, лексико-семантичні, функціонально-стилістичні та прагмалінгвістичні особливості. У нашому науковому пошуку ми приділяємо увагу композиційній специфіці.

У ході дослідження було виділено три основні структурно-композиційні елементи, присутні в проаналізованих текстах тизерів у тій чи іншій мірі: *номінацію, презентацію, питальну композицію*.

Найелементарніший структурно-композиційний елемент тизеру може обмежитися номінацією. У даному випадку під номінацією розуміється «називання» явища, процесу. Зовні ця частина тизеру може порівнюватися до одного з семантичних індикаторів мовленнєвої стратегії – позначенню теми комунікації. **Номінацією**, як правило, слугують заголовки і підзаголовки

повного тексту тизеру ток-шоу, вони несуть найбільше смислове навантаження всього тексту і виконують рекламну, оціночну та впливову функції. Відмінною рисою таких заголовків є частотна наявність у їх складі риторичного запитання, що слугує стилістичним прийомом і визначає прагматичну спрямованість всього тексту. Інформативність цього структурного елемента обмежена і активується лише в уяві реципієнта на фоновому рівні. Наведемо приклади з ток-шоу (*Menschen bei Maischberger*, *Günther Jauch*, *Presseclub*, *Anne Will*, *Beckmann*) державних німецьких телеканалів:

Schockdiagnose Alzheimer: Unheimlich und unheilbar? [Menschen bei Maischberger: 07.04.21];

Die Geldverstecke der Reichen – Steuerflucht auf unsere Kosten? [Günther Jauch: 21.05.14];

Deutsch – ukrainische Freundschaft? [Anne Will: 06.07.22];

Nach dem Papst-Rücktritt: Wohin steuert die katholische Kirche? [Beckmann: 14.07.2022];

Hohes Alter, niedrige Zustimmung – braucht Deutschland noch die SPD? [Beckmann: 02.05.22].

Ланцюги номінативних речень, домінування еліптичних конструкцій і риторичні питальні єдності надають комунікативному простору тезовий характер (Geissner, 1995), покликаний максимально залучити телеглядача, викликавши у нього інтерес до змісту ток-шоу. Таким чином, цей елемент (номінація) сприймається як непряме запрошення або нагадування про подію, що не обмежується чинником майбутнього, але ще не сталась на цей час.

Наступний композиційний елемент, заявлений нами як **презентація**, покликаний «приспустити завісу» тієї інтриги, що міститься в номінації. У даній частині тексту тизеру зустрічаються кульмінаційні факти за темою, аргументативні фрази, статистика, уточнюючі дані, цитати, протиставлення тощо з метою розширити фонові знання телеглядача, але при цьому залишити явний ефект недомовок для подальших роздумів в очікуванні виходу передачі в ефір. Тому, щоб розставити всі акценти, адресат вже змушений звернутися до об'єкта анонсування і втамувати свій інформаційно-розважальний голод. Представлений нижче приклад є частиною тексту тизеру ток-шоу *Günther Jauch* і демонструє, як розгортається тема від номінації в презентацію, насичуючи динамікою центральне ядро передачі:

Kein Platz für Kinder – was wird aus dem Kita-Versprechen?(номінація) (Günther Jauch: 24.02.14).

Zahlreiche Eltern werden trotz Rechtsanspruch keinen Platz bekommen.

Es bedarf wohl einer beispiellosen Anstrengung, um noch zu schaffen, was die Politik im Jahr 2017 versprochen hat: Ab August 2020 hat jedes Kind in Deutschland ab dem ersten Geburtstag Anspruch auf einen Kita-Platz. 750.000 Plätze, so hieß es damals, müssten bis Sommer 2020 für Kleinkinder zur Verfügung stehen [...].

Aber zuletzt im November 2020 meldete das Statistische Bundesamt, dass noch etwa 220.000 Kita-Plätze fehlen würden. Und insbesondere aus Städten und Ballungsgebieten ist zu hören: Der tatsächliche Bedarf an Plätzen liegt weit über den Annahmen der Bundesregierung [...] (Günther Jauch: 24.02.14).

Презентація надає досить широкий обсяг інформації для введення адресата у курс справи, представляючи читачу (потенційному телеглядачу) цілу низку фактів, числових даних, дат, і протиставляючи позитивну тенденцію розвитку подій негативній. Такий шлях від одного твердження до іншого і визначає динаміку тексту тизеру.

