

РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет іноземної філології
Кафедра практики англійської мови

ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра іноземних мов

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОСТРОЗЬКА АКАДЕМІЯ»
Кафедра індоєвропейських мов

Сучасні проблеми германського та романського мовознавства

Матеріали другої міжнародної науково-практичної конференції
Рівне, 24 лютого 2017 року

*Присвячується 25-річчю факультету іноземної філології
Рівненського державного гуманітарного університету*



Рівне
2017

ББК 81.0

С 91

УДК 81

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Головний редактор:

Михальчук Наталія Олександрівна – доктор психологічних наук, професор, завідувач кафедри практики англійської мови (Рівненський державний гуманітарний університет).

Заступник головного редактора:

Бігунова Світозара Анатоліївна – кандидат психологічних наук, доцент (Рівненський державний гуманітарний університет);

ЧЛЕНИ РЕДАКЦІЙНОЇ КОЛЕГІЇ:

Постоловський Руслан Михайлович – кандидат історичних наук, професор, ректор Рівненського державного гуманітарного університету

Ніколайчук Галина Іванівна – кандидат педагогічних наук, професор, декан факультету іноземної філології (Рівненський державний гуманітарний університет);

Ковальчук Інна В'ячеславівна – кандидат психологічних наук, доцент, завідувач кафедри індоевропейських мов (Національний університет «Острозька академія»);

Губіна Алла Михайлівна – кандидат психологічних наук, доцент кафедри іноземних мов (Луцький національний технічний університет);

Воробйова Людмила Михайлівна – кандидат філологічних наук, професор (Рівненський державний гуманітарний університет);

Калініченко Михайло Михайлович – кандидат філологічних наук, доцент (Рівненський державний гуманітарний університет), старший судовий експерт ЛНДІСЕ

Сучасні проблеми германського та романського мовознавства: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 24 лютого 2017 року, Рівне. – 341, [2]с.

Затверджено вченою радою Рівненського державного гуманітарного університету (протокол № 3 від 23.02.2017 р.).

До збірника увійшли матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні проблеми германського та романського мовознавства», присвячені актуальним напрямкам досліджень у галузі філології та методики викладання мов. Матеріали збірника можуть бути корисними для науковців, дослідників, лінгвістів, аспірантів, пошукувачів, викладачів та студентів вищих мовних навчальних закладів.

За достовірність фактів, дат, назв і т. п. відповідають автори статей. Думки авторів можуть не збігатися з позицією редколегії.

УДК 811.111'276.2

А.В. Фрідріх
Рівне**ЛІНГВОКОГНІТИВНІ АСПЕКТИ АМЕРИКАНСЬКОГО
ПОЛІТИЧНОГО СЛЕНГУ**

Стаття присвячена лінгвокогнітивним аспектам сленгу, його статусу у парадигмі ненормативної лексики англійської мови. Розглядаються доробки вітчизняних та зарубіжних дослідників сленгу, вивчаються різні підходи до визначення сленгу. Робиться спроба намітити перспективи вивчення його соціально-лінгвістичних параметрів.

Ключові слова: сленг, колоквіалізм, соціолінгвістичний.

Проблематика соціально-культурних чинників мовного спілкування, зокрема, сленгу є предметом постійного наукового пошуку сучасної лінгвістики. Різні аспекти сленгу вивчалися у працях Еріка Патріджа [13; 14], Генрі Менкена [11], О.Д. Швейцера [4]. Соціолінгвістичні параметри американського сленгу, зокрема, досліджувалися у працях Вільяма Лабова [9], Джонатана Лайтера [10], Коні Ібл [5], Ю.А. Зацного [7], І.А. Гонти [1], О.Л. Клименко [8]. Усе це зумовлює обрання **об'єктом** нашого дослідження лінгвістичні та лексичні особливості сленгу в США, а предметом дослідження — американський політичний сленг, який найчастіше використовується у газетах США.

Метою дослідження є аналіз та вивчення лінгвістичних та лексичних особливостей газетного політичного сленгу в США.

