

РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет іноземної філології

Кафедра теорії і практики англійської мови та прикладної лінгвістики

ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра іноземних мов

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ “ОСТРОЗЬКА АКАДЕМІЯ”

Кафедра індосвропейських мов

“Сучасні проблеми германського та романського мовознавства”

Матеріали

третьої Всеукраїнської науково-практичної

заочної конференції



Рівне

2015

ББК 81.0
С 91
УДК 81

Сучасні проблеми германського та романського мовознавства: Матеріали третьої Всеукраїнської науково-практичної заочної конференції, 23-24 квітня 2015 року, Рівне. – 263, [2]с.

До збірника увійшли матеріали третьої Всеукраїнської науково-практичної заочної 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 теорії і практики англійської мови та прикладної лінгвістики (Рівненський державний гуманітарний університет).

Заступники головного редактора:

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

Деменчук Олег Володимирович – кандидат філологічних 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, 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 (Рівненський державний гуманітарний університет)

Затверджено Вченою радою Рівненського державного гуманітарного університету (протокол № 8 від 28.03.2015 р.).

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

відповідно до апріорного принципу доцільності, обґрунтованого Кантом у трансцендентальній естетиці. Тому що мета освіти не задана для неї наперед, а створюється й усвідомлюється одночасно в історичному процесі формування людини.

ЛІТЕРАТУРА

1. Herwig Blankertz Die Geschichte der Pädagogik/ Herwig Blankertz. – Wetzlar, 1982. – 319 S.
2. Edwin Hoernle Schulpolitische und pädagogische Schriften/ Edwin Hoernle. – Berlin, 1998. – 218 S.
3. Immanuel Kant: Was ist Aufklärung?/ Immanuel Kant. – Berlin, 1923. – 169 S.

І. В. Перішко

Рівне

АСПЕКТИ НЕОБХІДНОСТІ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ МАРКЕТОЛОГІВ ДО ІНШОМОВНОГО СПІЛКУВАННЯ ДЛЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Особа, яка свою діяльність проводить в галузі туризму, перш за все повинна чітко розрізняти організаційні форми туризму, який поділяють на міжнародний і внутрішній туризм. До міжнародного туризму належить в'їзний туризм – подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території, та виїзний туризм – подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до інших країн. Тому виникає гостра проблема підготовки майбутніх маркетологів до туристичної діяльності для іншомовного спілкування з іноземними туристами.

Готовність до іншомовного спілкування в галузі туризму має відношення до відповідних видів туризму, а саме: дитячого; молодіжного;

сімейного; для осіб похилого віку; для інвалідів; культурно-пізнавальний; лікувально-оздоровчий; спортивний; релігійний; екологічний (зелений); сільський; підводний; гірський; пригодницький; мисливський; автомобільний; самодіяльний та інші види туристичної діяльності із іноземними туристами та особами, які виїжджають із країни в інші країни і виникає необхідність знань іноземних мов у маркетологів туризму, туристичних операторів, гідів проведення турів, менеджерів із забезпечення готельними послугами, а також сфери харчування, як особлива потреба для гостей-туристів під час проведення туристичних поїздок. Всі ці аспекти в даний час вимагають необхідності підготовки до спілкування іноземними мовами.

Отже, маркетолог повинен чітко визначатися із яким видом туристичної діяльності він повинен розвивати свої професійні вміння та знання іноземних мов, як один із видів підприємницької діяльності, щоб на найвищому рівні задовільняти потреби клієнтів туристичних турів.

Підприємництво туризму розвинене в багатьох країнах, хоч не звичне для нас. Воно властиве різним способам виробництва.

Слід відзначити, що окремі аспекти становлення та розвитку туристичної індустрії досліджувалися і висвітлені в науково-навчальних роботах авторами: А.Ю.Александрова, М.В. Вачевський, Ю.П. Гуменюк, М.М. Єрмошенко, Г.М. Зайчук, О.О. Любіцева, В.К.Федорченко, В.І.Цибух.

Як соціально-економічне явище підприємництво туризму вбирає в себе широкий спектр суспільних відносин, історичні моменти, правові відносини, психологічні явища та економічні умови життєдіяльності. За своєю економічною природою підприємництво туризму є діалектичною єдністю загальноекономічного змісту з одного боку і специфічної соціальної форми з іншого. Таким чином, різні види туризму, вимагають різносторонніх знань іноземної мови із напрямів:

- історії рідного краю: історичні пам'ятки, архітектурні споруди, місця де розміщені храми, церкви, святі місця для прочан;

- проведення турів – вміння спілкуватись з іноземними туристами під час туристичних походів місцями історичних заповідників, так і туризмом – пішохідним, автомобільним, річковим, гірським, альпінізмом з різними віковими групами туристів;
- забезпечення готелями та розміщення туристів – тут необхідні особливі знання й вмінням спілкування та надання необхідних послуг для гостей;
- сфера харчування – знання іноземних мов для приготування різних страв тих народів, які є туристами в даний час і в них виникає потреба своєї національної кухні.

Суб'єктами підприємництва туристичної діяльності можуть бути різні учасники економічної діяльності, приватні особи, які займаються одноосібним підприємництвом, проведення туристів відповідними туристичними місцями, прийняття туристів в свої оселі для проживання та відпочинку в природних умовах.

Підприємницька діяльність в туризмі може здійснюватись також групою людей, які в своїй діяльності мають потребу в перекладачах для іншомовного спілкування і зв'язаних між собою договірними зобов'язаннями проведення турів для іноземних туристів. Об'єднання партнерів дозволяє вирішувати завдання більш великого масштабу. Суб'єктами колективного підприємництва туристичної діяльності, в яких є особи із високим рівнем професійних компетентностей для іншомовного спілкування, виступають різного роду асоціації, акціонерні товариства тощо.

Роль праці маркетолога із знаннями іноземних мов в галузі туризму – одна з привабливих сфер розміщення бізнесової діяльності в галузі туристично-рекреаційної діяльності. Про це свідчать як статистичні дані, так і фінансові показники. Наприклад, громадяни України в 2011 році здійснили понад 13 мільйонів закордонних поїздок, біля 7 мільйонів українського населення подорожували рідним краєм. На рахунку туристичних агентств в 2011 році зареєстровано 1,6 млн. екскурсантів. Наведені цифри переконливо доводять тезу про те, що туристичний бізнес – вигідна справа. Але ця

"вигідність" не обмежується грошима. Туризм – важливий напрям гостинності, покликаний задовольняти не лише вітальні і матеріальні потреби людей, але й що головне – їх духовні, культурні, пізнавальні запити. Тому діяльність маркетологів у галузі туризму із знаннями іноземних мов для іншомовного спілкування – як підприємців, агентів, власників туристичних агентств не можна вимірювати виключно фінансовими показниками, вона має відповідати певним культурним, насамперед етичним критеріям туристичної діяльності.

Моральні регуляції підприємницької діяльності в галузі туризму – етика в туристичній діяльності із високо професійними знаннями іноземних мов, зводиться до того, що сучасна етика одночасно виступає як елемент "ринкового світогляду", і як окрема галузь соціокультурного знання для іншомовного спілкування. Етика іншомовного спілкування в туристичній діяльності – це специфічний вид професійної етики, моральний норматив тих суб'єктів підприємницької діяльності, свідомість яких визначається не тільки прагненням отримати добрий прибуток, але й почуттям соціальної відповідальності і справедливості власної діяльності. Саме ці чинники готовності до іншомовного спілкування є головними в нинішній час в туристичній діяльності.

