

8. <http://www.gold9999.ua/zakon/>
9. <http://forbes.ua>
10. <http://www.squidoo.com/stock-market-jargon>
11. <http://www.investopedia.com/terms>

Румянцева Е. Компаративный анализ английских и украинских биржевых жаргонизмов.

Статья посвящена сопоставительному анализу украинских и английских жаргонизмов, репрезентирующих концепт УЧАСТНИКИ БИРЖЕВЫХ ТОРГОВ в биржевом электронном дискурсе. Биржевой жаргонизм при прохождении через ментальный мир участников биржевых торгов помимо объективно существующих понятийных свойств, приобретает свойства субъективные - образы, эмоции, оценки, ассоциации, иронических коннотации. Общепринятый термин заменяется образным, часто ироничным или пародийным выражением с определенной эмоциональной окраской. Жаргонизм позволяет выразить позитивное либо негативное отношение к тому или иному явлению биржевого процесса. Метафорический перенос рассматривается как один из основных способов образования жаргона. Негативная и позитивная оценка биржевых феноменов в английском жаргоне представлена с помощью цветообозначающих метафор. В украинском языке ценностный аспект концептов выражен с помощью заимствований из сфер-доноров: военного, компьютерного, молодежного сленгов, воровского жаргона.

Ключевые слова: профессиональные жаргонизмы, компаративный анализ, концепт, биржевой дискурс, биржевая метафора, метафорический перенос.

Rumyantseva E. Comparative Analysis of English and Ukrainian Exchange Jargonisms.

The article focuses on the comparative analysis of Ukrainian and English jargonisms representing the concept THE EXCHANGE TRADE PARTICIPANTS in Exchange electronic discourse. The Exchange jargonism while passing through the mental world of Exchange participants besides objectively existent concept properties gains the subjective properties - images, emotions, estimations, associations, ironical connotations. The generally accepted term is replaced by vivid, often ironical or parody expression with the certain emotional colouring. The jargonism allows to express positive or negative attitude toward one or another phenomenon of exchange process. A metaphorical transfer is examined as one of the basic methods of professional jargon formation. The negative and positive estimations of the exchange phenomena in English jargon are presented by means of colour-denotative metaphors. In Ukrainian language the value aspect of concepts is expressed by means of borrowings from the spheres-donors: military, computer, youth slangs, thieves' cant.

Key words: professional jargonisms, comparative analysis, concept, Exchange discourse, Exchange metaphor, metaphorical transfer.

Юлия Сафьян
(Одесса)

УДК 81-115 [811.111+811.161.2]

**АССОЦИАТИВНЫЕ ПРИЗНАКИ КОНЦЕПТА SHARM/ЧАРІВНІСТЬ
В АНГЛИЙСКОЙ И УКРАИНСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ**

Статья посвящена сопоставительному исследованию способов вербализации концепта SHARM/ЧАРІВНІСТЬ в английском и украинском языках и определению сходных и различных ассоциативных признаков данного концепта в английской и украинской лингвокультурах на материале ассоциативных эссе. Результаты исследования показывают, что сходные ассоциативные характеристики концепта SHARM /ЧАРІВНІСТЬ связываются информантами двух лингвокультур с внутренними и/или внешними свойствами человека привлекать, очаровывать, восхищать других людей. Различия в ассоциативном восприятии данного концепта проявляются в том, что для англоязычных информантов обаяние является набором средств создания приятной коммуникативной обстановки (приветливость, улыбка, дружеское отношение, юмор), которыми должны владеть как публичные персоны (шоумены, артисты), так и обычные люди в бытовой и профессиональной сферах общения. Для украинских информантов обаяние является глубинным врожденным признаком, связанным с определенным набором этических ценностей (вера, добро,

искренность, порядочность, прощение, милосердие), носителями которых являются близкие люди, родители и, прежде всего, мать.

Ключевые слова: сопоставительный, концепт *CHARM /ЧАРІВНІСТЬ*, вербализация, ассоциативный, украинский, английский, лингвокультура, ассоциативное эссе.

