

РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет іноземної філології

Кафедра практики англійської мови

ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра іноземних мов

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ “ОСТРОЗЬКА АКАДЕМІЯ”

Кафедра індосвропейських мов

***“Сучасні проблеми германського та романського  
мовознавства”***

***Матеріали***

***Міжнародної науково-практичної  
конференції***



***Рівне***

***2016***

**ББК 81.0**  
**С 91**  
**УДК 81**

*Сучасні проблеми германського та романського мовознавства: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 15 квітня 2016 року, Рівне. – 510, [2]с.*

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.

#### **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 індоєвропейських мов (Національний університет “Острозька академія”);

**Губіна Алла Михайлівна** – кандидат психологічних наук, доцент, в.о. завідувача 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, старший судовий експерт ЛНДІСЕ (Рівненський державний гуманітарний університет)

Затверджено Вченою радою Рівненського державного гуманітарного університету (протокол № 3 від 31.03.2016 р.).

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

5. Halsey A.H. Change in British Society / A.H. Halsey. – L.: Oxford University Press, 2002. – 214 p.
6. Lauretis T. Technologies of Gender: Essay on Theory, Film and Fiction / Teresa de Lauretis. – Bloomington, 1987. – 168 p.
7. Oakley A. The sociology of housework / Ann Oakley. – Wiley-Blackwell, 1984.– 243 p.
8. Rosen B.C. Women, Work and Achievement: The Endless Revolution / B. C. Rosen. – Basingstoke: Macmillan, 2006.– 184 p.

*Романюк С. К.*

*Рівне*

### **РЕКЛАМНИЙ ДИСКУРС: ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ, СПІВВІДНОШЕННЯ З СУМІЖНИМИ ПОНЯТТЯМИ**

Складний і багатоплановий феномен дискурсу перебуває у центрі уваги сучасних гуманітарних наук, насамперед, філософії, соціальної семіотики, теорії штучного інтелекту, соціології, культурології, етнографії, соціальної психології, літературознавства, теорії комунікації й різних напрямів лінгвістики: психолінгвістики, когнітивної лінгвістики, соціолінгвістики, етнолінгвістики, лінгвокультурології тощо.

Використання цього терміна у сфері мовознавства відповідає новим тенденціям, сучасним парадигмам, методологічним принципам лінгвістичної науки сьогодення, переорієнтацією її на антропоцентричні настанови.

Численні трактування терміна “дискурс” можуть бути об’єднані у три великі групи: а саме, визначення з позицій 1) формальної лінгвістики; 2) функціональної лінгвістики; 3) ситуативно-інтерпретаційної лінгвістики [14, с. 85-87].

**Формальний** підхід, початок якого пов’язують з ім’ям З. Харріса, передбачає розуміння дискурсу як утворення більшого за обсягом, ніж речення, тобто дискурс у цьому розумінні – це надфразова єдність (складне синтаксичне ціле) [1, с. 298]. З погляду структурної організації, дискурс є

ієрархією одиниць різних рівнів: мовленнєвий акт, хід, крок (обмін), транзакція, мовленнєва подія [19, с. 112].

**Функціональний** підхід, який сягає витоків праць Е. Бенвеніста, передбачає розуміння дискурсу як використання мови, тобто мовлення в усіх його виявах. Функціоналісти розмежовують текст і дискурс у такий спосіб: текст є продуктом розгортання дискурсу, матеріальною його реалізацією і характеризується статичністю, структурністю, на відміну від дискурсу, який мислиться як динамічний, актуальний (живий) процес [3, с. 147].

**Ситуативна інтерпретація** дискурсу передбачає урахування соціально, психологічно й культурно значущих умов і обставин спілкування. Дискурс при розгляді з позицій цього підходу виступає як когнітивно-комунікативний феномен, пов'язаний з комунікацією (соціальною взаємодією) і когніцією (свідомістю людини) одночасно [6, с. 185]. Соціальний контекст комунікації характеризує її учасників, процеси продукування і сприйняття мови, а когнітивний співвідносний з фоновим знанням індивідів, що є членами різноманітних соціально-культурних спільнот [2, с. 136-137].