Актуальність дослідження визначається тим, що лексичний склад англійської мови, як і будь-якої іншої мови, містить велику кількість сленгових утворень, що відповідають певним соціальним і професійним групам людей. Існування різноманітних сленгізмів доводить, що мова залишається динамічною системою, яка постійно живе і розвивається. Сьогодні сленг у суспільному житті став нормою навіть для високоосвічених людей. Його основним завданням є задоволення емоційних та інтелектуальних потреб людини. Він вражає своєю різноманітністю, яка

спрямована освіжити інформацію зі старою змістовою наповненістю, надати тексту нового забарвлення й зацікавити читача.

Вагомим внеском у дослідження американського сленгу є праця Генрі Менкена “American Language” [11]. На його думку, сленг – категорія загального розповсюдження, що перебуває за межами загальноприйнятих мовних норм. Учений, стверджує, що “тривалість життя” одних сленгових одиниць (СО) визначається століттями, іншіж “безславно” гинуть, ледь з’явившись на світ. Суттєвим кроком у вивченні питання ненормативної лексики став доробок британського лексикографа Еріка Патріджа. У працях, присвячених різним аспектам сленгу, Ерік Патрідж спробував визначити місце СО в “системі координат” ненормативної лексики, зіставивши сленг із дотичними лексико-стилістичними категоріями; психо-лінгвістичні фактори, на думку вченого, зумовлюють появу стилістично зниженої лексики. Ерік Патрідж одним із перших підняв питання про таксономію сленгу та його видів. Він простежив культурно-історичні передумови неформального мовлення, його популярності на північноамериканському континенті. Вперше опублікована понад 40 років тому, праця залишається актуальною, охоплює значну кількість СО англomовного світу, простежує їх етимологію. Трактатування вченим сленгової проблематики є і тепер базисним для сучасних теоретичних і прикладних праць зі сленгознавства.

Сленг, як і будь-який інший лінгвістичний вияв соціальних відносин, фактично є лише певною лексикологічною системою, що базується на фонетичній і граматичній основах загальнонаціональної мови. Особливістю сленгового активного словника є розмовне, а інколи й грубо-фамільярне забарвлення. У основі сленгу завжди лежить принцип мовної гри. Зазвичай саме комічно-ігровий ефект є головним в сленгізованому тексті. Часто в сленгових одиницях комізм граничить із фамільярністю та навіть цинізмом, що виражається зазвичай у ставленні до соціально значимих явищ: смерті, відносин чоловіків і жінок, батьків й дітей. Сленг не залишається незміним, відбувається постійна реорганізація, зазвичай катагенез. Зі зміною однієї

модної тенденції іншою, старі слова забуваються, втрачають актуальність, їм на зміну приходять нові та, як правило, у спрощеному вигляді. Цей процес проходить дуже стрімко і пов'язаний в більшості випадків зі зміною поколінь.

Останнім часом тенденційним стає явище впровадження сленгу в ужиток засобів масової інформації.

Засоби масової інформації, які вимушені боротися за споживача, повинні постійно дивувати свого реципієнта, привертати його увагу. Сьогодні аудиторія не лише сприймає готову інформацію, але й зважає на форму її викладу. В таких умовах журналістам необхідно вигадувати нові мовні конструкції, незвичні лексико-семантичні поєднання і так далі, а для цього потрібна розвинена, еволюціонуюча мова, збагачення якої відбувається також за рахунок сленгових номінацій.

Отже, сленг у мові мас медіа є ефективним методом посилення враження від прочитаного або почутого. Сленг може виконувати роль “свого хлопця” в журналістському тексті, що допомагає краще розуміти написане, дає відчуття причетності до суспільства, створює ефект єдності та згуртованості. Недоліки ж вживання сленгізмів полягають в певній фамільярності з читачем, “зниженням” матеріалу, який претендує на роль соціально значимого.