Постановка проблемы. Потребность в исследовании социально-психологической природы обаяния определяется тем, что этот феномен давно используется в различных профессиональных сферах (публичная деятельность, менеджмент, общественное взаимодействие, реклама, кинематограф, шоу-бизнес и др.), не имея, однако, четкого содержания и эмпирически выявленных характеристик для каждой из указанных профессиональных сфер. В области психологии массовых коммуникаций исследуются, прежде всего, черты привлекательного, симпатичного, популярного и идеального коммуникатора (диктора, ведущего, шоумена и т.д.) [1]. С позиций лингвокультурологии и лингвоконцептологии обаяние может рассматриваться как этноспецифический лингвокультурный концепт [6], который по-разному толкуется в различных культурах. В отличие от понятия "красота", составляющими которого являются *эстетическая оценка* и *идеал* [2, с. 25], феномен обаяния определяется не обязательно красивой, но, прежде всего, яркой, привлекательной внешностью человека, индивидуальным стилем поведения, располагающей манерой общения, приятным голосом и улыбкой [3].

Целью настоящей статьи является сопоставительное исследование способов вербализации концепта *CHARM/ЧАРІВНІСТЬ* в английском и украинском языках и определение сходных и различных ассоциативных признаков данного концепта в английской и украинской лингвокультурах. В настоящей статье рассматриваются следующие **актуальные задачи:** 1) исследуются понятийные характеристики концепта ОБАЯНИЕ в различных лингвокультурах; 2) анализируются способы вербализации концепта *CHARM /ЧАРІВНІСТЬ* в английском и украинском языках 3) определяются сходные и различные ассоциативные признаки данного концепта у носителей английской и украинской лингвокультур на материале ассоциативных эссе.

Гипотеза исследования заключается в предположении, что концепт *CHARM/ЧАРІВНІСТЬ* представляет собой этноспецифическое ментальное образование, связанное с покоряющим влиянием человека, с его уникальной *притягательной силой*, которая проявляется во *внешних* (черты лица, голос, взгляд, улыбка, жестикация, манера поведения, подача себя и др.) и *внутренних* (характер, суждения, убежденность, внутренняя сила, отношение к другим людям, юмор и др.) свойствах человека и может обладать в различных культурах большей внешней или внутренней выраженностью. Таким образом, выявление различительных ассоциативных черт концепта *CHARM/ЧАРІВНІСТЬ* у носителей двух неблизкородственных лингвокультур связывается с установлением возможной зависимости одной из форм внешнего или внутреннего обаяния с типом лингвокультуры (англоязычной, украиноязычной).

Изложение основного материала. Необходимо отметить, что ценностные характеристики обаяния в различных европейских культурах связаны с общим признаком "привлекательность" (англ. *attractiveness*, фр. *charme*, нем. *Ausstrahlung*), которым обладает только человек и благодаря которому он воспринимается как обаятельный. При интерпретации феномена обаяния необходимо учитывать гендерный аспект. Так, например, во *французском* языке для понятия "обаятельный человек" используются обозначение "*personne charmante*", тогда как слово *charmeur* обозначает лицо любого пола "соблазнитель /соблазнительница, сердцеед, покоритель/ покорительница сердец. В *немецком* языке также существует понятие *Charmeur*, взятое из французского языка, которое используется только для характеристики мужчин, оказывающих неотразимое влияние на женщин. В *нидерландском* языке также используется заимствование из французского языка *charmant* ("очаровательный, обаятельный") наряду с нидерландскими *betoverend* ("очаровательный, обворожительный") и *bekoorlijk* ("очаровательный, пленительный, прелестный"). В русском языке для обозначения обаятельного человека любого пола используется эмоционально окрашенная лексическая единица *обаяшка*, синонимичными вариантами которой являются *душка, очароваша, прелесть, прелестница, очаровашечка, очаровашка* [6, с.97].

В английском языке лексема *charm* определяется как "*the power or quality of delighting, attracting, or fascinating others he was captivated by her youthful charm*" [12]. Этимология английской лексемы *charm* восходит к старофранцузскому *charme*, где оно обозначало "magic charm, magic, spell" или "incantation, song, lamentation" (ср. OFr *charme* < Lat. *carmen* = song, verse, enchantment, religious formula < Lat. *canere* = to sing). В свою очередь, глагол *charm* обозначал "to recite or cast a magic spell" (ср. OFr *charmer* = to enchant, to fill (someone) with desire (for something)) и использовался в старофранцузском языке как в магическом, так и не в магическом значениях [10]. С середины 15 века используется в английском языке в значении "*to win over by treating pleasantly, delight*" ("расположить к себе приятным обращением, очарованием"). Производное *charmed* (сокращенно от клише "*I am charmed* ") используется с 1825 г. в качестве традиционного ответа на приветствие или при встрече в значении "Я очень рад! (Рад!)" [11].

