

+МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Минский государственный лингвистический университет

**МАТЕРИАЛЫ
ЕЖЕГОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
СТУДЕНТОВ И МАГИСТРАНТОВ УНИВЕРСИТЕТА**

16–18 апреля 2024 года

В четырёх частях

Часть первая

Минск
МГЛУ
2024

УДК 800
ББК 81.2
М34

Редакционная коллегия: Н. Е. Лаптева (*ответственный редактор*), О. В. Луцинская (*зам. ответственного редактора*), Т. А. Лопатик, Л. А. Силкович, Е. Г. Карапетова, О. В. Янчукович, А. С. Баранова, А. А. Дерунова, О. А. Артемова, Н. В. Егоров, Т. П. Леонтьева, Т. В. Бусел, Н. П. Грицкевич

М34 **Материалы** ежегодной научной конференции студентов и магистрантов университета, 16–18 апреля 2024 г. : в 4 ч. Ч. 1 / отв. ред. Н. Е. Лаптева [и др.]. – Минск : МГЛУ, 2024. – 2,09 Мб.

ISBN 978-985-28-0263-5 (Ч. 1)

ISBN 978-985-28-0262-8

Первая часть сборника содержит материалы работы секций по направлениям «Педагогика», «Методика преподавания иностранных языков», «Перевод и обучение переводу» а также круглых столов «Современные проблемы образования: взгляд молодого исследователя», «Формирование исследовательских навыков студентов в процессе изучения педагогических дисциплин», «Русский язык: теория, функционирование, практика преподавания», «Лингвометодические аспекты языковой подготовки студентов младших курсов», «Переподготовка переводчиков: теоретические и прикладные аспекты», «Обучение иностранным языкам: методическое наследие и современность (к 80-летию профессора И. М. Андреасян)», «Профессионально-ориентированное обучение: лингвистика и перевод», «Профессионально-ориентированное обучение межкультурной коммуникации: теория и практика».

УДК 800
ББК 81.2



Электронная версия издания доступна
в электронной библиотеке МГЛУ
по ссылке e-lib.mslu.by или по QR-коду

ISBN 978-985-28-0263-5 (Ч. 1)
ISBN 978-985-28-0262-8

© УО «Минский государственный
лингвистический университет», 2024

ПЕДАГОГИКА

К. Д. Аливер, В. Д. Плиговка

ПОВЫШЕНИЕ СТРЕССОУСТОЙЧИВОСТИ БУДУЩЕГО ПЕДАГОГА В ПРОЦЕССЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ

Под стрессоустойчивостью понимается интегративное свойство личности, характеризующееся взаимодействием интеллектуальных, эмоциональных, волевых и мотивационных компонентов психической деятельности, которые обеспечивают человеку оптимальное достижение цели деятельности без вреда для здоровья. Стессоустойчивость повышается путем формирования навыков саморегуляции в сложной эмотивной обстановке, что особенно значимо в педагогической профессии.

Для выявления возможностей повышения стрессоустойчивости будущих педагогов в процессе профессионального обучения мы провели опрос студентов 2 курса ФАЯ МГЛУ ($n = 41$). По его результатам, стрессоустойчивыми себя считают 61 % опрошенных (24 % – «да», 37 % – «скорее да, чем нет»). Студенты указали на наиболее стрессогенные события, связанные с обучением в университете, среди которых лидирующие позиции занимают экзаменационная сессия (76 %), большая учебная нагрузка (66 %), строгие учебные требования преподавателей (46 %) и жесткие временные рамки выполнения учебных заданий (44 %). Чтобы справиться с учебным стрессом, большинство студентов прибегает к отвлекающим поведенческим стратегиям («отвлекаю себя чем-либо» – 61 %, «балую себя любимыми вещами» – 58,5 %). Половина опрошенных использует когнитивные («анализирую проблему» – 51 %) и поведенческие стратегии, связанные с социальным отвлечением («ищу поддержку среди близких» – 49 %).

Хотя производственная педагогическая практика проходит на 5 курсе, 39 % опрошенных студентов испытывают некоторый страх перед ней уже на 2 курсе. Наибольшее беспокойство у респондентов вызывают возможное взаимодействие с родителями учащихся (58,5 %), поддержание учебной дисциплины (56 %), взаимодействие с учениками на уроках (51 %), а также планирование и организация уроков (51 %). Наиболее эффективными мероприятиями для повышения стрессоустойчивости студентам представляются личные беседы с психологом (51 %) и специальные тренинги по преодолению стресса (49 %), в то время как мероприятия, предполагающие самостоятельные усилия по развитию навыков саморегуляции, выбираются реже (внеаудиторная активность – 32 %, встречи с педагогами-мастерами – 29 %, занятия риторикой – 29 %, публичные выступления – 27 %). Таким образом, для повышения стрессоустойчивости будущих педагогов в процессе профессионального обучения целесообразно расширять возможности вовлечения студентов в интерактивные виды аудиторной и внеаудиторной деятельности для формирования навыков управления своим эмоциональным состоянием на публике.

**ТРУДНОСТИ В ОБУЧЕНИИ ШКОЛЬНИКОВ:
В ЧЕМ ПРОЯВЛЯЮТСЯ И ЧЕМ ОБУСЛОВЛЕННЫ?**

Под трудностями в обучении понимается комплекс проблем, которые возникают у школьника при систематическом обучении и приводят к ухудшению состояния здоровья, нарушению социально-психологической адаптации и снижению успешности обучения. В массовой педагогической практике трудности в обучении определяются как невыполнение требований к освоению образовательных программ, поэтому для их преодоления работа педагога направлена на помощь в усвоении наиболее сложного для ученика учебного предмета. В рамках нейропсихологического подхода причины трудностей связывают с особенностями высших психических функций и предлагают методы их диагностики и развития. В целом причины трудностей в обучении могут заключаться в дефицитах как внутренних, так и внешних условий развития и обучения школьников, поэтому предполагают сотрудничество классного руководителя, учителей-предметников, логопеда, психолога, администрации школы и семьи.

Для определения состояния проблемы в педагогической практике мы провели опрос студентов 2–4 курсов МГЛУ ($n = 55$). По результатам опроса, только треть студентов (34,5 %) испытывали трудности в обучении в школьные годы, что и обеспечило возможность продолжения образования. При этом для 42 % опрошенных трудности пришлись на старший школьный, а для 35 % – на подростковый период. Студенты связывают свои учебные трудности с учебными перегрузками (53 %), со стрессом и неустойчивым эмоциональным состоянием (42 %), с некомпетентным преподаванием (35 %), с пробелами в знаниях по учебным предметам (31 %), с потерей мотивации к учению (29 %).

К основным виновникам своих трудностей в обучении в школьные годы респонденты отнесли учителей-предметников (53 %) и самих себя (38 %). В целом работников школы как виновников своих учебных трудностей назвали 88% студентов, что свидетельствует о потребительском отношении к образованию и идеализации педагогических возможностей.

Согласно результатам опроса, 72 % респондентов удалось преодолеть учебные трудности в школьный период. При этом основные заслуги на пути преодоления студенты приписывают себе (69 %), родителям (56 %) и друзьям (31 %). На долю педагогических работников в целом приходится 29 %.

Таким образом, преодоление трудностей в обучении школьников является сложной социальной, медицинской, психологической и педагогической проблемой. Результаты опроса студентов показывают, что в субъективном восприятии обучающихся педагогические работники больше создают эти трудности, чем помогают их преодолеть.