Популяризація сленгового лексику в засобах масової інформації, а особливо на шпальтах газет та журналів, останнім часом стає явищем звичним, повсякденним і певним чином закономірним. Ця закономірність легко простежується через логічно-наслідковий зв'язок, що зрештою має матеріалістичне підґрунтя: використання сленгу – підвищення цікавості до матеріалу, підвищення його “гостроти” – зростання рейтингу медіа-продукту – збільшення обсягу прибутку. Таким чином, можна стверджувати, що сленгізація друкованої продукції – це, до певної міри, свідомий спосіб журналіста привернути увагу до свого тексту й дещо прагматичний підхід керівництва до такого роду методів.

Велика частина сленгізмів, які можна часто зустріти у газетах були винайдені авторами статей та журналістами. Репортери також часто стають авторами сленгізмів. Зокрема, кожен з авторів намагається пропагувати свій сленг.

Метою нашої пошукової роботи було надати визначення відібраним прикладам американського політичного газетного сленгу. Під час дослідження та пошукової роботи були використані такі американські газети та таблоїди, як *USA Today*, *The New York Times*, *The Washington Post*, та *New York Daily News*.

Actorvist: актор, який бере участь у політичному житті. Приклад: *George Clooney is an actorvist for Darfur*.

Anglosphere: широкий політичний термін для усіх англомовних країн, які розвиваються в одному напрямку та мають спільні політичні цілі. Приклад: *America is considered by many to be the dominant country in the Anglosphere*.

Big tent: ідея того, що політична партія може поєднувати у в собі різносторонні ідеї. Приклад: *The Republican Party says they are a big tent party but their actions believe that claim*.

Christmas Tree: законопроект, який містить в собі дуже багато доповнень. Названий так, тому що на ньому дуже багато “прикрас”.

Foggy Bottom: навколишня територія Washington D.C., де розташований Державний Департамент США, синонім до Державного Департаменту США.

Fudge Factory: синонім до Кабінету Міністрів США. Вперше вжитий Франкліном Кемпбелом, працівником Кабінету Міністрів США у його книзі “*The Foreign Affairs Fudge Factory*”.

Hard money/Soft money: те, яким чином може здійснюватись фінансування певного проекту. Якщо фінансування виділяється на певну кампанію кандидата, то це характеризується терміном *hard money*, тому що мета, на яку вони виділяються є конкретною. В тому випадку, коли фінансування виділяється без конкретної мети — це *soft money*.

Hard shell: непохитний, завзятий та безкомпромісний консерватор. Приклад: *Mitchie McConnell is a hard shell.*

Hatchet job: особливо жорстка критика чогось. Приклад: *Right now, we see Mike Huckabee doing a hatchet job on President Obama. In this, he is performing the function of a hatchet man for the Right Wing.*

Immunity bath: бути вільним від будь-якого судового переслідування. Приклад: *The previous administration has apparently been given an immunity bath in regards to their war crimes.*

Joe the Plumber: чоловік, який репрезентує середньостатистичного американця. Названий в честь псевдоніму Джозефа Вурцельбахера, який був використаний у 2008 році у виборчій кампанії Маккейна.

Opposition research: інформація, яка збирається на політичного кандидата, зазвичай негативного або скандального змісту.

Panda hugger: особа, яка спеціалізується на китайсько-американських стосунках, наприклад дипломат, який поміркований у своїх висловлюваннях щодо Китаю.

Paycheck protection: право профспілок робітників, згідно якого вони повинні схвалити будь-які політичні пожертвування, зроблені від імені їхнього союзу.

Photo-Op foreign policy: поверхневі дипломатичні дії та заяви, які на перший погляд здаються послідовними, але по суті є нелогічними, особливо у реакції на певну кризу чи проблемну ситуацію.

Play the card: використовувати або приймати диверсійну тактику. Була особливо інтенсивно застосована під час виборчої кампанії проти Барака Обами та Хіларі Клінтон.