Признак *charming* в английском языке эксплицируется широким рядом определений, представляющих собой синонимичные варианты прилагательного "обаятельный" с различными доминантами на внешних или внутренних свойствах человека, способного привлекать: (1) *delighting, pleasant* (радующий (взор, глаз), доставляющий удовольствие), (2) *attracting* (привлекательный, притягивающий), (3) *fascinating* (захватывающий, очень интересный), (4) *captivating* (захватывающий), (5) *enchanting* (зачаровывающий), (6) *engaging* (вовлекающий), (7) *glamorous* (привлекательный, чаще об одежде, в значении "чрезвычайно яркий"), (8) *ravishing* (необычайно привлекательный, приятный, поразительный, чаще о внешности), (9) *appealing* (привлекательный, притягательный, также в значении "сексуальная привлекательность", "сексапильность"/*sex appeal*), (10) *winsome* (в целом приятный и захватывающий, часто о женском очаровании или невинности), (11) *winning winsome/taking* (для характеристики улыбки или в значении "обворожительный, склоняющий на свою сторону" для описания личности человека) [12].

Лицо, обладающее признаком привлекательности, в английском языке обозначается с помощью лексемы *charmer* и определяется как "*a person with an attractive, engaging personality, a person who habitually seeks to impress or manipulate others by exploiting an ability to charm*" [12]. Лексема *charmer* в английском языке представлена двумя семемами: 1) *charmer – a person claiming or seeming to have magical powers* (син. *magician, sorcerer*) (чародей, маг, волшебник), например, *He was a charmer, and could even read the thoughts of people* (Он был волшебником и мог даже читать мысли людей); 2) *charmer – an attractive person, one who possesses great attractiveness or powers of fascination; usually applied to a woman* (обаятельная личность, обладатель большой привлекательности или способности очаровывать), используемое обычно по отношению к женщине [9].

В украинской лингвокультуре концепт ЧАРІВНІСТЬ/ЧАРІВЛИВІСТЬ в понятийном аспекте связывается с семантикой слова *чари*, которое обозначает *волшебство, магические средства (приворотне зілля, приворот-зілля, приворотень)* или *магические действия/приемы (приворот)*, с помощью которых колдуны (*чаклуни*) способны повлиять на ход событий, людей и природу [7, с. 948-949]. В свою очередь, лексема *чарівник* (син. *чаклун, чародій, чародійник*) используется для обозначения человека, который делает что-то очень легко, ловко и может очаровать (*зачарувати, причарувати*) других, то есть действовать, влиять на кого-то чарами. Когда-то колдунов называли *відунами-волхвами* или *обаятелями* (от *б́аяти* - "говорить", *обаяніє* - "заклинания у заклинателей") [4, с. 633]. При этом однокоренные существительные ж.р. *чарівниця, чарівничка, чарівниченька* обозначают "ласкаві й пестливі форми уосібнення дівчини, жінки переважно при звертанні" (напр. "*Дівчинонько-чарівничко, сподобалось мені твоє личко.*", П. Чубинський) и связаны с понятием *чари* в значении "*зовнішня чи внутрішня приваба, що манить, викликає різні почуття*" (напр., *А в мене чари, чари готові: білеє личенько і чорні брови*, А. Метлинський) [4, с. 635].

Прилагательное *чарівний* в украинском языке связано с понятиями *волшебный, колдовской, чародейственный, чародейский* и имеет следующие значения: 1) *який має магічну силу*, 2) *надзвичайно, дуже гарний; чудовий, який захоплює неповторною красою та приваблює своєю зовнішністю або внутрішнім, духовним світом; надзвичайно вродливий*. Значение прилагательного *чарівливий* (рус. *чарующий, обворожительный, очаровательный, обаятельный, пленительный; обольстительный*) связано с активным проявлением и распространением обаяния