**Дискурс** тлумачимо вслід за І. С. Шевченко та О. І. Морозовою як інтегральний феномен, розумово-комунікативну діяльність, яка є сукупністю процесу і результату і включає як позалінгвальний, так і власне лінгвальний аспекти; під час розгляду дискурсу як результату розумово-комунікативної діяльності в ньому, крім тексту, виділяємо пресупозицію і контекст (соціальний, прагматичний, когнітивний), які зумовлюють вибір мовних засобів [18, с. 17].

Відтак, дискурс є родовим поняттям стосовно тексту: це “зв’язний текст у сукупності з екстралінгвістичними (прагматичними, соціокультурними, психологічними тощо) чинниками, текст, узятий в подієвому аспекті; мовлення, що розглядається як цілеспрямована соціальна дія, як компонент, який бере участь у взаємодії людей і механізмах їхньої свідомості” [2, с. 136-137].

Для встановлення співвідношення між одиницею дискурсу і текстом, *текст* розглядаємо як статичне утворення, що є знятим і зафіксованим фрагментом дискурсу, письмове мотивоване цілісне знакове утворення, яке тісно пов'язане з невербальними елементами, співвіднесене з комунікативною подією у сфері реклами і є засобом зв'язку між адресантом і адресатом, в якому відображається інтенція адресанта вплинути на адресата; див. аналогічні визначення [11, с. 171].

Поняття дискурсу охоплює всі види прагматично визначеного і різного за своєю цілеспрямованістю мовлення [2, с. 137]. Можна виокремити стільки типів дискурсивної діяльності, скільки існує типів людської діяльності й активності [12, с. 9]. Таке розуміння наближує поняття типу дискурсу до теорії функціональних стилів.

Розглядаючи співвідношення понять дискурсу та стилю, В. О. Самохіна зазначає, що *стиль* є передумовою породження дискурсу, одним із аспектів його внутрішнього програмування. Перед породженням дискурсу у свідомості адресанта виникає уявлення про певний стиль мовлення, відповідно до якого обираються мовні засоби, після чого стиль оформлюється у послідовність мовленнєвих дій, тобто реалізується у дискурсі. Стиль формується в адресанта одночасно з темою, початком мовленнєвих дій, і саме на цьому етапі дискурс і стиль співпадають. Отже, дискурс вибудовується відповідно до конкретного стилю [16, с. 32-34].

Функціональні стилі виокремлюються відповідно до основних форм людської свідомості, до типових і соціально-значущих сфер комунікації і діяльності. Традиційно виділяють науковий, офіційно-діловий, публіцистичний, художній та розмовно-побутовий функціональні стилі [9, с. 14].

Питання про стильову належність реклами, однак, залишається на сьогодні невирішеним. Спробам його розв'язання на прикладі окремих видів реклами бракує узагальнюючого потенціалу. Так, наприклад, тексти технічної реклами відносяться дослідниками до наукового функціонального

стилю за такими ознаками: сфера функціонування (науково-технічна), тема (нові технічні досягнення), аудиторія (професійно підготована), лексичний склад (наукова термінологія) [7].

Промислову рекламу відносять до публіцистичного стилю на основі наступних ознак: ціль (інформування, повідомлення і вплив; стиль (економія мовних засобів, лаконічність і популярність викладу разом з інформативною насиченістю, відбір мовних стилістично забарвлених засобів і засобів експресивного синтаксису з установкою на їх ефективне сприйняття, розмовно-літературна лексика) [10, с. 68].

Рекламу інколи відносять і до ділового стилю, пояснюючи це тим, що вона функціонує у сфері торгівлі, що є різновидом ділових відносин [5, с. 65].

Матеріал нашого дослідження складають журнальні рекламні тексти, тому рекламний дискурс, що розглядається, за сферою функціонування відноситься і до мас-медійного.

На наш погляд, у розв'язанні питання про стильову належність реклами важливим моментом є те, що в окремих функціональних стилях можливе виокремлення підстилів на основі врахування екстралінгвальних (сфера і цілі спілкування) і лінгвальних факторів (наявності характерних мовленнєвих засобів, які, не відрізняючись мовним стилістичним забарвленням, мають специфічні особливості, зумовлені сферою їх функціонування) [13, с. 120].