Цікавим з точки зору прагматики є наступний елемент текстів тизерів ток-шоу – **питальна композиція**, що представляє собою ряд дискусійних запитань, спрямованих всім і кожному. Наявність таких інтерогативів розставляє акценти передачі, породжує конфліктні судження, різнобічні погляди і прогнозує певним чином вектори обговорення під час програми. Наприклад:

Werden unsere Kinder ausreichend gefördert – oder überfordert durch immer straffere Lehrpläne? Bleiben außerschulische Interessen auf der Strecke? Und wie steht es um die Chancengleichheit in unserem Bildungswesen? Wo liegt die Grenze zwischen Wunderkindern und Null-Bock-Generation? Darüber diskutieren bei "Beckmann" ... (Beckmann: 07.03.22).

Was können wir tun, um der Ukraine zu helfen? Gibt es eine Chance auf Frieden? Und wäre es vielleicht sogar besser, wenn Putin an der Macht bleibt? Darüber diskutiert Sonia Mikich am Sonntag im ARD-Pressclub mit ... (Pressclub: 02.06.22).

Wie beeinflussen Diagnose und Krankheit das Leben? Denken Sie über das Sterben nach? Woraus schöpfen Sie Hoffnung? Welche Rolle spielt der Glaube? Ist das Thema "Tod" in unserer Gesellschaft tabu? Diese Fragen diskutiert Günther Jauch am Sonntagabend mit seinen Gästen (Günther Jauch: 18.11.2014).

Саме цей елемент виконує в тексті регулятивну та прагматичну функції, корегуючи уявлення адресанта за заданою комунікативною темою. Практично всі інтерогативи у текстах тизерів є емоційно забарвленими, що виділяє їх у текстовій цілісності і привертає увагу реципієнта. Підкреслимо, що домінанта риторичних запитань створює атмосферу камерного спілкування, посилюючи персональну адресність. Емоційна насиченість риторичних запитань і зовнішня дискретність комунікативного простору сприяють створенню діалогічної

напруги. Таким чином, гра в живу мову стає каталізатором «ефекту присутності» адресата, що підвищує прагматичність текстів тизерів.

Використана література:

1. Geissner H. Pragmalinguistik oder Rhetorik. Ratingen u.a., 1995. 261 S.

DOI: <https://doi.org/10.31392/NPU-MKfpgoe-2022.05>

УДК 37.018.42:811.111

*Єрмоленко В.
Ніжинський державний університет
імені Миколи Гоголя*

ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ РОЛЬОВИХ ІГОР НА УРОКАХ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ В УМОВАХ ОНЛАЙН-НАВЧАННЯ

Проблемі навчання продуктивних умінь та організації навчання іншомовної мовленнєвої діяльності на уроці іноземної мови (ІМ) було присвячено багато праць дослідників та науковців. Більшість із них стверджують, що говоріння є дуже важливим, але все ж складним умінням, яке опановують учні у процесі вивчення англійської мови як іноземної (Burns, A., ChuenMengGoh, Ch., 2012). Як відомо, складниками усного мовлення є монологічне та діалогічне мовлення. Ці два види є однаково важливими для розвитку вмінь говоріння, оскільки вони надзвичайно впливають на формування іншомовної комунікативної компетентності учнів в цілому. Тема цього дослідження пов'язана з діалогічним мовленням, яке ще називають усною інтеракцією. Прикладами усної інтеракції є домовленість (наприклад, покупка одягу в магазині), співбесіда (для роботи, навчання), практична цілеспрямована співпраця, повсякденна розмова, дискусія, дебати тощо (Thornberry, S., 2005). Як показують численні дослідження, учні часто зіштовхуються з різноманітними труднощами, які виникають під час виконання мовленнєвих вправ. Щоб подолати такі труднощі та опанувати стратегії, необхідні для мовленнєвої взаємодії (Ur, P., 2008), навчання говоріння можна здійснювати за допомогою різних комунікативних завдань, які можуть розвивати мовленнєві вміння учнів. Учителі часто обирають завдання, які відповідають рівню розвитку мовленнєвої компетентності учнів: невеликі бесіди, театральні постановки, симуляції, інтерв'ю тощо. Крім того, рольові