

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЮРИДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
ІМЕНІ ЯРОСЛАВА МУДРОГО

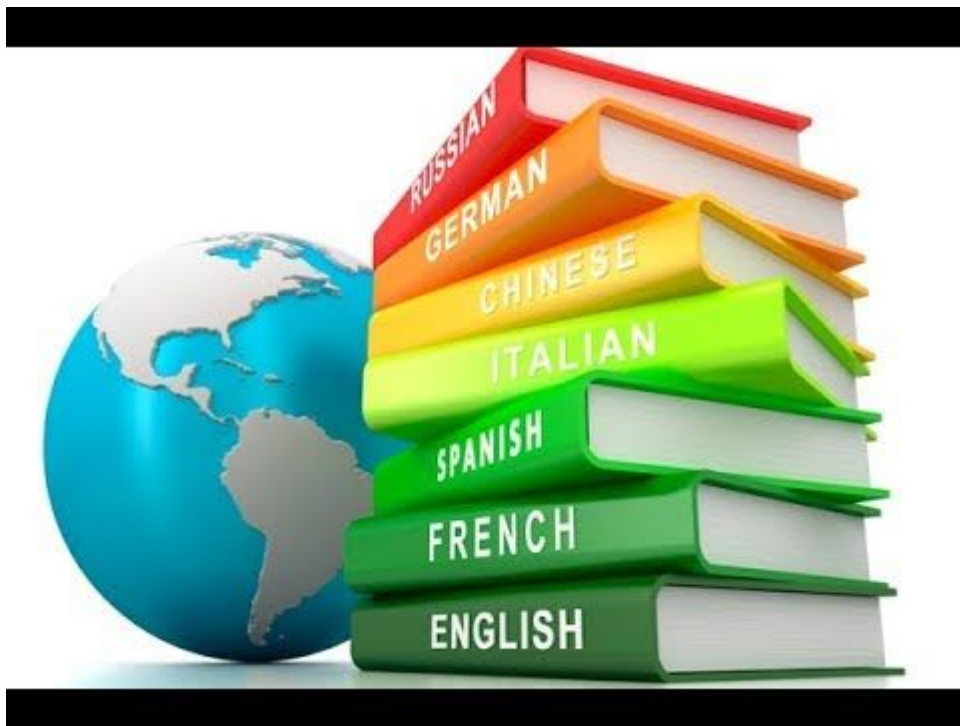
КАФЕДРИ ІНОЗЕМНИХ МОВ

Матеріали

**III Всеукраїнської науково-практичної
інтернет-конференції з міжнародною участю**

«МОВНА ОСВІТА ФАХІВЦЯ: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ТРЕНДИ»

27 лютого 2020 року



Харків

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Голова оргкомітету:

Гетьман А. П. – проректор з наукової роботи Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого, доктор юридичних наук, професор, академік Національної академії правових наук України

Організатори конференції:

Сімонок В. П. – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри іноземних мов №1 Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого

Кузнєцова О. Ю. – доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри іноземних мов №3 Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого

Координатори конференції:

Зелінська О.І. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов №1 Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого

Романцова Я.В. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов №1 Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого

Мовна освіта фахівця: сучасні виклики та тренди: матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю (27 лютого 2020 року). – Харків: Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого, 2020. – 222 с.

У збірці матеріалів III Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю «Мовна освіта фахівця: сучасні виклики та тренди» вміщено виступи та тези його учасників. Захід, що відбувся 27 лютого 2020 року, було організовано з метою окреслення проблем і узагальнення наукових досягнень у галузі лінгвістики та теорії і практики інноваційного навчання мов і культур у полікультурному просторі XXI століття.

Матеріали друкуються в авторській редакції. Відповідальність за точність поданих фактів, цитат, цифр, прізвищ тощо несуть автори.

складність матеріалу може стати основною перешкодою до виникнення в учнів позитивного емоційного ставлення до тексту. Таким чином, важливою вимогою до текстів для читання є їх доступність в мовному відношенні. Цю доступність, в свою чергу, можна визначити, виходячи з рівня навченості і вікових особливостей учнів. Так, в книзі професійного оповідача, викладача Ендрю Райтса "Storytelling" можна знайти матеріали, які орієнтовані на різні вікові групи і 4 рівня володіння мовою: Beginners, Elementary, Pre-intermediate, Intermediate.