Pocket veto: форма так званого “кишенькового вето”, коли Президент фактично блокує прийняття якогось законопроекту без накладання офіційного вето. Законопроект лишається непідписаним і нерозглянутим, і не повертається до Конгресу для доповнення до закінчення законодавчої сесії. Отож, термін прийняття закону закінчується, і означає, що закон був відхилений внаслідок фактичної бездіяльності.

Policy wonk: людина, яка є професіоналом у політичних інтригах та справах.

Приклад: *Rachel Maddow is a self-confessed policy wonk.*

Politainer: людина, яка є одночасно політиком і публічною особою, яка любить розважати глядачів. Вперше вжито професором Девідом Шульцом у промові до своїх студентів у 2002 році, і описує “людину, в особі якої образ політика і шоумена нероздільні”. Приклад: *Jesse Ventura and Arnold Schwarzenegger are two of the best known politainers.*

Political football: проблема, в якій вину політики складають одне на одного, і шукають винних. Приклад: *The Bush tax cuts are a big political football that the GOP has tried to pass onto President Obama.*

POTUS: акронім до Президент Сполучених Штатів (President of the US).

FLOTUS: акронім до Першої Леді Сполучених Штатів (First Lady of the US).

Press the flesh: бути серед виборців, потискаючи їм руки, позуючи для фотографій, цілує дітей, і т.д.

Pseudo-event: подія, влаштована лише для публікування, преси, фотосесій. Спеціально влаштовується для предстваників ЗМІ.

Pundit: освічена людина-експерт, яка коментує поточні політичні події. Приклад: *Nowadays, there are almost as many political pundits as there are politicians.*

Push poll: форма негативної агітації, прихована під опитуванням. Також це форма телемаркетингу у формі телефонного дзвінка, замаскованого під дослідження чи опитування, ціллю якого є переконати виборців та вплинути на хід виборів.

Quadriad: чотири перших Президентських радники з економічної політики. Приклад: *President Obama's quadriad includes Austin Goolsbee and Gene Sperling.*

Rainmaker: впливова людина або колишній посадовець, хто є професіоналом у збиранні коштів. Цей термін також характеризує впливового лоббіста, тобто будь-кого, хто вміє збирати великі суми грошей на політичні кампанії чи кандидатів.

Rose Garden rubbish: незначні заяви Президента, зазвичай на неформальних зустрічах, таких як церемоній в Рожевому Саду, які активно критикуються пресою.

Sheeple: покірні люди, тобто такі, що можуть легко відмовлятися від своїх прав заради забезпечення їхнього захисту. Це люди, які підтримують ідеологію без будь яких обговорень та питань.

Shift and shaft: феномен зниження та скорочення податків на державному рівні, та переміщення податкового тягаря на місцевий рівень.

Slacktivism: активізм, що не вимагає багато зусиль. Термін широко вживається для характеристики інтернет-активістів та груп.

Slash and burn: надмірні, значні та агресивні урізання бюджету.

Soft power: “м’яка сила”, вплив якої здійснюється не через військову та політичну сферу, а через культурну та сферу ЗМІ.

Stealth campaign: кампанія, яка на перший погляд є неефективною, але яка проводиться непомітними або нетрадиційними способами, через збирання коштів, виголошення промов. Приклад: *Barack Obama’s Internet fund raising was a form of stealth campaign for a while until the media finally figured it out.*

Stemwinder: гарний промовець, тобто людина, яка є гарним майстром слова. Харизматична особистість, до чиїх думок прислухається народ.

Sunset provision: закінчення терміну дії чогось, що є внесене в поправку.

Sunshine law: закон, розроблений для оприлюднення конгресових записів громадськості. Тобто, закон, який проливає світло на діяльність конгресу та прийняття рішень.

Swing voter: виборець, який ще не визначився з вибором кандидата чи політичної партії, і якого можна схилити на ту чи іншу сторону шляхом переконання.

Talk show campaign: політична кампанія по телебаченню чи радіо у програмах ток-шоу та інших формах культурного дозвілля.

Third way: міфічна альтернатива багатосторонніх переговорів, ідеальний вихід вирішення тієї чи іншої проблеми.