на других, например: 1) який містить чари; 2) який впливає чарами, 3) який є наслідком впливу таких чарів [7]. Также в украинской лингвокультуре ценностные характеристики обаяния тесно связаны с понятиями *привабливість/принадливість* и *приваба/принада* (то, что манит, привлекает и является приманкой, соблазном, привлекательной стороной чего-н.) [7]. В настоящее время в украинском языке для обозначения обаятельного мужчины или мужчины-мечты используется калька "*принц-чарівливець*" от английского *Prince Charming*, которая еще активно не закрепились в украинском языке, но адекватно передает образ украинского "прекрасного принца", например, в медийном дискурсе: "*Найкращий чоловік планети, американський танцюрист Максим Чмерковський, шукає дружину в Україні. В аеропорті Максима виглядає сценаристка проекту, яка приготувала картонку: на рожевому тлі напис англійською «принц-чарівливець». Принц з'являється, без коня, зате з валізою. Чарує усмішкою та роздає компліменти*" [6, с. 202].

Таким образом, понятийные характеристики концепта *CHARM /ЧАРІВНІСТЬ* в английском и украинском языках совпадают в общем семантическом компоненте *charm/чари* и связываются со *свойствами* человека привлекать, очаровывать, восхищать других людей.

В настоящем исследовании для определения ассоциативных признаков концепта *CHARM /ЧАРІВНІСТЬ* у носителей английской (англо-американской) и украинской лингвокультур был использован метод написания короткого эссе [5, с. 47] с использованием первой фразы-стимула, что позволило активизировать ядерные и периферийные признаки концепта *CHARM /ЧАРІВНІСТЬ* и выделить их образные контрастивные характеристики в английской и украинской картинах мира. В эксперименте приняли участие студенты-филологи Дрогобычского государственного педагогического университета имени Ивана Франко, которые являются носителями украинского языка, а также студенты-филологи различных университетов Великобритании, США, родным языком которых является английский (число информантов, принявших участие в эксперименте, составило 100 человек для каждого языка). В качестве фразы-стимула использовалось иницирующее клише "*When I think of a charm or charming person I immediately imagine...*" для носителей английского языка) и "*Коли я думаю про чарівність або чарівну людина, то я відразу уявляю собі/думаю про...*" для носителей украинского языка, соответственно.

Результаты тестового анализа ассоциативных признаков концепта *CHARM /ЧАРІВНІСТЬ* в индивидуальном сознании современных носителей английской и украинской лингвокультур, проведенный на одной трети от общего корпуса ассоциативных эссе, показал определенную зависимость концептуализации феномена обаяния от различных видов лингвокультур.

Так, отличительными признаками *CHARM* для носителей англоязычной культуры являются внешние признаки обаяния, связанные, прежде всего, с *формально-поведческими коммуникативными стереотипами*, а именно: обаятельный человек должен быть остроумным, всегда улыбаться, быть приятным по отношению к другим людям, с которыми ему приятно быть (*nice person makes you smile, want to be around them, good conversation, something positive*). Основными субконцептами англоязычного концепта *CHARM* являются *APPEARANCE/ВНЕШНИЙ ВИД, PLEASANT/FRIENDLY ATTITUDE/ДРУЖЕСТВЕННОЕ ОТНОШЕНИЕ, HAPPY FEELING/ОЩУЩЕНИЕ СЧАСТЬЯ, FUN/ВЕСЕЛЬЕ, HUMOR/ЮМОР, SMILE/УЛЫБКА*.

В свою очередь, в украинской лингвокультуре концепт *ЧАРІВЛИВІСТЬ* презентуется субконцептами *ДОБРО, ГАРМОНІЯ, ВНУТРІШНЯ СИЛА, ЩИРІСТЬ, ВРАЗЛИВІСТЬ, МУДРІСТЬ, МИЛОСЕРДНІСТЬ*, которые определяются глубинными моральными ценностями, а также *КРАСА, СТАТЬ, ЖІНОЧНІСТЬ, СМАК*, связанные с внешними (чаще женскими) качествами. Контрастивными конституентами концепта *ЧАРІВНІСТЬ* являются субконцепты *ВІРА, БОГ, ПРОБАЧЕННЯ*. В качестве образцов обаятельных личностей украинские информанты часто выбирают своих родителей, прежде всего, мать, тогда как для представителей английской лингвокультуры обаятельными являются популярные актеры, певцы, коллеги и просто знакомые, друзья.