Питання про необхідність готовності до іншомовного спілкування, звертання етичних критеріїв туристичної діяльності безпосередньо впливає на конкурентноспроможність туристичних підприємств, привабливості туристів до туристичних поїздок. Увага та спілкування іноземною мовою до туриста, чуйне ставлення до його запитів, врахування культурних звичок і потреб – це, водночас і моральне ставлення і не випадково переважна більшість іноземних туристів віддають перевагу тим населеним пунктам, де насамперед розвинута індустрія гостинності. Важливе значення для них має відчуття затишку, невимушеної уваги, турботи та спілкування їх рідною мовою.

ЛІТЕРАТУРА

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебник // А. Александрова. – М.: Аспект. Пресс, 2002. – 301 с.
2. Вачевський М.В. Маркетинг формування професійної компетенції: Підручник. М. Вачевський. – К.: Професіонал, 2005.– 512 с.
3. Гуменюк Ю.П. Вплив туризму на економічне зростання в Україні // Ю. Гуменюк. Формування ринкових відносин в Україні. – 2004. – № 7– 8.
4. Єрмошенко М.М. Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник // М. Єрмошенко. – К.: НАУ, 2001. – 204 с.
5. Зайчук Г.М. Управління маркетинговою діяльністю в туристичній галузі: Монографія // Г. Зайчук. – Дрогобич, редакційно-видавничий відділ Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. – 2010. – 154 с.
6. Любіцева О.О. Геопросторові закономірності функціонування туристичного ринку / О. Любіцева.// Вісник Київського університету. Географія. Вип. 49. – К.: 2003. – с. 54 – 57.
7. Федорченко В. Україна і світ туризму // В. Федорченко // Урядовий кур'єр, 26 липня 2005 р. – № 1. – С. 80.
8. Цибух В.І. Туризм в Україні на зламі тисячоліть конкурентів // В. Цибух. – 2000.– №5. – С. 3.

В.М. Трофімчук, А.С.Дуброва

Рівне

РАЦІОНАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ РІДНОЇ МОВИ ПІД ЧАС НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНОЇ

Викладання іноземних мов у вищих навчальних закладах передбачає впровадження в навчальний процес методики зіставлення структур іншомовних з україномовними, україномовних з іншомовними на різних рівнях. Раціональне використання рідної мови під час організації навчальної

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ

<i>Бігунова С. А., Зубілевич М. І.</i> The Non-Verbal and Verbal Components of Etiquette in Virtual Communication	6
<i>Білоус Т. М.</i> Процеси оптимізації міжкультурної комунікації як особливої форми соціальної взаємодії в контексті сучасного діалогу культур	13
<i>Войтенко І. Г.</i> Мовленнєво-етикетний стереотип у англomовному політичному та економічному дискурсі	17
<i>Воробйова Л. М.</i> Семантика слова: психолінгвістичний аспект	23
<i>Ногачевська І. О.</i> Проблема мовної особистості у контексті творчої діяльності	31
<i>Романюк С. К.</i> Мовленнєвий вплив як прагмалінгвістична проблема	37
<i>Самборська І. М.</i> Изучение семантики слова: когнитивно-прагматический аспект	44

СЕКЦІЯ 2. ТРАДИЦІЙНІ ТА НОВІТНІ АСПЕКТИ ЛІНГВІСТИЧНИХ ТА ЛІТЕРАТУРОЗНАВЧИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

<i>Бігунов Д. О.</i> Конфлікт у художньому дискурсі	49
<i>Валько О. В.</i> Тлумачення терміну “емфаза” у мовознавчих студіях	53
<i>Верьовкіна О. Є.</i> Коментар автора в оповіданнях Р.Дала	57
<i>Вєтрова І. М.</i> Лексико-семантичне поле “рух” в англійській та українській мовах	63
<i>Вовчук Н. І.</i> Коннотативність поетических новообразований	67
<i>Воробйова І. А.</i> Способи утворення оказіональних антропонімів у романах Террі Пратчетта	72
<i>Дзюман І. І.</i> Проблема системного вивчення ідіоматичних виразів	78
<i>Івашкевич Е. Е.</i> Особливості перекладу О.Логвиненком роману Дж.Д.Селінджера із використанням стратегії «суто авторський переклад»	82

Касаткіна-Кубишкіна О. В.

До питання структурно-семантичних та граматичних особливостей фразеологічних одиниць з колірним компонентом..... 88

Корженевська О. В.

Комунікативно-прагматичні аспекти вивчення юридичних текстів..... 92

Мороз Л. В., Кисляк О. В.

Значення творчості Романа Бжеського для розвитку сучасного історичного процесу в Україні 99

Мороз Л. В., Шкода Н. В.

Сюжетно – композиційні новації – провідний чинник жанрового розвитку художніх життєписів..... 103

Приходько В. Б.

Інтертекстуальність та переклад 107

Сербіна Т. Г.

Народна афористика в газеті як елемент мовної гри 111

СЕКЦІЯ 3. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕТОДИКИ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ

Антоненко Н. Є.

Listening: Problems and Solutions 118

Антюхова Н. І.

До проблеми становлення творчого потенціалу майбутнього вчителя іноземних мов 124

Богачик М. С.

Системотвірні чинники процесу засвоєння англійських комп'ютерних неологізмів студентами педагогічного університету 140

Бойко Н. Г.

Використання пісенного матеріалу у формуванні комунікативної компетенції школярів на уроках іноземної мови..... 144

Джава Н. А.

Gruppenlesen mit vier Strategien – reziprokes Lernen und Lehren 151

Зубілевич М. І., Бігунова С. А.

Природа виникнення та класифікація порушень граматичної правильності англійської писемної комунікації 154

Кіндрат Н. П.

Використання можливостей інтернету при дистанційному навчанні..... 158

Кочубей О. С.

Запровадження компетентнісного підходу у підготовці фахівців з вищою освітою..... 165

Моргачова І. В.

До проблеми становлення професійної компетентності майбутніх юристів..... 174

Мороз Л. В.

Polemik: Bildung gegen Ausbildung..... 180

Мороз Л. В., Новосад Н. І.	
Die Stunde der Individualität in der Pädagogik.....	186
Мороз Л. М.	
Педагогічна інтерпретація філософії виховання німецькими просвітниками.....	190
Перішко І. В.	
Аспекти необхідності підготовки майбутніх маркетологів до іншомовного спілкування для туристичної діяльності.....	193
Трофімчук В. М., Дуброва А. С.	
Раціональне використання рідної мови під час навчання іноземної.....	197
Федоришин О. П.	
Формування позитивної мотивації до вивчення іноземної мови на початковому етапі.....	200

СЕКЦІЯ 4. ЗІСТАВНА ЕТНОЛІНГВІСТИКА ТА ТЕРМІНОЛОГІЯ В АСПЕКТІ МОВНИХ ТА КОНЦЕПТУАЛЬНИХ КАРТИН СВІТУ

Байло Ю. В.	
Транстермінологізація англійських термінів військової справи.....	204
Деменчук О. В.	
Perception Vocabulary in English, Polish and Ukrainian: a Cognitive-Onomasiological Approach.....	206
Замашна С. М.	
Особливості комунікативної поведінки англійського й українського народів.....	215
Івашкевич Е. З.	
The Structure of Social Intellect of the Person.....	222
Калініченко М. М.	
Творчість Емілі Дікінсон в дискурсі популярної жіночої літератури Сполучених Штатів першої половини ХІХ сторіччя.....	225
Константинова О. В.	
Двокомпонентні термінологічні словосполучення англійської термінології оподаткування.....	227
Михальчук Н. О., Чала Ю. М.	
Особливості впливу французьких запозичень на динаміку лексичної системи англійської мови.....	233
Ярута Н. П.	
Особливості нових лінгвістично-політичних досліджень в Україні.....	248
Яцюрин А. О.	
The study of productive or “problem” thinking.....	256
ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ.....	260