Town Hall: неформальна зустріч представників у їх місцевих районах.

Veepstakes: політична боротьба за пост Віце-Президента.

Victim Politics: використання тактики жертви, для того щоб отримати перемогу. Відноситься до виборчого процесу.

Wedge Issue: важливе та проблемне питання, таке як проблема абортів, яке різко поділяє суспільство і спричинює виборців відійти від своїх політичних вподобань.

Willie Hortonize: поливання кандидата брудом та провокування расової дискримінації та упередження.

Із поданих прикладів випливає, що навіть такі серйозні та ділові американські газети як USA Today, The New York Times, The Washington Post, та New York Daily News широко використовують сленгізми у своїх колонках та статтях. У більшості випадків, сленг із спеціалізованого переростає у загальний, тобто сленгове слово із вузького значення набуває загального. Подібним чином сленгізми можуть стати частиною стандартної американської мови. Перспективи дослідження вбачаємо у вивченні соціо-лінгвістичних параметрів американського сленгу, процесів сленгізації та десленгізації в сучасній англійській мові.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гонта І.А. Структурні й семантичні особливості композит-метафор в американському сленгу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 “Германські мови” / І.А. Гонта. – К., 2000. – 20 с.
2. Зацний Ю.А. Розвиток словникового складу сучасної англійської мови / Ю.А. Зацний – Запоріжжя : Вид-во Запоріз. держ. ун-ту, 1998. – 430 с.
3. Клименко О.Л. Поповнення словникового складу англійської мови з нелітературних підсистем: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 “Германські мови” / О.Л. Клименко. – Харків, 2000. – 20 с.

4. Швейцер А.Д. История американского варианта английского языка: дискуссионные проблемы / А.Д. Швейцер // Вопросы языкознания. – 1995. – № 3. – С. 77–91.
5. Eble C. Slang and Sociability: in-group language among college students / C. Eble. – Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press, 1996. – 228 p.
6. Dictionary of Phrasal Verbs; ed. by J. Sinclair. – London: Collins, 1990. – 491 p.
7. Flexner S.B. Preface to the Dictionary of American Slang / S.B. Flexner // New Dictionary of American Slang; Comp. by R. Chapman. – New York : Harper and Row, 1986. – P. XVII–XXVIII.
8. Holms J. An Introduction to Sociolinguistics / J. Holms/ – New York : Longman, 1997. – 412 p.
9. Labov W. The Study of Non-Standard English / W. Labov. – Champaign, Ill.: National Council of Teachers of English, 1970. – 73 p.
10. Lighter J.E. Introduction: What is Slang?/ J.E. Lighter // Random House Historical Dictionary of American Slang. Comp. by J. Lighter; ed. by J. Sheidlower. – New York : Random House, 1994. – Vol.1. – P. xi–xxxvii.
11. Mencken H.L. The American Language / H.L. Mencken. – New York: A.A. Knopf, 1992. – 777 p.
12. New Dictionary of American Slang; Comp. by R. Chapman. – New York: Harper and Row Publishers, 1986. – 485 p.
13. Partridge E. Slang Today and Yesterday / E. Partridge. – New York: The Macmillan, 1934. – 476 p.
14. Partridge E. Usage and Abusage / E. Partridge. – Penguin Books, 1973. – 380 p.
15. <http://www.onlineslangdictionary.com>.

А.В.Фридрих. Лингвокогнитивные аспекты американского политического сленга. Статья посвящена лингвокогнитивным аспектам сленга, его статусу в парадигме ненормативной лексики английского языка. Рассматриваются работы отечественных и зарубежных исследователей

сленга, изучаются разные подходы к определению сленга. Делается попытка наметить перспективы изучения его социально-лингвистических параметров. Представлена авторская концепция американского политического сленга.

Ключевые слова: сленг, коллоквиализм, социолингвистический.

A.Fridrikh. Linquo- cognitive aspects of American political slang. The article deals with linquo-cognitive aspects of slang, its status in the paradigm of the English foul language. The works by domestic and foreign scholars, different approaches to slang definition are being analysed. The author tries to work out the future trends of its social and linguistic characteristics study and to give his own concept of American political slang.

Key words: slang, colloquialism, sociolinguistic.

*Шостак О.О.
Рівне*

РИТОРИКА ЯК ЛІТЕРАТУРОЗНАВЧА МЕТОДОЛОГІЯ

Риторика – гуманітарна наука, започаткована в епоху античності. Упродовж історичного розвитку змінювались її дефініції. З другої половини ХХ ст. риторику тлумачать у двох смислах – вузькому й широкому. Так, за твердженням спеціаліста з лінгвістики тексту С.Гіндіна, у вузькому розумінні риторика – комплексна дисципліна, що вивчає ораторське мистецтво. Але її об'єктом «можуть бути будь-які різновиди мовної комунікації, розглядувані під кутом зору здійснення певного (для кожного жанру свого) задалегідь обраного впливу на одержувача повідомлення». Отже, «риторика – наука про умови і форми ефективної комунікації» [5, 364]. До її об'єктів доцільно віднести й художню літературу. Як відзначає авторитетний мовознавець А.Авелічев, література моделює різноманітні контексти з великою кількістю інтенційних настанов, що дає змогу розширити риторичну теорію шляхом зміщення ракурсу дослідження від опису техніки переконання до виявлення механізмів нюансованих форм впливу [1, 19]. Таким чином, риторика як літературознавча методологія є досить продуктивною, тому що забезпечує можливість різноаспектної

ЗМІСТ

**СЕКЦІЯ 1. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МІЖКУЛЬТУРНОЇ
КОМУНІКАЦІЇ ТА КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ****Замашна С. М., Верьовкіна О. Є.**

Бінарний аналіз поведінки американців і британців

(на матеріалі робіт Б. Брайсона) 7

Лялька О. І., Воробйова І. А.

Вираження концепту «страх» у романі Томаса Гарріса «Hannibal Rising» 11

Самборская И. Н.

Фразеологичность семантики как проявление индивидуального

в значении языкового знака 21

**СЕКЦІЯ 2. ТРАДИЦІЙНІ ТА НОВІТНІ АСПЕКТИ
ЛІНГВІСТИЧНИХ ТА ЛІТЕРАТУРОЗНАВЧИХ ДОСЛІДЖЕНЬ****Бєлова С. А**

Концепція комплексного навчання у практиці Бременських

експериментальних шкіл початку ХХ століття 26

Бігунов Д. О.

До проблеми визначення терміну «комунікативна невдача» 34

Бігунова С. А., Зубілевич М. І.

Семантична характеристика словотворчої бази антропонімів..... 37

Богачик М. С.

Формування та стилістичні особливості комп'ютерного сленгу

в англійській мові 42

Василькевич С. С.

Неологізми у мові політичної комунікації 45

Вовчук Н. И.

Единичные способы окказионального словообразования в русской поэзии

конца ХХ века..... 54

Воробйова Л. М., Наумюк В. М.

Епіграф як інтертекст (на матеріалі новелістики Е.А. По) 59

Dzhava I.

Das Dämonische. Benjamins Aufsatz zu Goethes Wahlverwandtschaften..... 66

Івашкевич Е. Е.	
Психологічний зміст перекладацьких рішень.....	69
Карашевич А. В.	
Фразові дієслова як феномен англійської мови	80
Касаткіна-Кубишкіна О. В.	
Особливості використання лайливої лексики у ЗМІ (на матеріалах англомовних видань).....	85
Кірея А. І.	
Функціонально-стилістичні особливості антропонімів роману Дж.Р.Р. Толкіна «Гобіт, або Туди і Звідти».....	89
Левчук П. Г.	
Порівняльний аналіз удосконаленої пропозиції стандарту УМІ з сертифікаційними екзаменами польської мови як іноземної та елементами стандартів інших мов.....	99
Мандзюк Б. Р.	
Лінгвістичні засоби вираження соціального статусу (на матеріалі фільмів «My Fair Lady» та «Titanic»)	112
Панькова Т. В.	
До питання про квеситивний мовленнєвий акт	117
Приходько В. Б.	
Інтертекстуальність як діалог оригіналу та перекладу	120
Сербіна Т. Г.	
Парцеляція як один із експресивних синтаксичних засобів мови газет.....	122
Сологуб А. М.	
До питання про поняття «стереотип»	128
Стешина А. І.	
Реклама як особливий вид креолізованого тексту.....	132
Фрідріх А. В.	
Лінгвокогнітивні аспекти американського політичного сленгу	138
Шостак О. О.	
Риторика як літературознавча методологія.....	147

