

While speaking, we are linking together and emphasising certain words, rather than each word standing alone. Sometimes students fail to recognize individual words in songs. The music assists in emphasising the 'flow' of the words. We agree with B. Ebong and M.J. Sabbadini's conclusion that there are no 'standard' songs for teaching pronunciation [3]. Any song can be an example of different pronunciation aspects. However, teachers try to choose songs that are clear, not too fast, memorable, likely to appeal to our learners and easy to create activities for, depending on the area of pronunciation they are focusing on.

In summary, teaching pronunciation is an important aspect of teaching a foreign language. Separate sounds, words and phrases, connected speech can be effectively taught using songs. The songs should meet specific requirements. The prospect for further research can be selection of songs to teach pronunciation to young learners.

REFERENCES

1. Захарченко А. О. Особливості організації навчання англійської мови на ранньому етапі // Англійська мова та література. 2008. №1 (38). С. 28–31.
2. Коваленко О. Я. Формування компетентнісного підходу до вивчення іноземних мов // Іноземні мови в навчальних закладах. 2008. №3. С. 1–7.
3. Ebong B., Sabbadini M.J. Developing pronunciation through songs. URL: <https://www.teachingenglish.org.uk/article/developing-pronunciation-through-songs> (дата звернення 04.12.2020)
4. Kelly J. How to teach Pronunciation. Longman, 2000. 164 p.

Мельник В. О.

група МАФ–2 (Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка)
Науковий керівник – канд. філол. наук, викладач Гарасим Т. О.

SOCIOLINGUISTIC FEATURES OF ENGLISH EDITORIALS

Widespread use of mass media and technology in everyday life has led to in-depth study of publicistic discourse and, in particular, media discourse in modern linguistics. Nowadays this type of discourse is considered as one of the most powerful and important means of transmitting information to a wide range of people and influencing the audience. Discourse includes the social context, information about the participants of communication, knowledge of the production process and perception of texts. It is a sociolinguistic phenomenon of the modern communicative environment, which is determined by its social and cultural, political, pragmatic and situational, psychological factors [1].

Publicistic discourse is one of the most widely used types of discourse in modern society. It is interpreted as a distant form of communication between media members and mass audience, which is characterized by a certain ideological orientation and may meet the interests of certain social groups. Publicistic discourse covers the most important aspects of life, reflects the state of society's development and has an impact on the audience [5].

An editorial is a type of publicistic discourse that reflects current events or that may be of interest to a wide readership [4]. The editorial article has such stylistic features as a combination of stylistically neutral and emotional vocabulary, the presence of stereotypes and neologisms, simplified syntax of spoken language, the presence of toponyms, anthroponyms, numerals, stamps and clichés, phraseologisms [3]. The difference of an editorial from other types of publicistic discourse lies in its structure, which consists of a title, an appeal, a photo, the transference of personal experience, editor's contact information, and a signature. An editorial of an English-language publicistic discourse is characterized by sociolinguistic peculiarity.

English publicistic discourse has certain lexical and stylistic features: extensive use of lexical units of the lower case, namely colloquial vocabulary, the use of idioms, metaphors, nationally marked vocabulary, figurative expressions, etc. [2]. The use of this vocabulary adds emotional expressiveness to the publicistic texts, makes them more understandable and close to the reader, emphasizes the author's attitude to what is written, creates an atmosphere of casual communication, conveys culturally specific information. English publicistic discourse aims to gender neutrality. Gender asymmetry is becoming less and less noticeable in modern English. There is a tendency to use more neutral vocabulary in order to avoid gender-labeled units in English publicistic discourse.

The development of gender correctness and literacy requires appropriate publicistic discourse, which has a great influence on the person's development in today's globalized world. Having analyzed the usage of gender-labeled and gender-neutral vocabulary in English-language editorials in women's and men's periodicals we concluded that the trend of using gender-neutral lexical units is becoming increasingly relevant. We have also distinguished between target and gender-marked lexical units at the phonetic, lexical and syntactic levels in editorials for men and women. In the process of analyzing the vocabulary of editorials, we have come to the conclusion that men's magazines are characterized by the use of slang, neologisms, terms and vulgar words and less correct vocabulary in general, and women's publications are full of expressively colored lexical units and euphemisms.

REFERENCES

1. Бахтин М. М. Проблема тексту у лінгвістиці, філології та інших гуманітарних науках // Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. Львів: Літопис, 1996. 318 с.
2. Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка. М., 1958. 459 с.
3. Кох В.А. Предварительный набросок дискурсивного анализа семантического типа. М.: Прогресс, 1978. Вып. 8. С. 11–18.
4. Крижанівська Г. Лист редактора в сучасних англійських жіночих журналах: структурно-композиційні та когнітивно-риторичні особливості. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2017. С. 238–242.
5. Тишак Л. Т. Деякі аспекти аналізу публіцистичного дискурсу. – URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/107147/24-Tishakova.pdf?sequence=1> (дата звернення: 05.12.2020)

Мельничук І. В.

група СОАМ–19–1 (Хмельницький національний університет)
Науковий керівник – канд. пед. наук, доцент Мартинюк О. В.

РОЗВИТОК АНГЛОМОВНОЇ ФОНЕТИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ УЧНІВ ПЕРШОГО ЦИКЛУ БАЗОВОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ

Згідно з Концепцією НУШ однією з ключових компетентностей, необхідних людині упродовж життя, є спілкування іноземними мовами. Однак, при переході на перший цикл базової середньої освіти (5-6 класи) навчання іноземної мови ускладнюється через період адаптації учнів до основної ланки школи. Спостерігається зниженні успішності, втрата зацікавленості, неадекватність поведінки, погіршення стосунків з однолітками та дорослими. Саме тому у цей період необхідно застосовувати методи та прийоми навчання, які б активізували розумово-мовленнєву діяльність учнів, сприяли їх самостійності, здатності комбінувати навчальний матеріал відповідно до потреб комунікативної ситуації, розвивали мовлення, тренували пам'ять та увагу, базувалися на використанні наочності, парних, групових та ігрових форм роботи, автентичних англійських онлайн-ресурсів, аудіо- та відеоматеріалів.

Проблема формування іншомовної фонетичної компетентності досліджувалась вітчизняними вченими, серед них С. Л. Бобир, О. О. Коломінова, В. В. Копилова,