Виходячи з цього, ми вважаємо можливим розглядати *рекламу, як гібридний підстиль, що формується на основі поєднання особливостей розмовно-побутового, науково-популярного, публіцистичного і мас-медійного стилів.*

Отже, реклама співвідноситься із застосуванням у традиційній стилістиці поняттям функціонального підстилю, відрізняючись від останнього залученням широкого соціального та когнітивного контексту.

Зазначимо, що в нашому дослідженні ми оперуємо терміном “реklamний дискурс”, а не “підстиль реклами”, оскільки перший уже утвердився в мовознавстві й уживається в авторитетних лінгвістичних працях [4; 15; 20].

Рекламний дискурс виділяється багатьма вченими у межах ранніх типів дискурсу в залежності від того, який параметр покладений в основу класифікації. В. І. Карасик вважає, що найбільш важливими є три параметри: соціолінгвістичний (хто говорить), прагмалінгвістичний (як говорять) і тематичний (про що говорять) [8, с. 276-278]. За соціолінгвістичним критерієм рекламний дискурс виокремлює Г. Г. Почепцов, аналізуючи типи дискурсів з позицій теорії комунікації [15, с. 76-99]. За прагмалінгвістичним критерієм Р. Лакофф вважає рекламний дискурс різновидом персуазивного дискурсу [20, с. 25-42], а Ю. В. Шатін відносить рекламу до емотивного типу дискурсу [17, с. 57].

Отже, під рекламним дискурсом розуміємо різновид дискурсивної діяльності суб'єктів реклами, процес і результат їх розумово-комунікативної взаємодії за посередництвом рекламного тексту у єдності лінгвального і екстралінгвального аспектів.

#### Список використаної літератури

1. Алефиренко Н. Ф. Спорные вопросы семантики / Н. Ф. Алефиренко. – М. : Гнозис, 2005. – 326 с.
2. Арутюнова Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь / [гл. ред. В. Н. Ярцева]. – М. : Сов. энциклопедия, 1990. – С. 136–137.
3. Бацевич Ф. С. Основы коммуникативной лингвистики / Ф. С. Бацевич. – К. : Вид. центр «Академія», 2004. – 344 с.
4. Белова А. Д. Лингвистические аспекты аргументации / А. Д. Белова . – 2 - изд., перераб. и доп. – К. : КНУ, 2003. – 304 с.
5. Грилихес И. В. Прагматические и лексико-синтаксические особенности рекламных текстов (на материале англоязычной бытовой рекламы) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / И. В. Грилихес. – К., 1978. – 143 с.
6. Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ванн Дейк; [пер. с англ. ; сост. Петров В. В. ; ред. Герасимов В. И.]. – М. : Прогресс, 1989. – 310 с.

7. Долуденко Е. А. Тексты технической рекламы, их семантико-синтаксическая и прагматическая характеристики : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Долуденко Елена Анатольевна. – Пятигорск., 1998. – 208 с.
8. Карасик В. И. Языковые ключи / В. И. Карасик. – М. : Гнозис, 2009. – 406 с.
9. Кибрик А. А. Модус, жанр и другие параметры классификации дискурсов / А. А. Кибрик // Вопросы языкознания. – 2009. – № 2. – С. 3–21.
10. Кохтев Н. Н. Реклама: искусство слова : рекомендации для составителей рекламных текстов / Н. Н. Кохтев. – М. : Изд-во МГУ, 1997. – 96 с.
11. Кравчук Н. П. Рекламний текст як фрагмент дискурсу та одиниця комунікації (аксіологічний аспект тексту) / Н. П. Кравчук // Проблеми семантики слова речення та тексту : зб. наук. статей. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2003. – Вип. 9. – С. 168–171.
12. Кубрякова Е. С. О типах дискурсивной деятельности / Е. С. Кубрякова // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – М., 2003. – Вып. 478. – С. 5–9.
13. Лившиц Т. Н. Реклама в прагмалингвистическом аспекте / Т. Н. Лившиц. – Таганрог : Изд-во Таганрогского гос. пед. ин-та, 1999. – 214 с.
14. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М. : ИТДГК “Гнозис”, 2003. – 280 с.
15. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов. – К. : Вид. центр “Київський університет”, 1999. – 308 с.
16. Самохина В. А. Современная англоязычная шутка : [монография] / В. А. Самохина. – Х. : ХНУ им. В. Н. Каразина, 2008. – 355 с.
17. Шатин Ю. В. Построение рекламного текста / Ю. В. Шатин. – [2-е изд.]. – М. : Бератор-Пресс, 2003. – 128 с.