М. Д. Бильдюк

РОЛЬ РОДИТЕЛЬСКОГО КОНТРОЛЯ И ПОДДЕРЖКИ В СОЦИАЛЬНОМ РАЗВИТИИ УЧАЩИХСЯ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Вопрос социального развития учащихся младшего школьного возраста в последние годы оказывается в фокусе внимания исследователей в области педагогики и детской психологии. Причиной тому служит наличие целого ряда факторов, влияющих на социальное развитие младших школьников. Советский психолог Л. С. Выготский в своих работах писал, что социальная среда способствует формированию основных характеристик личности у ребенка этого возраста и обеспечивает его социальное развитие. Не секрет, что семья является первой социокультурной средой ребенка, и именно поэтому ее роль в социальном развитии учащихся младшего школьного возраста нельзя недооценивать.

Одной из форм контроля родителей может выступать установление правил и ограничений, что помогает ребенку понять, как вести себя в обществе, что является приемлемым и неприемлемым. Это способствует формированию у ребенка понимания социальных норм и правил взаимодействия с окружающими. Другим проявлением родительского контроля может быть мониторинг деятельности ребенка. Мониторинг деятельности детей со стороны родителей играет ключевую роль в социальном развитии ребенка по причине возможности укрепления связи и взаимодействия с ним. Обучение родителями навыкам и ценностям также может выступать как форма контроля детей, способствующая развитию социальных навыков ребенка. Родители могут учить детей общению, толерантности, уважению к другим, что поможет им в развитии социальных навыков и гармоничных отношений с окружающими.

Стоит также упомянуть, что психологическая поддержка со стороны родителей играет важную роль в социальном развитии детей, поскольку она способствует развитию эмоционального интеллекта. Психологическая поддержка от родителей помогает детям развивать эмоциональную компетенцию, осознавать и управлять своими эмоциями, понимать чувства других и учиться эмпатии. Поддержка родителей может проявляться в активном участии в жизни ребенка, тем самым помогая ему в обучении, стимулируя интерес к учебе и саморазвитию, обеспечивая доступ к образовательным ресурсам и поддерживая его успехи и достижения.

Таким образом, сочетание родительского контроля и поддержки является оптимальным подходом к социальному развитию учащихся младшего школьного возраста, поскольку оно способствует формированию навыков общения, социальной компетенции и успешной адаптации к жизненным ситуациям. Поэтому, важно обеспечивать учащихся родительской поддержкой и контролем, чтобы обеспечить им благоприятное социальное развитие и успешное взросление.

И. Д. Богдан

ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Развитие информационных технологий и цифровая трансформация общества требуют поиска новых подходов к обучению. Традиционная модель, в которой учитель являлся основным транслятором знаний, уже не работает так эффективно, как хотелось бы. Для нового поколения обучающихся необходимы новые технологии обучения, которые учитывали бы индивидуальные особенности, создавали возможности для развития критического мышления и формирования коммуникативных навыков. В современном образовании активно используются технологии дистанционного обучения, которые открывают ряд возможностей: обеспечивают возможность индивидуализации процесса обучения, учитывающую познавательные способности обучающихся, мотивацию и др.; позволяют углубить содержание учебной дисциплины, сохраняя и обогащая знания и компетенции, включенные в учебную программу; интенсифицируют процесс обучения; создают условия для оптимизации психологической и физиологической нагрузки обучающихся.

В последней редакции Кодекса Республики Беларусь об образовании появился термин “дистанционное обучение”, но на данный момент в стране не введено дистанционное обучение как полная альтернатива дневной и заочной форме получения образования. Дистанционная форма получения образования определяется как «обучение и воспитание, предусматривающие преимущественно самостоятельное освоение содержания образовательной программы обучающимся и взаимодействие обучающегося и педагогических работников на основе использования дистанционных образовательных технологий» (Кодекс РБ об образовании). С 2020 года система образования Республики Беларусь была вынуждена быстро перестраиваться для использования он-лайн обучения и тестирования. В МГЛУ, а также в других университетах страны, преподавательским составом начали активно использоваться электронные платформы MOODLE и GOOGLE CLASSROOM, которые стали основой для организации дистанционного обучения. Эти платформы функционируют как вспомогательный инструмент для обучения студентов. Согласно проведенному нами анкетированию студентов МГЛУ (ФАЯ, ФНЯ) в количестве 100 человек были выявлены: недостаточный уровень технической поддержки дистанционного обучения; сложный дизайн MOODLE; недостаток дополнительных образовательных материалов и др.

Таким образом, подготовка студентов с использованием дистанционных образовательных технологий должна совершенствоваться, делая обучение более доступным и создавая новые возможности для развития и саморазвития личности обучающихся.

В. А. Богданович

КАК ПОВЫСИТЬ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ПРОФЕССИИ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ: МНЕНИЯ СТУДЕНТОВ

В связи с общемировой тенденцией старения педагогических кадров повышение привлекательности педагогической профессии позволит привлечь талантливых и мотивированных молодых людей в педагогическую сферу и поможет повысить качество образования.

Для определения эффективности мер по привлечению молодежи в педагогическую профессию мы провели анкетирование студентов 2–5 курсов МГЛУ ($n = 45$), которым предлагалось оценить востребованность и привлекательность педагогической профессии среди белорусской молодежи, а также указать на те меры, которые могут в наибольшей степени стимулировать молодежь к выбору педагогической профессии.

По результатам анкетирования, профессию педагога считают востребованной в современном обществе 71 % опрошенных студентов, в то время как на вопрос о популярности педагогической профессии среди молодежи 80 % респондентов ответили отрицательно. Полученные результаты подтверждают актуальность проблемы повышения привлекательности педагогической профессии среди белорусской молодежи. При этом экономические меры стимулирования молодые люди рассматривают в качестве приоритетных (увеличение заработной платы – 86 %). Среди других стимулирующих мер значимыми для молодых людей являются гарантии безопасности, защиты прав, чести и достоинства (60 %), возможности карьерного роста (53 %) и творческого самовыражения (53 %), чёткая нормированность педагогического труда (51 %), расширение возможностей повышения квалификации и обмена опытом (42 %).

Что касается способов информирования и пропаганды педагогической профессии среди молодёжи, то, по мнению студентов, наиболее эффективными являются популяризация блогов и видеоблогов педагогов-мастеров в социальных сетях (75 %), встречи с успешными педагогами (53 %), создание онлайн-платформы для обсуждения проблем молодых педагогов (48 %), организация педагогических конкурсов для старшеклассников «Профессиональные пробы» (33 %), открытие профильных педагогических классов (27 %).

В целом результаты опроса указывают на недостаточную популярность профессии педагога среди современной молодежи. Первоочередными мерами для повышения ее привлекательности молодежь считает экономические (повышение заработной платы и улучшение условий труда), информационные (популяризация значимости педагогической профессии и возможностей карьерного роста в образовании), социальные (создание программ поддержки и развития молодых педагогов в начале их профессиональной карьеры).

П. Б. Борисова

РАЗВИТИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО САМОСОЗНАНИЯ У СОВРЕМЕННЫХ СТАРШЕКЛАССНИКОВ

В современном мире, где конкуренция на рынке труда становится все более острой, важным навыком для успешной карьеры является развитое профессиональное самосознание. Особенно важно начать формирование его на старшей ступени школьного обучения. Старшеклассники сталкиваются с необходимостью выбора будущей профессии, и чем раньше они начнут осознавать свои интересы, цели и способности, тем легче им будет принимать обоснованные решения.

В первую очередь, развитие профессионального самосознания связано с пониманием собственных интересов и склонностей. Современные старшеклассники имеют доступ к разнообразным информационным и образовательным ресурсам, которые помогают им изучить различные сферы деятельности и определить, что их привлекает больше всего. Это может быть исследование различных профессий через Интернет, участие в профориентационных мероприятиях, а также общение с представителями различных профессий. Становится понятным, что сознание собственных ценностей и жизненных приоритетов играет ключевую роль в развитии профессионального самосознания. Учащиеся должны задуматься о том, какие факторы для них важнее всего в жизни: будет ли это стабильность, творческая реализация или социальное признание? Это поможет им выбрать профессию, соответствующую их ценностям, и чувствовать себя удовлетворенными своим выбором в долгосрочной перспективе. Кроме того, развитие профессионального самосознания включает в себя осознание собственных способностей и потенциала. Школьные годы – время для изучения различных предметов и областей знаний. Старшеклассники должны анализировать свои успехи и неудачи в учебе, выявлять те области, в которых они проявляют себя наилучшим образом, и принимать решения на основе этой информации.