Таким чином, можна зробити висновок, що використання інформаційних технологій, які широко поширені в глобальному інформаційному просторі, на заняттях з англійської мови дозволяє істотно підвищити ефективність навчального процесу, посилити мотивацію студентів до вивчення іноземної мови в сфері професійної комунікації, підготувати сучасного фахівця, що володіє різноманітним арсеналом інформаційних комунікативних технологій.

Література

- 1.Абрамова И.Е. Применение технологии «digital storytelling» в обучении устной коммуникации // Научный форум: педагогика и психология: сб. ст. по материалам XI междунар. науч.-практ. конф. — № 9(11). — М., изд. «МЦНО», 2017. — с. 34-37. [Электронный ресурс] –Режим доступа: <https://nauchforum.ru/conf/psy/xi/25702>
2. Маслоу А. Мотивация и личность / Пер. с англ. - СПб.: Питер, 2006. — 352 с.
3. Пассов Е.И. Коммуникативный метод обучения иномязычному говорению // 2-е изд. М., 1991. — 223 с.
- 4.[Электронный ресурс] –Режим доступа: <https://easy-language.net/2018/06/27/16-prichin-uchit-inostrannye-yazyki-cherez-storitelling/>

Т.М. Калініченко

Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди

ASYMÉTRIE DANS LA TRADUCTION ANGLAIS FRANÇAIS DANS LA LANGUE DE LA PUBLICITÉ

Tout d'abord, il faut dire que les types de l'asymétrie dans la publicité sociale à l'heure actuelle n'est pas bien étudiés. À cause des processus croissants d'intégration de la société l'intérêt augmente pour le sujet de notre recherche. D'autre part, les stratégies

et les méthodes de la traduction de la publicité sociale ne sont pas assez élaborées et améliorées.

Les études menées dans le domaine des connaissances linguistiques sont le contexte de ce travail, notamment l'asymétrie à niveaux différents qui apparaît pendant la traduction de la publicité et son influence sur la transmission du contenu de l'original. L'asymétrie comme une des variantes des glissements de traduction a été étudiée par Catford 2004 [1]; L'Homme 2004 [4]; Toury 2004 [6].

La position théorique qui est présentée dans la recherche renforce la théorie et la critique de la traduction de la publicité sociale et peut être utilisée pour le développement ultérieur. Notre étude est basée sur les théories de la traduction et de l'original formulées par Van Leuven-Zwart 1989 [7]; sur les principes de correspondances d'Eugene Nida 2001 [5]; sur les documents sur la traduction littéraire et sur la traductologie de James Holmes 1988 [2], sur la langue française de la technique et de la science de Rostislav Kocourek 1991 [3].

Les objectifs de la présente étude est de développer le corpus du vocabulaire asymétrique de la publicité anglophone et francophone pour la création des clichés de traduction, dont l'utilisation contribuera à l'amélioration de la qualité de la traduction et à la simplification du processus de la traduction.

Il est possible de citer comme exemple de l'asymétrie la publicité de l'Université d'Ottawa:

Thinking about doing a Master's or PhD?

Join us for a day of exploration, including guided campus tours, information sessions and the opportunity to meet with representatives and professors from our faculties.

[<www.uottawa.ca/welcome.html>](http://www.uottawa.ca/welcome.html)

Vous envisagez de faire une maîtrise ou un doctorat?

Joignez-vous à nous pour une journée d'exploration. Visites guidées du campus, séances d'information et rencontres avec des professeurs et des représentants de nos facultés et plus encore!

[<www.uottawa.ca/bienvenue.html>](http://www.uottawa.ca/bienvenue.html)

Les méthodes envisagées sont l'analyse comparative de la traduction – l'analyse de la forme et du contenu morphologique (le genre, le nombre, la partie du discours) des unités originales et traduites du corpus; l'analyse du contexte – la définition des conditions linguistiques, dans lesquelles se réalisent la signification actuelle de l'unité étudiée du corpus; l'analyse culturelle et historique – les prémisses et les raisons sociolinguistiques de la perception des unités du corpus par l'auditoire cible; l'analyse statistique – l'analyse de la fréquence de l'utilisation des unités du corpus ayant pour but la création de l'ensemble limité de clichés de traduction, le plus largement couvrant le vocabulaire de la publicité.

Les tâches de la recherche sont l'élucidation des causes de l'asymétrie: les raisons déterminées par les particularités interlinguales de la traduction – l'utilisation des modèles différents de formation de mots et syntaxiques; les raisons déterminées par les particularités subjectives du traducteur; les raisons déterminées par les facteurs externes – les raisons sociales et psychologiques et les raisons historiques et géographiques.