В результате проведенного исследования делаем **вывод** о том, что общие ассоциативные характеристики концепта *CHARM /ЧАРІВНІСТЬ* в английской и украинской лингвокультурах связываются с внутренними или внешними *свойствами* человека привлекать, очаровывать, восхищать других людей. Различия в ассоциативном восприятии данного концепта проявляются в том, что для

англоязычных информантов обаяние является набором средств создания приятной коммуникативной обстановки (приветливость, улыбка, дружеское отношение, юмор), которым должны владеть как публичные люди (артисты, шоумены), так и обычные люди в бытовой и профессиональной сферах общения. В свою очередь, для представителей украинской лингвокультуры семантика обаяния определяется такими глубинными духовными человеческими ценностями, как вера в Бога, добро, гармония, энергетика, положительная заряженность, а также внешними качествами, связанными, прежде всего, с женской красотой, привлекательностью, вкусом.

К перспективам дальнейшего исследования относим определение когнитивных моделей концепта *CHARM/ЧАРІВНІСТЬ* как составляющих менталитетов носителей английского и украинского языков, а также определение в рамках одностороннего сопоставительного исследования совпадений, контрастов и лакун в номинациях ядерных и периферийных лексем концепта *CHARM /ЧАРІВНІСТЬ* в неблизкородственных английской и украинской лингвокультурах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агеичева О. И. Оценка обаяния телеведущего телезрителями с разными личностными качествами: дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05 / Ольга Игоревна Агеичева. – Москва, 2007. – 227 с.
2. Балалыкина Э.А. Представление о красоте в русском языковом сознании // Язык и этнос: Материалы Первой выездной академической школы для молодых лингвистов-преподавателей вузов РФ (30 нояб. - 2 дек. 2001 г.). – Казань: Школа, 2002. – С.24-35.
3. Дружинина К. М. Языковое представление улыбки как компонента коммуникации : на материале художественной прозы XIX-го века : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.01 / Дружинина Кира Михайловна; [Юж. федер. ун-т]. – Ростов-на-Дону, 2011. – 213 с.
4. Жайворонок В.В. Знаки української етнокультури : словник-довідник / Жайворонок В.В. – К. : Довіра, 2006. – 703 с.
5. Карасик В. И. Языковые ключи. – М. : Гнозис, 2009. – 406 с.
6. Сафьян Ю.О. Лингвокультурный типаж "CHARMER" как разновидность концепта "CHARM" в английском языке / Ю.О.Сафьян // Науковий вісник ПДПУ імені К. Д. Ушинського. – Лінгвістичні науки. – 2013. – №16. (Одеса, 2013 р.) – Одеса: "Астропринт", 2013. – С. 196-204. .
7. Сучасний тлумачний словник української мови : 65 000 слів / за заг. ред. докт. філол. наук, проф. В.В.Дубчинського. – Х. : ШКОЛА, 2006. – 1008 с.
8. Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus [Electronic resource]. Mode of access: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/british/>
9. Collins English Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english>
10. Online Etymology Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.etymonline.com/index.php>
11. Online Urban Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.urbandictionary.com/>
12. The Compact Edition of the Oxford English Dictionary / Complete text reproduced micrographically. – Oxford : University Press, 1971. – Vol.1 : A-O. – 2048 p.; Vol. 2 : P-Z. – 4116 p.

Саф'ян Ю.О. Асоціативні ознаки концепту *CHARM /ЧАРІВНІСТЬ* в англomовній та україномовній лінгвокультурах.

Статтю присвячено зіставному дослідженню засобів вербалізації концепту *CHARM /ЧАРІВНІСТЬ* в англійській та українській мовах та визначенню спільних і відмінних асоціативних ознак досліджуваного концепту в англійській і українській лінгвокультурах на матеріалі асоціативних есе. Результати дослідження свідчать, що спільні асоціативні характеристики концепту *ЧАРІВНІСТЬ* зв'язуються інформантами двох лінгвокультур із внутрішніми та/або зовнішніми властивостями людини приваблювати, чарувати та захоплювати інших людей. Відмінності в асоціативному сприйнятті концепту *ЧАРІВНІСТЬ* виявляються в тому, що для англomовних інформантів чарівність є набором засобів створення приємної комунікативної обстановки (привітність, усмішка, дружнє ставлення, гумор), якими повинні володіти як публічні персони (артисти, телеведучі), так і звичайні люди у побутовій та професійній сферах спілкування. Для українських інформантів чарівність є глибинною, майже вродженою ознакою, що пов'язана з певними етичними цінностями (віра, добро, щирість, порядність, прощення, милосердя), носіями яких є близькі люди, батьки і, перш за все, мати.