Наконец, важно понимание требований современного рынка труда и перспектив его развития. Учащиеся старшего школьного возраста должны осознавать, какие профессии востребованы в настоящее время и какие навыки и квалификации потребуются в будущем. Это поможет им ориентироваться в выборе образовательных программ и планировании своей карьеры.

Таким образом, развитие профессионального самосознания у современных старшеклассников является важным этапом их жизни, который определяет их будущую карьеру и личностное развитие. Поддержка со стороны школы, родителей и классного руководителя очень важна – она помогает старшим школьникам осознать свои возможности и принять обоснованные решения о своем будущем.

Д. Д. Брилева

УРОВНИ АКТИВИЗАЦИИ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОДРОСТКОВ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Проблема активизации познавательной деятельности подростков является чрезмерно актуальной в настоящее время. Современный преподаватель осознает важность передачи учебной информации интересными для обучающегося способами и приемами и активности самого школьника во время образовательного процесса. Вовлечение подростка в полноценную учебно-познавательную деятельность в ходе взаимодействия в рамках субъект-субъектных отношений положительно скажется на скорости и качестве изучения иностранного языка.

Проанализировав научную литературу, касающуюся активизации обучающихся на уроке, мы пришли к выводу, что можно выделить определенные преемственно заменяющие друг друга при профессиональной поддержке учителя уровни познавательной деятельности школьников на уроках иностранного языка.

Первый уровень – репродуктивно-подражательная деятельность, когда учащиеся осваивают образцы познавательной деятельности путем изучения опыта других учащихся в сотрудничестве с ними и учителем. Деятельность учащихся помогает им понять и усвоить устоявшиеся модели изучения языка, такие как словарный запас и грамматические структуры. Второй уровень – поисково-исследовательская деятельность, когда учащиеся пытаются самостоятельно находить решения учебных задач, самостоятельно изучая язык, развивая навыки решения проблем и критического мышления; третий уровень – творческая деятельность, когда подростки сами предлагают учебные задачи и способы их решения. Это позволяет им мыслить нестандартно, находить инновационные решения и творчески выражать себя на изучаемом языке.

В заключение хотелось бы отметить, что понимание учителем важности педагогической поддержки обучающихся с применением интересных, соответствующих заданий на каждом уровне активизации познавательной деятельности подростков в процессе изучения английского языка имеет важное значение для эффективного и увлекательного языкового образования. Это позволяет учащимся стать активными участниками своего собственного учебного процесса, способствуя более глубокому пониманию и признательности к языку и его культурным аспектам.

УКРЕПЛЕНИЕ ЗДОРОВЬЯ ПЕДАГОГА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Под профессиональным здоровьем понимается комплексное физическое, психическое, духовное, социальное состояние специалиста, обеспечивающее ему активное, продуктивное выполнение профессиональных функций, а также устойчивость к негативным факторам профессиональной среды. В педагогической профессии забота специалиста о собственном здоровье играет ключевую роль, так как педагог несет высокую моральную ответственность за жизнь и здоровье своих воспитанников и обязан находиться в хорошей физической и психической форме.

Для выявления состояния профессионального здоровья учителей иностранного языка отечественных школ мы провели опрос студентов 1–5 курсов МГЛУ ($n = 100$), которым предлагалось вспомнить свои школьные годы и оценить частотность проявления нарушений различных аспектов здоровья у своих школьных учителей иностранного языка (ИЯ). Опрос показал, что, по воспоминаниям студентов, их учителя ИЯ в основном редко (37 %) и иногда (31 %) отсутствовали на уроках из-за болезни, что свидетельствует о их удовлетворительном соматическом здоровье. Что касается психического здоровья педагогов, то, по воспоминаниям студентов, учителя ИЯ проявляли умеренное раздражение деятельностью учащихся: часто (25 %), редко (27 %), иногда (28 %). В подавленном состоянии своих учителей ИЯ иногда видели 31 % студентов, редко – 24 % и никогда – 22 % опрошенных.

Анализируя психологические аспекты здоровья учителей ИЯ, студенты указали, что случаи, когда учитель без энтузиазма проводил занятие и жаловался на усталость, происходили в основном иногда (31 %) или никогда (27 %). В то время как в организации внеклассных мероприятий с учащимися и коллегами учителя ИЯ участвовали редко (24 %), иногда (26 %) и никогда (29 %).

По воспоминаниям студентов, большинство педагогов проявляли интерес к собственному здоровью. 43 % респондентов охарактеризовали отношение учителей ИЯ к своему здоровью как внимательное, 40 % – как заинтересованное, 37 % – как ответственное. Отношение учителей ИЯ к здоровью учащихся студенты оценили как заинтересованное (41 %) и внимательное (40 %).

Подводя итог сказанному, подчеркнем, что несмотря на в целом благополучную картину состояния профессионального здоровья отечественных учителей ИЯ, для профилактики их профессионально-педагогических заболеваний необходимо организовать комплексную систему мер, интегрирующую усилия государства, учреждения образования и самого педагога по укреплению здоровья на четырех уровнях: телесном, эмоциональном, смысловом и поведенческом.

О. Н. Гуринович

АРТИСТИЗМ УЧИТЕЛЯ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В ПОДРОСТКОВЫХ КЛАССАХ

В условиях цифровизации образования, которая обеспечивает обучающихся привлекательными и доступными источниками информации, возрастает потребность в артистичных педагогах с широким диапазоном эмоциональных реакций, способных творчески передать ученикам богатства человеческой культуры и обладающих эмоциональностью, наблюдательностью, интуицией, эмпатией, свободой самовыражения, способностью к импровизации, которые объединяются понятием «педагогический артистизм».

В связи с особенностями среднего школьного возраста выделим основные направления применения педагогического артистизма в работе с подростками:

1) повышение привлекательности информации, придание ей эмоциональной направленности за счёт обсуждения актуальных и жизненно важных для подростков тем, представления их посредством разнообразия технологий, методов, приемов, форм и средств организации работы на уроке;

2) проявление учителем эмпатии, воодушевление подростков путем оказания им поддержки и положительной оценки их усилий;

3) демонстрация высокого уровня речевой культуры как образца общения для подростков с целью формирования у них речевой компетенции;

4) применение драматизаций и ролевых игр с целью удовлетворения подростковой тяги к взрослости; эффективное использование средств невербальной коммуникации.

Возможности артистичного преподавания в обучении иностранному языку обусловлены коммуникативным подходом, который позволяет использовать социальные технологии и интерактивные виды работы для формирования у подростков эмоционального отношения к предмету.

Анализ результатов опроса учащихся 7–9 классов (n=20) показал, что современные учителя иностранного языка активно проявляют эмпатию в отношении учащихся, создают эмоционально благоприятную обстановку на уроках путем поддержания у себя хорошего настроения, использования юмора и шуток для снятия эмоционального напряжения, комфортны в общении как в классе, так и за его пределами. Вместе с тем, имея развитые дидактические способности, они избегают применения драматизаций и ролевых игр, организации игровых форм работы и участия в них вместе с подростками, а также использования музыки и фильмов на занятиях.

Таким образом, развитие педагогического артистизма как неотъемлемого компонента профессионального мастерства выступает актуальной задачей подготовки современного учителя иностранного языка.