Le groupement des traductions des unités du corpus d'après le niveau de l'asymétrie se fait au niveau de signes linguistiques, d'expression, de communication, de la description de la situation, du but de la communication. Le corpus utilisé pour cette recherche est le lexique anglophone et francophone de la publicité. La contribution de la recherche est de développer les approches méthodologiques pour définir les critères de l'application de l'asymétrie dans la traduction de la publicité sociale pour améliorer la qualité de la traduction entre l'anglais et le français.

Notre hypothèse est que le dilemme du choix de la traduction symétrique et asymétrique dépend de la nature et du genre du matériel traduit et de l'ampleur de la responsabilité en cas de la traduction fautive. Par conséquent, la partie de la traduction source et la partie qui reçoit le texte traduit sont également intéressées à déterminer le degré de la complexité des termes utilisés dans les documents traduits de telle manière que des écarts éventuels n'augmentent pas le degré de la perception de l'information pour prendre des décisions de gestion.

Pour conclure il faut dire que dans toute traduction l'asymétrie est le plus souvent présente. Toutefois, les formulaires officiels de communication minimisent l'apparition

de l'asymétrie. Mais les moyens de communication orientés plutôt vers les gens augmentent les chances de la présence de l'asymétrie.

La méthodologie proposée de l'utilisation de l'asymétrie et des clichés bien établis de la traduction qui est formée sur la base du corpus de la publicité sociale permet d'améliorer la qualité de la transmission et de la réception des matériels traduits.

Littérature

1. Catford J. C. *Translation Shifts*. Venuti, L., ed. *The translation Studies Reader*, 2nd edition. London, Routledge, 2004. P. 141-147.
2. Holmes J. *Translated!: Papers on Literary Translation and Translation Studies*. *Approaches to translation studies*, 1988. 117 p.
3. Kocourek R. (1991) *La langue française de la technique et de la science. Vers une linguistique de la langue savante*. Wiesbaden, Oscar Brandstetter, 2e édition, 1991. 327 p.
4. L'Homme M.-C. *La terminologie: principes et techniques*. Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 2004. 278 p.
5. Nida E.A. *Contexts in Translating*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2001. 125 p.
6. Toury G. *Probabilistic explanations in translation studies: Welcome as they are, would they qualify as universals?*. In Anna Mauranen and Pekka Kujamäki (eds). *Translation Universals. Do They Exist?*. Amsterdam and Philadelphia : John Benjamins, 2004. P. 15-32.
7. Van Leuven-Zwart K.M. *Translation and Original: Similarities and Dissimilarities I, Target*, 1.2, 1989. P. 151-181.

O. O. Karpenko

M. Ye. Zhukovskyi National Aerospace University "Kharkiv Aviation Institute"

TEACHING ENGLISH AS A FOREIGN LANGUAGE IN THE DIGITAL LEARNING ENVIRONMENT OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

Current tendencies of globalization in education emphasize the importance of using innovative technologies in teaching English as a foreign language as a part of global communication which has no boundaries in interactions of people allowing them to share values, ideas, and beliefs. And it is English as an international language that allows encoding and decoding messages for mutual understanding between their senders and receivers taking into account differences in their global communications.

ЗМІСТ

Баласанян Є. Д. ЛИЧНОСТЬ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ КАК ФАКТОР МОТИВАЦИИ СТУДЕНТОВ К ИЗУЧЕНИЮ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ.....	3
Бесараб Т.П. ПЕРЕФРАЗУВАННЯ ЯК ЗАСІБ МОДЕЛЮВАННЯ НАВИЧОК ЧИТАННЯ.....	6
Bozhko Y. O. THE PROBLEM OF GENDER IN THE ENGLISH LANGUAGE.....	8
Быкова И. А., Чен Хун РАЗВИТИЕ СТРАНОВЕДЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ НА ЗАНЯТИЯХ С ИНОСТРАННЫМИ СТУДЕНТАМИ.....	9
Василенко М. П. ПРОБЛЕМНЕ КОЛО СОЦІАЛЬНОГО ЗАПИТУ НА ОСВІТУ ТА ПЕДАГОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ.....	12
Viediarnikova T. V. THE ROLE OF THE ENGLISH LANGUAGE IN GLOBAL EDUCATIONAL SPACE.....	15
Волошан М. М., Волошан Г. А. ПРОБЛЕМИ ІНТЕГРАЦІЇ ІНОЗЕМНИХ ЗДОБУВАЧІВ ДО ОСВІТНЬО-КУЛЬТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА УКРАЇНИ НА ПОЧАТКОВОМУ ЕТАПІ НАВЧАННЯ.....	18
Voronova Ye. M. LINGUISTIC AND CULTURAL APPROACH TO DEVELOP SOCIO-CULTURAL COMPETENCE OF STUDENTS.....	20
Глотова О. В. ДО ПИТАННЯ ПРО ЛІНГВІСТИЧНИЙ СТАТУС СКЛАДНИХ СЕМАНТИКО-СИНТАКСИЧНИХ КАТЕГОРІЙ.....	24
Голубнича Л. О. КОМПЕТЕНТІСНИЙ ПІДХІД ДО ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ У ВИЩІЙ ШКОЛІ.....	27
Григорова А. В., Коваленко О. А. СЕМАНТИЧНА КЛАСИФІКАЦІЯ АНГЛІЙСЬКИХ ТАНАТОЛОГІЧНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ.....	29
Григорян В. К., Мкртчян О.А. ОСОБЛИВОСТІ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ ШЛЯХОМ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ.....	32
Гуліч О. О. АНГЛІЙСЬКА МОВА ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ: ТЕНДЕНЦІЇ СУЧАСНОСТІ.....	33
Navrylenko K. M. COMPUTER TECHNOLOGIES IN TEACHING ENGLISH.....	36
Дацька Т. О. ВИКОРИСТАННЯ ВІЗУАЛЬНИХ ЗАСОБІВ НАВЧАННЯ НА ЗАНЯТТЯХ З КРАЇНОЗНАВСТВА ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ ТА США.....	39
Demydiuk O. B. EVALUATION OF INTERNATIONAL MULTIDISCIPLINARY PROJECTS.....	41

Демченко В. А. ГОВОРІННЯ ЯК ОДИН ІЗ ВИДІВ МОВЛЕННЄВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЗАНЯТТЯХ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ.....	43
Деркач Г. О. ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МЕТОДИК ПІД ЧАС ВИКЛАДАННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ.....	46
Dolgusheva O. V., Kurnosova A. V. LINGUISTIC AMBIGUITY AS A SOURCE OF A HUMOROUS EFFECT IN ENGLISH JOKES.....	49
Драган О. А. МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ ІНТЕГРАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ВИКЛАДАННІ РОСІЙСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ.....	51
Dudoladova A. V. DIGITAL TOOLS IN ESL TEACHING AND LEARNING.....	54
Dudoladova O. V. INDEPENDENT LEARNING.....	56
Зосімова О. В. АНГЛІЙСЬКІ Й УКРАЇНСЬКІ ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ З НАЗВАМИ ПРОФЕСІЙ: ЕТНОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТ.....	58
Zelinska O. MEDIA LITERACY SKILLS DEVELOPMENT IN ESP CLASSROOM.....	61
Iliencko Olena DEVELOPING ENTREPRENEURIAL COMPETENCES OF THE STUDENTS OF ECONOMICS.....	63
Іванова Н. П., Киченко О. С.МОВОЗНАВЧА І ЛІТЕРАТУРОЗНАВЧА КОМПЕТЕНТНОСТІ: ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКИ І ВЗАЄМОВПЛИВИ.....	66
Каданер О. В. ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ «STORYTELLING» У НАВЧАННІ УСІЙ КОМУНІКАЦІЇ ПРИ ВИВЧЕННІ ІНОЗЕМНИХ МОВ.....	69
Калініченко Т. М. ASYMÉTRIE DANS LA TRADUCTION ANGLAIS FRANÇAIS DANS LA LANGUE DE LA PUBLICITÉ.....	71
Karpenko O. O. TEACHING ENGLISH AS A FOREIGN LANGUAGE IN THE DIGITAL LEARNING ENVIRONMENT OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS.....	74
Karpenko O. V., Nos A. I. ENHANCING THE EFFICIENCY OF ENGLISH MEDIUM INSTRUCTION AT IVAN KOZHEDUB KHARKIV NATIONAL AIR FORCE UNIVERSITY.....	77
Киба Л. М. ФАХОВА ІНШОМОВНА ОСВІТА СТУДЕНТА-МІЖНАРОДНИКА:ВІД «БАЗОВИХ НАЛАШТУВАНЬ» ДО «РОЗШИРЕНИХ».....	79
Ковалёва К. Л., Герасименко Э. Н. СИЛЛАБУС КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ.....	82