Ключові слова: зіставний, концепт *ЧАРІВНІСТЬ*, вербалізація, асоціативний, українська, англійська, лінгвокультура, асоціативне есе.

Safyan, Yulia. Associative Features of the CHARM Concept in the English and Ukrainian Linguistic Cultures.

The article focuses on the comparative study of the means for verbalizing the CHARM concept in English and Ukrainian, as well as on the identification of the common and distinctive associative features of this concept in the English and Ukrainian linguistic cultures based on associative essays. The study results indicate that the informants of both cultures associate the common features of the CHARM concept with both the inner and outer abilities of a person to attract, charm, and enrapture other people. The differences in the associative perception of this concept are expressed in that for English-speaking informants, charm is expressed as a set of outward means for creating a pleasant communicative environment (niceness, smile, friendly attitude, humor), which are peculiar to both public figures (entertainers, actors, celebrities, etc.) and ordinary people in every-day and professional interaction. For Ukrainian-speaking informants, charm is an inherent property related to a definite set of ethical values (faith, goodness, sincerity, integrity, forgiveness, benevolence) usually born by loved-ones, parents, most notably mother.

Key words: CHARM concept, linguistic culture, comparative, associative essay, English, Ukrainian.

Олена Хижняк
(Луганськ)

УДК 378. 159.111.(043)

**ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ
НА ЗАНЯТТЯХ ІЗ ПРАКТИЧНОГО КУРСУ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ**

Представлено проблему організації самостійної роботи студентів на заняттях із практичного курсу іноземної мови; проаналізовано форми та методи організації самостійної роботи. З'ясовано, що головним завданням вищої освіти є підготовка професійної інтелігенції, національної еліти, визначальними рисами якої є висока духовність та творча особливість. Самостійна робота студентів є важливим підґрунтям для формування професійних педагогічних умінь майбутнього вчителя. Використання різних видів самостійної роботи допомагає підвищити рівень знань студентів, активізувати пізнавальну активність, урізноманітнити роботу на заняттях, як у процесі вивчення нового матеріалу, так і у процесі закріпленні вже вивченого. Самостійна робота є основним засобом засвоєння студентом навчального матеріалу в час, вільний від обов'язкових навчальних завдань. Установлено, що різноманітність форм самостійної роботи студентів зумовлює необхідність планування її відповідно до конкретних умов навчального процесу, рівня підготовки студентів; самостійна робота набуває творчого, пошукового характеру, у процесі чого створюються необхідні умови для розвитку самостійного творчого мислення; удосконалюється і посилюється навчально-методичне керування самостійною роботою студентів, що сприяє її ефективності й результативності.

Ключові слова: професійна підготовка, самостійна робота, студент, іноземна мова.

Постановка проблеми. Інтеграція України в Європейський освітній простір створила могутній імпульс до подальшого розвитку освіти в нашій країні. Такий важливий для нас крок передбачає, насамперед, орієнтацію вітчизняної системи освіти на спільні загальноєвропейські цінності, напрями модернізації, актуальні дидактичні концепції, завдання та цілі побудови освіти двадцять першого сторіччя, спрямованої на розвиток гуманістично-вихованої та освіченої особистості, створення умов для її самоосвіти, самореалізації упродовж життя [2, с.11].

Як відомо, обсяг сучасних знань людства подвоюється в середньому кожні 5 років, натомість тривалість навчання у ВНЗ залишається практично незмінною. Отже, щоб підготувати конкурентоспроможного сучасного фахівця, необхідно насамперед навчити його самостійно орієнтуватися в потоках інформації, що постійно зростають, оновлювати і збагачувати себе в інтелектуальному і професійному плані.

Однією з актуальних проблем сучасної методики навчання іноземних мов у вузах є орієнтація всього навчального процесу на активну самостійну роботу студентів. Досвідом підтверджено, що самостійна робота студентів є важливим підґрунтям для формування