Ю. В. Дорош

ЭСТЕТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ КИТАЯ

Одним из существенных направлений модернизации образования в современном Китае является возрастание роли эстетического воспитания в культурном и духовном развитии страны, в совершенствовании социальных отношений, в личностном становлении каждого человека. Сегодня большое внимание этой проблеме уделяется в КНР на всех уровнях образования. Особая роль здесь принадлежит начальной школе. Младшие школьники отличаются высокой эмоциональной восприимчивостью и инстинктом подражания, раскованностью и гибкостью воображения, преобладанием наглядно-образного мышления. Данные психические качества максимально способствуют освоению мира эстетически значимых предметов и явлений.

Одним из основных способов осуществления эстетического воспитания в начальной школе КНР является включение специальных предметов в учебные программы. В китайских школах предусмотрены уроки изобразительного искусства, музыки, литературы и других дисциплин, способствующих развитию эстетического вкуса у младших школьников. На этих уроках учащиеся знакомятся с китайской и мировой культурой, изучают историю искусства и анализируют произведения различных эпох.

Еще одно ключевое направление – это внеклассная деятельность. Школы активно организуют концерты, выставки, театральные постановки и конкурсы художественного творчества. Эти события не только позволяют ученикам выразить свои таланты и творческие способности, но и способствуют формированию у них эстетического вкуса и чувства прекрасного.

Важным аспектом эстетического воспитания в китайских школах является изучение и сохранение китайской традиционной культуры, где школьники знакомятся с китайской живописью, каллиграфией, музыкой, поэзией и другими аспектами культуры своей страны, что позволяет развивать творческие способности учащихся на основе богатого наследия предков.

Особого внимания заслуживает тот факт, что в современных условиях китайские школы с целью осуществления эстетического воспитания младших школьников активно используют информационно-коммуникационные технологии. Создание мультимедийных презентаций, разработка веб-сайтов с произведениями искусства, использование виртуальной реальности для интерактивного изучения искусства – все это позволяет ученикам начальной школы более глубоко погрузиться в мир искусства и культуры.

Таким образом, эстетическое воспитание младших школьников является одной из ключевых задач образовательной системы Китая, поскольку это способствует не только гармоничному развитию подрастающей личности, но и формированию культурно-образованного общества в целом.

А. В. Дубинина

ТЮТОРСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ОДАРЕННЫХ УЧАЩИХСЯ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ УЧРЕЖДЕНИЙ ОБЩЕГО СРЕДНЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Современная социокультурная ситуация актуализирует проблемы, связанные с разработкой нового содержания, индивидуализированных стратегий развития ученика в качестве субъекта собственной деятельности, с подготовкой педагога-профессионала, способного проектировать пространство «обретения учащимися собственной, индивидуальной субъектности» (Г. Л. Александров, С. М. Бочкарева).

В связи с этим формирование позиции педагога, как субъекта инновационной деятельности в условиях профессионального образования и научного поиска способов обеспечения системных изменений профессионально-педагогической деятельности, является одной из актуальных (В. А. Адольф, А. В. Хуторской).

Реализация направлений, изложенных в образовательном стандарте Республики Беларусь, предполагает построение образовательного процесса с учетом видов детской деятельности, форм организации образовательного процесса на основе личностно-ориентированного подхода. В рамках этого подхода в профессиональной педагогической деятельности появилось новое направление – тьюторство.

В современных условиях идет процесс развития института тьюторства, разрабатываются новые педагогические и управленческие средства, которые несут в себе огромный потенциал.

Тьюторство выступает сегодня комплексной технологией, особой культурой поддержки и помощи ребенку в решении задач его развития, обучения, воспитания, социализации. Особенно это важно в отношении одаренного обучающегося, чьи способности выделяют его из ряда других учащихся высоким уровнем своего проявления.

К особенностям тьюторского сопровождения образовательного процесса одаренных обучающихся следует отнести создание избыточной образовательной среды, открытость и вариативность обучения, реализацию принципа индивидуализации в образовании, что означает удовлетворение уникальных образовательных потребностей обучающихся. Для одаренных это означает признание и развитие их исключительных способностей, а также удовлетворение особых эмоциональных и социальных потребностей.

М. С. Зайцева

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ИНТЕРЕСА ШКОЛЬНИКОВ К УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Познавательный интерес играет ключевую роль в образовательном процессе, однако педагоги достаточно часто сталкиваются с такой проблемой, как его отсутствие у школьников. Особенно ярко это наблюдается у детей среднего и старшего школьного возраста. Отсутствие познавательного интереса может быть вызвано различными причинами, среди которых – некорректная подача учебного материала, что не соответствует интересам учащихся, а также недостаточно организованная индивидуализация обучения.

Одним из самых эффективных способов решения сложившейся проблемы является применение информационных технологий на учебных занятиях и при подготовке школьников к ним, т.к. наряду с постоянным развитием информационных технологий должны модернизироваться и формы, методы и приемы обучения. Сегодня среди учителей достаточно распространено использование мультимедийных презентаций. Это прекрасный способ организации урока, который способствует лучшему восприятию, а впоследствии и качественному усвоению информации учащимися. Также мультимедийные презентации позволяют наиболее упорядоченно предоставить учебный материал, добавляя ему наглядности и красочности.

Наравне с мультимедийными презентациями существует много и других ресурсов, использование которых особенно актуально для обучения иностранному языку. Например, различные онлайн-платформы с тестами и викторинами, электронные учебники, интерактивные карточки для запоминания иностранных слов, что значительно увеличивает возможность индивидуализации обучения. Так, происходит переход от пассивного получения знаний учащимися путем предоставления их в готовом виде, к самостоятельному поиску, выбору, обработке информации. Усложняется и увеличивается объем предоставляемого материала. К тому же, применение информационных технологий в обучении иностранному языку направлено на помощь в формировании, активизации речевых и рецептивных навыков, в развитии речевых/рецептивных умений.

Таким образом, использование информационных технологий в учебном процессе окажет положительное влияние на познавательную активность учащихся, а также частично упростит работу учителей при подготовке к учебным занятиям. Но стоит помнить, что использовать информационные технологии надо грамотно, в соответствии с учебной программой, а также использовать в комплексе другие приемы и методы повышения познавательной активности школьников для достижения наилучших результатов.

М. И. Карпицкая

ВОСПИТАНИЕ СОВЕСТИ КАК ВНУТРЕННЕГО РЕГУЛЯТОРА ПРАВСТВЕННОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОДРОСТКОВ

В психологии под совестью понимается способность личности осуществлять нравственный самоконтроль, самостоятельно формулировать для себя нравственные обязанности, требовать от себя их выполнения и производить самооценку совершаемых поступков, что доступно в подростковом возрасте на основе развития рефлексии. Совесть формируется только при наличии социальной среды, в которой востребованы ее проявления. Поэтому в задачи педагога входит создание воспитывающей среды, в условиях которой личность усвоит моральные нормы, т.е. не только будет подчиняться внешним правилам, но приобретет «внутренний голос», который будет говорить ей о (не)правильности ее действий и решений в соответствии с моральными стандартами.

Для выявления отношения к совести у современных молодых людей, будущих педагогов, мы провели опрос студентов 2 курса МГЛУ (n = 46). В ответ на вопрос «Нужна ли совесть современному молодому человеку?» 61 % опрошенных указали, что совесть нужна, так как помогает принимать верные решения и строить здоровые отношения с людьми. 41 % респондентов совесть нужна для поддержания чувства самоуважения. 22 % опрошенных совесть обеспечивает хорошую репутацию в обществе. В то же время 17 % студентов готовы обращаться к совести в зависимости от ситуации, что свидетельствует о размытости их нравственных представлений.

По результатам опроса, наибольшее влияние на формирование отношения респондентов к совести оказала семья (85 %), что подтверждается воспоминаниями студентов о первых угрызениях совести, которые они испытали в дошкольном (41 %) и младшем школьном (35 %) возрастах. Педагогическое влияние подчеркнули 24 % студентов, что сопоставимо с влиянием сверстников (22 %) и социальных сетей (20 %). В результате для 83 % респондентов определяющим в принятии судьбоносного решения является его соответствие личным нравственным принципам против возможности получить выгоду, которая определяет важные решения 33 % студентов.