18. Шевченко І. С. Когнітивно-комунікативна парадигма і аналіз дискурсу / І. С. Шевченко // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен / під загальн. ред. І. С. Шевченко : [монографія]. – Х. : Константа, 2005. – С. 9–20.
19. Шевченко І. С. Когнітивно-прагматичні дослідження дискурсу / І. С. Шевченко // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен / під загальн. ред. І. С. Шевченко : [монографія]. – Х. : Константа, 2005. – С. 105–117.
20. Lakoff R. T. Persuasive discourse and ordinary conversation, with examples in advertising / R. T. Lakoff // *Analyzing Discourse: Text and Talk*. – [In Tannen D. (Ed.)]. – Georgetown : Georgetown University Press, 1981. – P. 25–42.

**СЕКЦІЯ 3. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕТОДИКИ ВИКЛАДАННЯ  
ІНОЗЕМНИХ МОВ**

*Abu Qatousah Laila  
Amman- Jordan*

**THE CHALLENGE OF READING IN L2**

It is assumed that learners spend the first three school years learning to read, but they spend the rest of their educational years in reading to learn. This puts reading in the base of the educational pyramid as major foundational skill that learners need to master. In Jordan, students use Arabic Language as a mother tongue, and as they join schools, they start learning English which is written in The Roman writing System. Arabic Language on the other hand, applies a different writing system that uses different characters which means that Arab beginner learners confront the challenge of learning two different languages with two distinct writing systems. In this essay, I will present some important elements that help to understand the nature of teaching reading which make reading in L2 a successful and a meaningful task.

## ЗМІСТ

## СЕКЦІЯ 1. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ

**Воробйова Л. М.**

Коментар до художнього твору в контексті міжкультурної комунікації .... 9

**Кочубей О. С.**

Основні риси поняття «міжкультурна компетенція»  
в структурі перекладацької компетентності ..... 15

**Самборська І. М.**

Внутренняя форма и мотивированность производного слова ..... 20

**Войтенко І. Г.**

Роль географічних стереотипів у англомовному  
політичному дискурсі ..... 25

**Ступчик З. Р.**

Підприємливість як засіб активізації розвитку міжкультурної  
комунікації учнів на уроках англійської мови ..... 29

**Денисова С. П., Кузьмич О. В., Ніколаєва І. А.**

Способи вираження інтенції звинувачення ..... 33

**Верьовкіна О. Є., Опанасик А. В.**

Комунікативні інтенції в американському дискурсі ..... 36

## СЕКЦІЯ 2. ТРАДИЦІЙНІ ТА НОВІТНІ АСПЕКТИ ЛІНГВІСТИЧНИХ ТА ЛІТЕРАТУРОЗНАВЧИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

**Калиниченко М. М.**

Загублений острів Германа Мелвілла ..... 42

**Воробйова І. А.**

До проблеми передачі стилістично забарвленої лексики в перекладах  
роману Т. Пратчетта “Правда” ..... 46

**Джава І. О.**

Funktion des Zitats in Plenzdorfs „Die neuen Leiden des jungen W.“ ..... 58

**Фрідріх А. В.**

Особливості семантики англійських онімів у творах Агати Крісті ..... 63

**Бєлова С. А.**

Проектна методика як засіб формування креативних  
здібностей особистості у творчій спадщині Г. Шаррельмана ..... 80

**Ярута Н. П.**

Сучасна популярна біографія Заходу: виникнення  
та тенденції розвитку ..... 87

**Пантілеєнко К. С.**

Вплив ментальності на мовну репрезентацію концепту «життя»  
в романі сучасної письменниці М. Матіос ..... 93

<b>Касаткіна-Кубишкіна О. В.</b> Соціолінгвістичні та синтактико-стилістичні особливості рекламних текстів .....	97
<b>Вовчук Н. І.</b> Словообразовательные микрополя неолексем в русской поэзии конца XX века .....	103
<b>Бігунов Д. О.</b> Особливості дефініції терміну “мовленнєвий конфлікт” .....	108
<b>Івашкевич Е. Е.</b> The Ways of the Explication of Colloquial and Everyday Vocabulary in the Translation of the Novel “The Catcher in the Rye” by Jerome David Salinger .....	113
<b>Афанас’єва Л. В.</b> Лексико – семантичне поле як лінгвістичне поняття.....	115
<b>Зубілевич М. І., Бігунова С. А.</b> Поняття гендеру як елементу сучасного наукового знання (британський досвід).....	120
<b>Романюк С. К.</b> Рекламний дискурс: підходи до визначення, співвідношення з суміжними поняттями.....	126

### **СЕКЦІЯ 3. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕТОДИКИ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ**

<b>Кватоуз Лейла (Abu Qatousah Laila)</b> The Challenge of Reading in L2 .....	132
<b>Божок О. С.</b> Мовна компетентність у координатах підготовки вчителя іноземних мов (англійська).....	135
<b>Перерва К. М.</b> Applications of network technologies in English teaching .....	144
<b>Гронь Л. В.</b> Переказ іншомовного тексту як методична проблема.....	147
<b>Лук’янчук М. В.</b> Формування та розвиток творчих здібностей молодших школярів у змісті предмета «Іноземна мова».....	153
<b>Бердичевська І. В.</b> Формування полікультурної компетентності студентів засобами іноземної мови.....	162
<b>Судима Т. М.</b> Застосування комунікативних методик у викладанні граматики англійської мови.....	178
<b>Антоненко Н. Є.</b> Використання інтерактивних технологій у процесі навчання іншомовного мовленнєвого спілкування.....	182

<b>Якимчук Н. О.</b> Innovative Technologies in Learning and Teaching English .....	187
<b>Федоришин О. П.</b> Технологія застосування кооперативного навчання на заняттях з іноземної мови у вищій школі .....	191
<b>Богатирчук Л. М.</b> Sprichwörter im Deutschunterricht .....	199
<b>Чапюк Ю. С., Завіднюк К. В.</b> Підготовка майбутнього вчителя до розвитку творчого мислення молодших школярів засобами іноземної мови .....	203
<b>Джава Н. А.</b> Zehn Merkmale guten Unterrichts .....	207
<b>Антюхова Н. І.</b> Структурна модель творчого потенціалу майбутнього вчителя іноземних мов .....	210
<b>Сичук А. С.</b> Bringing Up Responsible Citizens at the English Lessons .....	219
<b>Пивоварчук Т. О.</b> Didaktisch-methodische Prinzipien des Fremdsprachenunterrichts .....	224
<b>Денисова Л. П., Кузьмич О. В.</b> Нетрадиційні методики викладання іноземних мов .....	227
<b>Бігунова С. А., Зубілевич М. І.</b> Вплив компонентів культури на процес культурологічно зорієнтованого навчання іноземної мови .....	233
<b>Ніколаєва І. А.</b> Полікультурне виховання та вплив гендеру на процес спілкування іноземною мовою .....	237
<b>Бойко Н. Г., Конопльова Ю. О.</b> Роль і місце патріотичного виховання в процесі формування соціокультурної компетенції учнів на уроках іноземної мови .....	249
<b>Луцик І. Г.</b> Принципи та методичні прийоми комунікативного навчання англійської мови .....	256
<b>Михальчук Н. О., Мазяр В. М.</b> До проблеми культуроспрямованого оволодіння студентами іноземними мовами .....	267
<b>Федорець М. А.</b> Теоретичний аспект професійної компетентності сучасного викладача іноземної мови іноземної мови .....	275
<b>Постоленко І. С.</b> Участь британських батьків в організації шкільного педагогічного процесу .....	282
<b>Бляшевська А. В., Леонова Л. Ф.</b> Методи підвищення рівня активності студентів-підлітків коледжу .....	285

## СЕКЦІЯ 4. ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПРОЦЕСІ МОВНОЇ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ-ФІЛОЛОГІВ

### **Федоришин О. П.**

Колаборативне навчання як інтерактивний метод навчання іноземної мови у вищій школі ..... 289

### **Федоришина В. О.**

Teaching Profession in Ontario, Canada ..... 297

### **Березіна Н. Л.**

Педагогічні технології на основі активізації та інтенсифікації діяльності студентів ..... 304

### **Стомпор Моніка**

Educational Situation of Teaching Polish Language in Norway ..... 316

### **Леонова Л. Ф.**

Комунікативні стратегії навчання англійської мови (на прикладі роботи з граматичним матеріалом)..... 330

### **Константинова О. В.**

Навчання студентів-філологів особливостям перекладу англійськомовних документів ..... 340

### **Данілова Н. Р., Денисюк Л. В.**

Інноваційні та педагогічні нововведення у методиці навчання іноземних мов у ВНЗ ..... 347

### **Вєтрова І. М.**

Роль спецкурсу «Альтернативні школи США» у процесі професійної підготовки вчителя англійської мови..... 350

### **Федорець М. А.**

Використання методу проєктів як засобу підвищення ефективності викладання іноземних мов у вищих педагогічних навчальних закладах ..... 353

### **Бляшевська А. В.**

Інтерактивні методи навчання аудіювання як засіб реалізації комунікативного підходу до вивчення англійської мови..... 359

### **Завіднюк К. В.**

Метод асоціативних символів..... 370

### **Третьякова К. В.**

Інтеграція дисципліни «латинська мова» в сучасний освітній простір ..... 374

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

<b>Хатамі Моджтаба (Khatami Mojtaba)</b>	
Critical Thinking and Mindfulness among Iranian EFL Learners .....	379
<b>Сабанюк О. П.</b>	
Мовна та концептуальна картини світу як відображення свідомості нації.....	390
<b>Курята Ю. В.</b>	
The Influence of the Religious Mythologem on the Formation of Children's Spirituality.....	401
<b>Смірнова М. Л.</b>	
Die wichtige Rolle der Fachübersetzung .....	404
<b>Михальчук Н. О., Чала Ю. М.</b>	
The Ways of Solving the Problem of the Communicative Behavior of People in English-Speaking Countries.....	411
<b>Замашна С. М.</b>	
Проблеми перекладу і деякі шляхи їх подолання.....	437
<b>Кіндрат Н. П.</b>	
Major Issues of Language and Gender .....	440
<b>Корзієнко Н. В.</b>	
Американські топоніми-прізвиська як засіб передачі національної ідентичності у мовній картині світу .....	444
<b>Федорець М. А.</b>	
Концептуальні моделі у процесі оволодіння англійською мовою та комбінаторні особливості термінології комунікації.....	448
<b>Васильчук Н. В.</b>	
Поняття «картина світу» у сучасній лінгвістиці.....	454
<b>Мосіна Ю. С.</b>	
Складність в роботі з англійськими технічними текстами через неоднозначність перекладу термінів.....	460
<b>Краєвський П. І.</b>	
Конфлікт – феномен соціального явища .....	464
<b>Івашкевич І. В.</b>	
До питання розв'язання структури професійної компетентності фахівця юридичної сфери діяльності.....	469
<b>Івашкевич Е. З.</b>	
До питання розв'язання проблеми структури соціального інтелекту як системи інтелектуальних здатностей особистості .....	473
<b>Байло Ю. В.</b>	
До проблеми дефініції понять: концепт, поняття та значення у сучасній лінгвістиці .....	484
<b>Михальчук Н. О., Хупавцева Н. О.</b>	
До проблеми використання емпіричних методів дослідження розуміння літературних творів старшокласниками .....	487
<b>Івашкевич Е. З., Яцюрик А. О.</b>	
Розв'язання проблеми структури соціального інтелекту особистості	

в парадигмальному просторі раціогуманістичної психології .....	492
<b>ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ .....</b>	<b>504</b>