СЕКЦІЯ 3. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕТОДИКИ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ

Бойко Н. Г.	
Впровадження особистісно орієнтованого підходу у навчанні іноземної мови.....	154

Боровець О. В. Формування комунікативної компетентності молодшого школяра у процесі вивчення предметів освітньої галузі «Мови і літератури»	164
Гронь Л. В., Саврас Л. З. Формування вмінь англомовного писемного мовлення учнів старшої школи	168
Kindrat N. The problem of evaluation of lexical tasks in teaching vocabulary.....	171
Михальчук Н. О., Набочук О. Ю. Фасилітація розвитку екологічної субкультури учнів у старшому шкільному віці	176
Мороз Л. В. Зв'язок мови і культури як важливий чинник при підготовці занять з іноземної мови	199
Олександрова Г.М. Візуалізація як невід'ємний конститuant принципу наочності у навчанні іноземній мові студентів економічних спеціальностей	205
Трофімчук В. М. Застосування методу навчальних станцій у викладанні англійської мови у ВНЗ	207
Турченко І. С. Використання технології «Team teaching» для забезпечення професійної підготовки майбутніх вчителів	213
Федоришин О. П. Метод <i>case study</i> у методиці навчання іноземних мов.....	216
Kharlay O. By Learning You Will Teach, By Teaching You Will Learn: Engaging Activities For Different Learning Styles	222

СЕКЦІЯ 4. ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПРОЦЕСІ MOVHOЇ ПІДГОТОВКИ CТУДЕНТІВ-ФІЛОЛОГІВ

Антоненко Н. Є. Використання подкастів при викладанні англійської мови.....	223
Вєтрова І. М. Готовність до автономності у навчанні студентів-майбутніх вчителів англійської мови	227

Гронь Л. В. Європейський мовний портфель як компонент сучасного НМК з іноземної мови у вищій школі.....	233
Губаш О. П. Інноваційні методики навчання та управління навчальним процесом	237
Кочубей О. С. Особливості підготовки викладачів перекладу в мовному вузі.....	244
Мелоні Тімоті Данте Origings and Development Of EAP (English for Academic Purposes)	253
Постоленко І. С. Переваги онлайн та гібридних курсів під час вивчення англійської мови ...	268
Smirnowa M.L. Die neuen Medien und die Motivation im Fremdsprachen-unterricht	271
V. Fedoryshyna Higher education in Ontario: present	279

СЕКЦІЯ 5. ЗІСТАВНА ЕТНОЛІНГВІСТИКА ТА ТЕРМІНОЛОГІЯ В АСПЕКТІ МОВНИХ ТА КОНЦЕПТУАЛЬНИХ КАРТИН СВІТУ

Антюхова Н. І., Яцюрик А. О. Структура творчого потенціалу майбутнього вчителя іноземної мови: психологічний аналіз та особливості розв'язання проблеми	290
Івашкевич І. В. Проблема професійної компетентності юриста та шляхи її розв'язання.....	302
Ivashkevych E.Z. Semantic Analysis of Social Intellect of the Person	314
Михальчук Н. О., Чала Ю. М. Психологічні механізми дискурсу поетичних творів Філіпа Морена Френо	322
Перішко І. В., Мамчур І. С. Відмінності лексичних одиниць специфічних для американського чи британського варіантів англійської мови	333
ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ	338