Согласно опросу, более половины респондентов подтвердили наличие у себя совести как внутреннего регулятора поведения. 63 % студентов признались, что испытывают угрызения совести при неблагоприятных поступках всегда (26 %) и часто (37 %). В ситуациях нравственного бездействия угрызения совести переживают 67 % студентов всегда (17 %) и часто (50 %).

Проведенное исследование показало актуальность педагогического влияния в вопросах духовно-нравственного воспитания детей и подростков посредством создания ситуаций морального выбора и рефлексивной оценки последствий собственных действий и поступков.

Ю. С. Колесень

РОЛЬ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ОБЩЕНИЯ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭФФЕКТИВНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В УЧРЕЖДЕНИЯХ ОБЩЕГО СРЕДНЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Педагогическое общение – важнейший инструмент влияния на развитие личности ученика. Его характеризуют как процесс коммуникативного взаимодействия участников образовательного процесса, который призван обеспечивать благоприятный психологический климат, способствовать развитию у учащихся коммуникативно значимых личностных качеств, достигать взаимопонимания между участниками образовательного процесса. Педагогическое общение правомерно рассматривать как условие эффективности этого процесса. Оно способствует лучшему пониманию обучающимися учебного материала, его усвоению; повышает мотивацию учения учащихся, развивает возможности для формирования у них позитивной я-концепции. Не случайно готовность учителя грамотно осуществлять педагогическое общение рассматривается как одно из основных требований к его деятельности.

Вместе с тем именно по причине допускаемых учителем просчетов в осуществлении профессионального общения часто возникают проблемы, снижающие возможности развития потенциалов личности обучающихся. Представляется важным разобраться в том, почему вопрос, несмотря на его глубокую и всестороннюю научную проработку, сохраняет свою актуальность.

Уже первоначальное теоретическое изучение различных аспектов педагогического общения свидетельствует о том, что в профессиональном общении любого учителя есть общие и индивидуальные характеристики. Общие характеристики обусловлены системой педагогического общения, его структурой, требованиями к осуществлению. Индивидуальные характеристики зависят от коммуникативных умений и коммуникативных способностей конкретного педагога, общего стиля его профессиональной деятельности. Представляется обоснованным проследить, в какой мере просчеты учителя обусловлены общими и индивидуальными характеристиками. В осуществлении планируемого изучения вопроса мы будем придерживаться научной позиции В. А. Кан-Калика, который одним из первых исследовал средства профессионального общения учителя и определил его как особый вид творчества, обозначил пути обеспечения эффективности коммуникативного воздействия, определил общительность как профессионально-личностное качество учителя.

Д. А. Кухарева

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КЛАССНО-УРОЧНОЙ СИСТЕМЫ ОБУЧЕНИЯ

В условиях совершенствования образовательного процесса в современной общеобразовательной школе актуальной проблемой выступает модернизация классно-урочной системы образования, которая до сегодняшнего дня остается основой обучения, что можно считать бесспорной заслугой А. Я. Коменского, представившего ее не только как педагогически эффективную систему, но и как одно из средств демократизации школьного образования.

Занимаясь научным осмыслением функционирования современной классно-урочной системы обучения, мы предприняли попытку выделить ее положительные и отрицательные аспекты. В результате посещения уроков опытных учителей, общения с классными руководителями, анализа школьной документации и был проведен мониторинг, в ходе которого нами были сделаны следующие выводы.

Положительными аспектами классно-урочной системы обучения выступают: относительно постоянная организационная структура, которая обеспечивает возможность упорядочить образовательный процесс, простота в плане возможностей управления педагогического процесса, возможность организации активного взаимодействия учеников при решении учебной проблемы, возможность регулярного эмоционального воздействия личности педагога на детей, их воспитание в ходе образовательной деятельности, благоприятные предпосылки для взаимообучения, совместной деятельности, соревновательности, взаимопомощи.

Среди отрицательных аспектов классно-урочной системы обучения можно выделить следующие: ориентированность материала на некоего «среднего» учащегося, отсутствие широких возможностей для организации дифференцированного подхода, сложности выстраивания уроков в плане требований государственных стандартов, многие педагоги не могут отойти от традиционного взгляда на урок, невозможность подчас выделить особенности личности, способности и лучшие качества каждого учащегося, иногда взаимообучение, содействие и взаимопомощь подменяются исключительно сообщением и контролем знаний.

Мы склонны полагать что данные результаты исследования послужат определенным ориентиром в ходе подготовки к современным урокам иностранного языка, положительно повлияют на качество преподавания учебного предмета, послужат умелому сочетанию урока с другими формами обучения – лекциями, семинарами, экскурсиями, занятиями в учебных мастерских, практикумами, консультациями, экзаменами, а также разнообразными формами внеклассной работы.

Д. С. Макуца

БЛАГОПОЛУЧИЕ ПОДРОСТКА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ: ОТ ЧЕГО ЗАВИСИТ И КАК ОБЕСПЕЧИТЬ?

Популяризация идей гуманизма и развитие позитивной психологии обусловили интерес к проблеме благополучия и его обеспечения. В подростковом возрасте благополучие определяется оценкой школьником удовлетворенности такими сферами собственной жизни, как учеба, восприятие себя (внешность, здоровье, личностный потенциал) и взаимоотношения со значимыми другими (семья, педагоги, сверстники). Обеспечить благополучие подростков в образовательном процессе возможно на диагностической основе путем создания ситуаций успеха в учебе посредством эмоциональной поддержки и дидактической помощи; предоставления возможности выбора учебных заданий и поощрения инициативы и творчества; применения социальных технологий для организации группового обучения и внеурочной досуговой деятельности.

Для выявления состояния благополучия подростков в образовательном процессе мы провели опрос студентов 3–4 курсов факультета английского языка МГЛУ ($n = 40$). По воспоминаниям студентов, 62,5 % опрошенных ощущали себя вполне благополучными в подростковый период. При этом основу их благополучия составляли взаимоотношения с лучшим другом – 67,5 % и хобби – 67,5 %, что согласуется с ведущей деятельностью подростков – интимно-личностным общением со сверстниками.

Среди педагогических действий, которые способствовали обеспечению благополучия студентов в подростковом возрасте, наибольшее количество выборов получили: «право на ошибку и второй шанс» – 70 %, «доступное объяснение учебного материала» – 65 %, «своевременная эмоциональная поддержка» – 55 %, «четкость учебных требований» – 42,5 %, «выполнение творческих заданий» – 42,5 %, «учет интересов и склонностей» – 40 %, «связь предмета с профессиональным будущим» – 40 %, «практическая значимость изучаемого материала» – 37,5 %, «понятная система поощрений и наказаний» – 35 %. Очевидно, что выбор был сделан в пользу педагогических действий, связанных со снятием трудностей в образовательном процессе и поддержанием эмоционального благополучия.

Малое количество выборов получили такие педагогические действия, как «дискуссионные виды работы» – 15 %, «выполнение заданий в группе сверстников» – 17,5 %, «применение ИКТ» – 17,5 %, «выбор учебных заданий» – 20 %, которые согласуются с направленностью подростков на взаимодействие со сверстниками и демонстрацию чувства взрослости, но провоцируют выход из «зоны комфорта» и принятие ответственности за свои действия, что может быть связано с риском переживания негативных эмоций, снижения самооценки, а следовательно, и эмоционального благополучия в образовательном процессе.

Н. В. Медведева

ПОДГОТОВКА ПЕДАГОГИЧЕСКИХ КАДРОВ В ГЕРМАНИИ

Изучение опыта подготовки педагогических кадров в различных странах представляет значительный профессиональный интерес для будущих учителей. Подготовка учителей в Германии состоит из двух этапов: обучение в университете (до первого государственного экзамена) и двухлетняя педагогическая практика (до второго государственного экзамена). Обучение в бакалавриате обычно длится 3–4 года в зависимости от того, какую степень получает будущий учитель. После завершения бакалавриата студенты могут приступить к программам магистратуры по педагогическим специальностям, таким как образование, управление образованием, методика преподавания конкретного предмета, образовательная психология и другие. Программы магистратуры обычно длительностью 1–2 года.

Практика делится на школьную, которая включает в себя *Tadespraktik* в течение второго семестра и *Blockpraktik*, которая продолжается четыре недели летом между учебными семестрами. Двухлетняя практика после окончания вуза называется референдариадом.

В конце обучения в университете студенты сдают первый государственный экзамен по двум или трем учебным предметам и педагогическим наукам – и письменно, и устно. Далее следует двухлетняя педагогическая практика (референдариад), после которой преподаватель получает лицензию на преподавание.

В основу практических примеров для анализа была использована информация двух немецких университетов – Лейпцига и Кобленц-Ландау. Общим у двух университетов является программа обучения: бакалавриат 3–4 года, магистратура – 1–2 года. Из различий удалось выяснить то, что университет Кобленца делает акцент на практическую деятельность, в то время как университет Лейпцига преимущественно проводит исследовательскую и научную деятельность. Также в университете Кобленца более индивидуализированный подход к обучению. В Лейпциге предлагается более широкий выбор специализированных программ и учебных дисциплин.

В зависимости от уровня и типа школы, в которой студент планирует в дальнейшем работать, после окончания вуза ему предлагаются различные должности преподавателей: должность учителя первой степени I (учитель начальной школы), для чего необходимо пройти обучение в течение 6 семестров; должность учителя второй степени I (учитель 5–10 классов базовой, реальной школы и гимназии), для чего также необходимо пройти обучение в течение 6 семестров; должность учителя второй степени II (учитель 11–13 классов гимназии и школы) после обучения в течение восьми семестров.

А. П. Медвецкая

ЗНАЧИМОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ВОСПИТАТЕЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК»

Учебный предмет «Иностранный язык» обладает чрезвычайно большим воспитательным потенциалом. На уроках иностранного языка и в процессе внеурочной работы имеются потенциальные возможности осуществления задач нравственного, эстетического, патриотического, экологического, поликультурного воспитания учащихся.

Как показало предпринятое нами изучение вопроса, генеральным условием реализации воспитательного потенциала учебного предмета «Иностранный язык» является последовательное использование возможностей для осуществления в образовательном процессе идеи «Диалога культур». Значимость реализации идеи «Диалога культур» чрезвычайно велика. ЮНЕСКО подчеркивает, что владеть иностранным языком и использовать его как средство общения с гражданами другой страны можно только при условии, если в процессе обучения была успешно реализована идея «Диалога культур». В своем исследовании мы рассматриваем реализацию этой идеи как создание в процессе изучения иностранного языка возможностей для познания культуры народа изучаемого языка и последовательного сопоставления этой культуры с родной, национальной, т.е. как своего рода взаимодействие и взаимосоприкосновение познаваемой и родной культур.

Правомерно утверждать, что последовательная реализация идеи «Диалога культур» является ключевой в осуществлении учебной и внеурочной работы по решению практически любых воспитательных задач средствами учебного предмета «Иностранный язык».

Уже первые результаты изучения вопроса позволяют судить о том, что образовательный процесс по учебному предмету «Иностранный язык» без полноценной реализации воспитательного потенциала учебного предмета «Иностранный язык» не будет отвечать требованиям современного социального заказа, поскольку цель изучения иностранного языка состоит не только в овладении языковыми и речевыми нормами, но и, что принципиально важно, в формировании многоязычной поликультурной личности. В связи с этим предоставляется необходимым всесторонне изучить все существующие возможности реализации идеи «Диалога культур» на уроке иностранного языка и в процессе организации внеурочной воспитательной деятельности учащихся по учебному предмету.

ПРОФИЛАКТИКА АГРЕССИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОДРОСТКОВ

Под агрессивностью мы подразумеваем сравнительно стабильную черту личности, проявляющуюся в готовности проявить агрессивное поведение. Эти два термина и составляют агрессивное поведение, как деятельность, направленную на нанесения ущерба другим людям. Агрессивное поведение может сочетать в себе эмоциональное состояние злости, ярости, гнева и недоброжелательный настрой по отношению к окружающим. Подростковая агрессия существенно превосходит агрессию взрослых. Это легко можно объяснить необходимостью самоутвердиться в обществе. При этом агрессия может проявляться у каждого человека по-разному: споры, несоблюдение установленных правил, побуждение к конфликтам, ссоры, драки, претензии и оскорбления.

Главная задача взрослого, столкнувшегося с подростковой агрессией – это минимизировать напряжённость ситуации. Классические ошибочные действия, которые лишь усиливают напряжение и агрессию, которых стоит избегать: криков, проявлений раздражения; повышать голос либо изменять его на запугивающий; демонстрировать власть; высмеивать или передразнивать; негативно отзываться о личности подростка, его друзьях и близких; использовать физическую силу; втягивать других людей в конфликт; непреклонно настаивать на своей правоте; читать нотации, проповеди; применять угрозы или наказания; сравнивать подростка с другими сверстниками; командовать, предъявлять жесткие требования, давить на подростка.

В сам момент выражения враждебности устраивать «разбор полетов» не стоит, правильное будет подождать, пока все успокоится и ситуация придет в норму. Очень важно обсудить произошедшее сразу после того, как конфликт уляжется. И лучше это сделать один на один, без свидетелей. Необходимо сохранять спокойствие и непредвзятость во время разговора. Следует подробно обсудить отрицательные последствия агрессивной манеры общения и всю его разрушительность не только для окружающих, но и, прежде всего, для самого зачинщика.

На подростков влияет огромное количество как внешних, так и внутренних факторов. Не все могут держать под контролем свои поступки. С одной стороны, это вызывает у родителей и педагогов некоторое беспокойство и тревогу, а с другой стороны, от этого страдает общество в целом, поэтому можно с уверенностью сделать вывод, что проблема одна из самых острых проблем в мире – это проблема подростковой агрессии. Подростки с агрессивным поведением различаются их характеристиками как личности и особенностями в поведении, но они объединены такими общими чертами, как отсутствие увлечений, ограниченность и непостоянство интересов, скудность ценностных ориентиров, их незамысловатость.

Таким образом, в работе по профилактике агрессивного поведения подростков на первом месте, на наш взгляд, стоит выработка педагогом оптимального стиля взаимодействия, чтобы не допустить серьезных конфликтов и предотвратить вредные последствия девиантного поведения подростков.

В. Можар

СУЩНОСТЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СИСТЕМЕ «УЧИТЕЛЬ-УЧЕНИК»

Отношения «учитель-ученик» – это система взаимосвязанных действий, осуществляемых педагогами и учащимися в процессе учебной деятельности с использованием специализированных знаковых форм общения, принятых в системе образования. К подобным формам относят: педагогический этикет; ученический и учительский такт; общую культуру; стандартные коммуникативные ситуации; диалогическую компетенцию; вербальную и невербальную коммуникацию. «Система отношений «учитель-ученик» – это непрерывный процесс, в основе которого наиболее адекватным и эффективным оказывается деятельностный, демократический, дружеский стиль общения – сотрудничество». Закономерности педагогического процесса – это объективно существующие, повторяющиеся, устойчивые, существенные связи между явлениями, отдельными сторонами педагогического процесса. Закономерности могут быть как внешними, так и внутренними.

В своем исследовании мы рассматриваем общие закономерности педагогического процесса: связь между воспитанием и процессом обучения (единство этих процессов); связь воспитания и социальным заказом (экономическая ситуация в обществе и его потребности, исторически сложившиеся традиции); связь воспитания и общения (воспитание зависит от межличностных связей, от благоприятного психологического климата в коллективе); связь воспитания и активности личности. Воспитание успешно, если ребенок отличается активным поведением, проявляет самостоятельность, инициативу, осознает свою деятельность, потребность в ней; связь воспитания и деятельности (один из основных законов педагогики гласит, что воспитывать значит включать ребенка в различные виды деятельности).

Известно, что индивид становится личностью только в процессе взаимодействия с другими людьми. Другими словами, именно процесс общения становится причиной успешной социализации личности. Воздействие – активное влияние субъекта на объект, не обязательно явное или с обратной связью. Также воздействие – это целенаправленное перенаправление информации от одного участника социума к другим.

Так как формирование взаимоотношений является довольно сложным в управлении, учителя должны внимательно следить за своим поведением и поведением учащихся, тщательно подходить к выбору стиля, как с целой группой, так и с отдельным учащимся для организации благоприятного

климата в классе. В этом случае процесс учебной деятельности подходит обеим сторонам, но учебные результаты нестабильны и часто, не смотря на усилия, могут иметь неудовлетворительный характер.

Можно сделать вывод, что система отношений «учитель-ученик» относится к системе социально-психологического взаимодействия и напрямую зависит от правильного поведения ее субъектов в определенный момент общения, относительно их возраста, этапа развития их отношений и индивидуальных.

Д. И. Овсейчик

ВЛИЯНИЕ ТЕЛЕВИДЕНИЯ НА ФОРМИРОВАНИЕ НРАВСТВЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННЫХ ПОДРОСТКОВ

Проблема формирования нравственных ценностей у современных подростков относится к числу проблем, от решения которых будет зависеть дальнейшее развитие общества. К. Д. Ушинский считал нравственные ценности «генеральным понятием», которое определяет отношение человека к миру, другим людям и самому себе. Специалисты в области педагогики отмечают, что именно период подросткового возраста часто описывают как наиболее затруднительный для воспитания, в частности, из-за физических и эмоциональных особенностей развития учащихся. А процесс воспитания нравственных ценностей у подростков представляет собой сложную и многогранную задачу.

Большое влияние на формирование нравственных ценностей современных школьников оказывает телевидение. Оно предоставляет им информацию, формирует их идентичность и развивает их социальные навыки, что, в свою очередь, влияет на то, какие нравственные ценности они воспринимают как важные. Важно помнить, что влияние телевидения на формирование нравственных ценностей может быть как положительным, так и отрицательным, в зависимости от того, какие именно программы и контент смотрят подростки. Важно отмечать и подчеркивать аспекты положительного влияния телевидения. Так, например, при просмотре телевидения у подростков формируется социальная адаптация. Телевидение может помочь адаптироваться к социальным и нравственным нормам и ценностям, показывая учащимся, как взаимодействовать с обществом и какие нравственные принципы считаются приемлемыми. Телевидение также может помочь подросткам повысить осведомленность, узнать больше о различных культурах, религиях и социальных вопросах, что способствует их глобальному пониманию и уважению к разнообразию. Такие телевизионные каналы, как «Беларусь 3», «Культура» делают упор на передачах о культуре как совокупности материальных и интеллектуальных ценностей Республики Беларусь в современной медиа среде.

Несмотря на положительные аспекты, телевидение также может оказывать негативное влияние на формирование нравственных ценностей подростков. Например, негативно влиять на формирование критического мышления. Слишком частый просмотр телевизионных программ может привести к тому, что подростки будут воспринимать информацию без критического анализа, что может негативно сказаться на их нравственном развитии.

Таким образом, телевидение оказывает существенное влияние на формирование нравственных ценностей у подростков. Важно родителям, воспитателям и педагогам сбалансировать его просмотр, чтобы обеспечить здоровое нравственное развитие школьников.

А. П. Павловская

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ С ОДАРЕННЫМИ УЧАЩИМИСЯ СРЕДНЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Раннее выявление, обучение, воспитание и развитие одаренных детей является одной из важнейших задач в сфере совершенствования системы белорусского образования. В талантливых и одаренных детях скрыт огромный потенциал, который должен обеспечить интенсивное развитие современного постиндустриального общества.

В научной среде нет единого подхода к определению сущности термина «одаренность». Есть научное мнение что данное понятие включает в себя синтез взаимоусиливающих друг друга свойств личности; ее активного и положительного отношения к деятельности, так называемой склонности к определенному виду деятельности, и настойчивого трудового усилия (В. Н. Мясищев), часть исследователей склонно считать что одаренность это генетически обусловленный компонент способностей, которые в значительной мере определяют как конечный результат, так и темп развития (А. И. Савенкова), в научной литературе можно встретить определения термина как это системное, развивающееся в течение жизни качество психики, которое определяет возможность достижения человеком более высоких результатов в одном или нескольких видах деятельности по сравнению с другими людьми (Д.Б. Богоявленская).

В ходе анализа научной литературы нами были выявлены особенности организации воспитательной работы с одаренными учащимися среднего школьного возраста. Первой особенностью является необходимость постоянной психолого-педагогической поддержки данной категории детей. Второй особенностью выступает создание необходимых условий для их воспитания. Третья особенность заключается во включении одаренных детей в организацию воспитательно процесса с другими обучающимися (наделение их полномочиями организатора, тьютера и т.д)

Учет вышеперечисленных особенностей в образовательном процессе позволит эффективнее достичь положительных результатов в развитии определенных задатков, способностей, качеств личности, которые могут быть скрыты у отдельных детей, в создании благоприятной среды и включении в полезную деятельность даренных обучающихся среднего школьного возраста.

Ю. А. Поляк

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАБОТЫ КЛАССНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ И СЕМЬИ ПО ВОСПИТАНИЮ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ

Актуальной проблемой воспитания младших школьников является взаимодействие классного руководителя с семьям обучающихся. В ходе совместной деятельности, участвуя в воспитательных мероприятиях, предъявляя ребенку единые педагогические требования взрослые субъекты образовательного процесса создают прекрасные для формирования культуры. Именно, эти два института позволяют регулировать процесс воспитания в правильном направлении. Они отвечают за формирование здоровой на физическом, психологическом и духовном уровне личности.

Анализ литературы по проблеме, посещение классных часов и родительских собраний, беседа с родителями и классными руководителями позволили нам выделить основные направления работы классного руководителя и родителей: создание доверительных отношений, формирование ценностей, развитие образовательных навыков, физическое развитие и здоровый образ жизни, трудовое воспитание.

Одним из ключевых направлений работы классного руководителя и семьи является создание доверительных отношений с младшими школьниками. Благодаря совместной деятельности они способствуют положительному восприятию первоклассниками школы, общению с классным руководителем, с одноклассниками, снижению уровня школьной тревожности. Обучение и развитие учебных навыков – важное направление работы как для семьи, так и для классного руководителя. Родители и учитель могут поддерживать ребенка в учебном процессе: помогать с домашними заданиями, следить за успехами, мотивировать к изучению новых предметов.

Физическое развитие и здоровый образ жизни младших школьников находятся в центре внимания классного руководителя и семьи. Одним из ключевых аспектов воспитания является поддержка активного образа жизни учащихся.

Трудовое воспитание направлено на формирование уважения к труду и развитие любви к нему среди младших школьников. Рекомендации по

трудоу воспитанию включают вовлечение детей в общественную деятельность, давая возможность участвовать в дежурствах, организации мероприятий и уборке школьной территории.

Выделенные направления работы классного руководителя с семьями детей благоприятно влияют на взаимовыгодное сотрудничество по вопросам воспитания младших школьников так как это комплексный и многогранный процесс, который требует совместных усилий всех субъектов образовательного процесса.

Е. В. Рябцева

ФОРМИРОВАНИЕ УЧЕБНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ 5–6 КЛАССОВ НА УРОКАХ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Изучение иностранного языка становится все более важным в современном мире. Глобализация и цифровая трансформация как основные тренды современного образования делают знание иностранного языка необходимым навыком для успешной коммуникации и международного взаимодействия. Поэтому так важно исследовать проблему формирования положительной учебно-познавательной мотивации обучающихся к изучению иностранного языка.

Учебно-познавательная мотивация играет ключевую роль в процессе обучения. Именно поэтому необходимо исследовать способы формирования мотивации учащихся 5–6 классов на уроках иностранного языка, чтобы создать оптимальные условия для успешного освоения языковых навыков.

Мотивация представляет собой внутреннюю или внешнюю силу, которая побуждает человека к определенным действиям или поведению. Мотивация является внутренней психологической характеристикой личности, которая находит выражение во внешних проявлениях, в отношении человека к окружающему миру, различным видам деятельности.

Учебно-познавательная мотивация обучающихся проявляется в отношении к процессу обучения, реализации желания учиться как можно лучше. Учебно-познавательная мотивация, как и любой другой ее вид, имеет системный характер и характеризуется направленностью, устойчивостью и динамичностью.

Целью нашего исследования было обоснование средств и методов формирования учебно-познавательной мотивации учащихся 5–6 классов на уроках иностранного языка.

Объектом исследования была учебно-познавательная мотивация обучающихся, а предметом исследования – средства и методы формирования учебно-познавательной мотивации учащихся 5–6 классов на уроках иностранного языка.

В процессе нашего исследования проблемы формирования учебно-познавательной мотивации обучающихся 5–6 классов на уроках иностранного языка разработаны комплексы дидактических упражнений («Цели и мечты» и «Викторина»), которые были использованы в образовательном процессе учреждения общего среднего образования. Применение выше-названных комплексов дидактических упражнений позволило обеспечить эффективность достижения поставленной нами исследовательской цели.

Д. А. Савицкая

СТИМУЛИРОВАНИЕ УЧЕБНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОДРОСТКОВ: РЕФЛЕКСИЯ СТУДЕНТАМИ ШКОЛЬНОГО ОПЫТА

Эффективное усвоение знаний учащимися во многом обеспечивается их учебной мотивацией, которая в подростковом возрасте носит преимущественно социальный характер в связи с поиском кумиров и желанием самоутвердиться в группе сверстников. Эти особенности мотивации важно учитывать педагогам в процессе стимулирования учебно-познавательной деятельности подростков.

Чтобы установить, какие методы и приемы стимулирования оказывают наибольшее влияние на современных подростков, мы провели опрос студентов 2 курса ФАЯ МГЛУ ($n = 41$), которым предлагалось вспомнить свое отношение к учебной деятельности в 5–9 классах, проанализировать, кто положительно повлиял на изменение их отношения к учебе, и какие педагогические действия в наибольшей степени подталкивали их к учебе в подростковый период.

Согласно результатам опроса, только 10 % студентов однозначно подтвердили наличие у себя желания учиться в подростковый период. 58,5 % респондентов склонились к положительному ответу с некоторым колебанием («скорее да, чем нет»), что указывает на отход учебы на второй план в подростковом возрасте. В подтверждение сказанному значительное количество опрошенных охарактеризовали свое отношение к учебе как равнодушное (39 %), небрежное (24 %), пренебрежительное (22 %) и легкомысленное (19,5 %).

Вместе с тем 46 % студентов указали, что в подростковый период относились к учебе ответственно, а 37 % – добросовестно, благодаря чему, вероятно, и стали студентами МГЛУ. При этом респонденты признались, что положительно повлияли на изменение их отношения к учебе прежде всего любимый учитель-предметник (58,5 %) и семья (34 %), что указывает на высокий воспитательный потенциал педагога в подростковом возрасте. Подтверждением этому может служить выбор педагогических действий, стимулирующих подростков к учебе, среди которых лидирует увлеченность самого учителя преподаваемым предметом (73 %). К наиболее значимым

стимулирующим педагогическим приемам студенты отнесли доступное объяснение учебного материала (58,5 %), искрометный юмор учителя и занимательные примеры (56 %), игры и соревнования на занятиях (44 %), показ практической значимости учебного материала (41,5 %).

Таким образом, результаты опроса указывают на значительное влияние учителя как личности и профессионала на формирование учебной мотивации подростков. При этом ретроспективный анализ студентами опыта учебной деятельности в подростковом возрасте позволил выявить методы и приемы стимулирования внутренней мотивации как имевшие наибольший побуждающий эффект в учебе подростков.

Е. Е. Симанькова

**РЕАЛИЗАЦИЯ ЛИЧНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА
В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ
УЧАЩИХСЯ 6-х КЛАССОВ
УЧРЕЖДЕНИЯ ОБЩЕГО СРЕДНЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Личностно-ориентированный подход в образовании является подходом, ориентированным на индивидуальные потребности и особенности учащихся. Признание каждого ученика неповторимой личностью – это и есть личностно-ориентированная педагогика.

Основными принципами личностно-ориентированного обучения являются: уважение к индивидуальности учащихся; сотрудничество и партнерство учителя и ученика; поддержка учащихся в достижении их целей; открытость учителя по отношению к ученику; дифференцированный подход к каждому ученику; активное участие учеников в образовательном процессе; развитие критического мышления учеников. Эффективная реализация личностно-ориентированного подхода требует комплексного подхода со стороны педагогов: понимания особенностей каждого ученика, готовности к постоянному совершенствованию индивидуальных профессиональных навыков.

В процессе нашего исследования было проведено анкетирование педагогов УОСО с целью выяснения их отношения к реализации личностно-ориентированного подхода. Анализ результатов показал, что большинство учителей (около 70 %) относятся к личностно-ориентированному подходу положительно и готовы применять его в своей образовательной практике. Однако около 30 % учителей относятся к использованию данного подхода в обучении иначе: они считают, что для реализации этого подхода требуется неоправданно много временных затрат и усилий.

Нами была разработана педагогическая модель реализации личностно-ориентированного подхода в обучении иностранному языку учащихся 6-х классов, которая включала следующие компоненты: целевой, методологический, содержательный, организационно-технологический и оценочно-результативный.

Внедрение педагогической модели в образовательный процесс учреждения общего среднего образования позволило обеспечить развитие положительной учебно-познавательной мотивации обучающихся, способствовало повышению уровня их академической успеваемости по иностранному языку и, следовательно, положительно повлияло на эффективность образовательного процесса.

М. А. Сироткина

ОСОБЕННОСТИ ПРОЦЕССА СОЦИАЛИЗАЦИИ УЧАЩИХСЯ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Социализация – это процесс усвоения человеком ценностей, норм и общепринятых правил общения в социуме. Первые знания, опыт и правила поведения человек получает в семье. Затем эстафету развития личности принимает школа. Младший школьный возраст связан с переходом ребенка к систематическому школьному обучению, которое ведет к коренному изменению социальной ситуации его развития. Там ребенок приобретает себе общественную оценку. Вся система жизненных отношений ребенка перестраивается и во многом определяется тем, насколько успешно он справляется с новыми требованиями.

В этот период дети активно развиваются как личности, формируют свои социальные навыки, учатся взаимодействовать с окружающими их людьми и адаптироваться к новым условиям обучения. Это время, когда они начинают осознавать свою самостоятельность, развивают интерес к учебе, играют важную роль в формировании своей личности и социальной компетентности. Поэтому данный процесс в рассматриваемый период происходит более интенсивно. В младшем школьном возрасте ребенок начинает осознавать, кого он из себя представляет, а именно индивидуальность, которая одновременно подвергается социальным воздействиям. Он знает, что должен учиться и менять себя, присваивая социальные понятия, знания и идеи, которые существуют в обществе, систему социальных ожиданий в отношении поведения и ценностные ориентации. Важным аспектом социализации является взаимодействие с окружающей средой, в том числе с родителями, учителями, сверстниками. