

відбувається безпосередньо на робочому місці чи в спеціалізованих технічно обладнаних класах. Залежно від цільової аудиторії можна виокремити наступні види вебінарів: *навчальний* – презентація нових знань за певною темою (подібний лекції); *інформаційний* – його мета – донести інформацію, ознайомити (включає різні інтерактивні види роти); *вебінар-тренінг*; *промовебінар* – організований з метою обміну досвідом або для вирішення організаційних питань; *корпоративний* – проводиться з метою організації співробітників однієї компанії; *іміджевий* має на меті рекламу, просування певного товару чи послуги; *онлайн курси* – вебінари, що об'єднують людей, які працюють над одними питаннями (можуть бути періодичні чи регулярні). В умовах, коли створюється єдиний інтелектуальний і емоційний простір засобами інтернет-технологій, нагальною проблемою стає комбінація класичних педагогічних технологій з інформаційними технологіями навчання [2].

Література:

1. <http://osvita.ua/school/method/34854/>
2. http://osvita.ua/school/lessons_summary/education/46395/
3. <http://vns.lp.edu.ua/>
4. <http://www.universum.kiev.ua/attachments/article/234/url.pdf>

Рибачок С. М.,

к. філол. н., доцент кафедри іноземних мов та професійної комунікації ТНЕУ

ДЕЯКІ АСПЕКТИ МОНІТОРИНГУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Навчання іноземних мов у вищій школі як один з основних засобів реалізації інтеграційних та інноваційних процесів, мобільності студентів, науковців та фахівців потребує оновлення та переосмислення цілей, змісту та спрямованості навчального процесу, моніторингу програм, методів, стратегій усвідомлення нових вимог до людського фактору. Моніторинг як комплекс процедур зі спостереження, поточного оцінювання, перевірки й оцінки змісту освіти, використаних методик та якості знань, є основою для обґрунтування шляхів усунення недоліків навчального процесу, основою для прийняття рішень та спрямування цих перетворень на досягнення заданих параметрів розвитку студента, враховуючи особливості особистості студента, його комунікативних здібностей та навичок [1; 2].

Специфіка навчання іноземної мови, на відміну від інших дисциплін, полягає в тому, що викладачеві потрібно сформулювати у студента новий стереотип мовленнєвого спілкування додатково до рідномовного, який вже є. За останні роки в процесі моніторингу навчального процесу, програм, методів, стратегій відносно сучасних тенденцій розвитку суспільства, трансформацій у професійних сферах, викладачами кафедри іноземних мов та професійної

комунікації ТНЕУ розроблено навчально-методичні матеріали (НММ) для студентів різних факультетів, які спрямовані на досягнення заданих параметрів розвитку студента. Використання в НММ авторитетних закордонних видань, що активно впроваджується останнім часом на кафедрі, поряд з очевидними перевагами (реальні комунікативні ситуації), має суттєві недоліки (відмінність у традиціях навчання, у фахових сферах, національному менталітеті) [1; 2].

У зв'язку з чітким і вузьким професійним спрямуванням, новими й актуальними потребами та вимогами ринку праці, забезпечення якості знань та контролю прогресу у вивченні мови спеціального вжитку виникає необхідність у розробці певного типу НММ. Такі НММ покликані: заповнити лакуни, пояснити розбіжності культурно-мовних норм та конотацій мовних одиниць в іноземній та рідній мовах, відмінності в комунікативних стратегіях, виправити комунікативні перешкоди та подолати труднощі при вивченні іноземної мови за автентичними виданнями, які не містять вправ на переклад, пошуку україномовних еквівалентів, відтак сприяти не тільки формуванню навичок інтерпретації та комунікативної компетенції, індивідуалізації навчання, а й моніторингу якості знань і навичок як викладачами, так і самими студентами.

Комплекс вправ може бути спрямований на виконання таких видів завдань:

- пояснення відмінностей культурно-мовних норм української та англійської мов на основі складових морфологічного аналізу слів у реченні, значення мовних одиниць;

- організація навчання лексикографічних та термінографічних аспектів на основі тлумачення загальноживаного та термінологічного значення слова, пошуку україномовних еквівалентів та їх відмінностей в обох мовах;

- виявлення способів диференціації, семантизації, деривації термінологічної лексики у рідній та англійській мовах;

- перекладу та виокремлення понять термінів, які не співпадають у рідній та англійській мовах;

- перекладу та додаткового тлумачення граматичних та лексичних явищ;

- розуміння відмінностей у застосуванні комунікативних стратегій обох культур на основі моделювання реальних ситуацій;

- моніторингу та контролю якості знань та навичок рівня володіння мовленнєвою діяльністю.

Отже, потреби сучасного інформаційного суспільства вимагають постійного моніторингу освітніх послуг як ефективною системою контролю й оцінки якості знань та умінь для того, щоб вчасно вносити потрібні корективи й стимулювати студентів до вдосконалення іншомовної фахової компетенції.

Література:

1. Лукіна Т. Моніторинг якості освіти: теорія і практика / Т. Лукіна. – К. : Вид. дім «Шк. світ» : Вид. Л. Галіцина, 2006. – 128 с.

2. Березнікова Н. Використання комп'ютерних додатків для морфологічного аналізу аутентичних фахових текстів як стратегія моніторингу якості знань та навичок володіння іноземною мовою / Н. Березнікова // Сучасне літературознавство та прикладна лінгвістика: американські та британські студії: Матеріали I Міжнародного симпозіуму. – В 2 т. – Т. 2 – К.: Університет «Україна», 2013. – 224 с. – С.15-16.

Сандій Л. В.,

к. філол. н., доцент кафедри іноземних мов
та професійної комунікації ТНЕУ

КУЛЬТУРНА МАРКОВАНІСТЬ І АСОЦІАТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ НЕОЛОГІЗМІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ СФЕРИ ЕКОНОМІКИ

Специфіка нових лексичних і фразеологічних одиниць англійської мови сфери економіки полягає в тому, що вони функціонують у просторі, де процеси взаємодії суб'єктів економічних відносин регулюються конкуренцією, і де сьогодні маніпулюють не так матеріальними об'єктами, як ідеями, образами, інтелектом, знаннями. Потреба розв'язувати складні практичні завдання призводить до зростання частки неологізмів, котрі репрезентують нові реалії через складні асоціації і вторинні смислові значення.

Наприклад, для утворення цілого ряду номінацій використовуються такі мовностилістичні засоби вираження, як метафора – *golden hand cuffs, corporate anorexia, housing bubble, wallet biopsy*; метонімічне перенесення – *all-hands meeting, Davos Man, grey hairs, to borrow brains*; евфемізм – *career-change opportunity, down aging, new unemployables, over qualification*; алюзія – *falling knife* (алюзія на відомий вислів «*Never try to catch a falling knife*»), *to puts kinin the game* (реалізація авторської інтенції через вираз *skinin the game* – «на кону – власна шкіра»).

Подібну природу мають новотвори із залученням деяких стилістичних фігур, а саме: алегорія – *hedge hog concept, seagull manager*; обіграння звукової оболонки слів – *advertasement, blame storming, murketing (murky + marketing), soul proprietor, stop lifting, stuck holder*; алітерація – *payper click, payper play, top-to-top*; повна та часткова редуплікація – *bling-bling economics, flash crash, squeeze-and-tease*; оксюморон – *glocalization (globalization + localization), grow threcession, high low, co-opetition (co-operation + competition)*; іронія – *regime change*.

Важливим засобом вираження економічного лексикону є зростання частки відонімних новотворів, котрі відбивають ціннісні засади англомовного соціуму. Зокрема, чимало інновацій утворено від антропонімів (*to Barnumize, Cramerbounce, Putinomics, Icahn Lift, James Bond Stock Index, J. Lo, stoozing, Tobintax*), лінгвонімів (*Chinglish, Denglish, Weblish*), топонімів (*bangalored, BASIC, Chindia, LakeWobegoneffect, Riohedge*), хрононімів (*Black Friday, Christmas creep, Cyber Monday*).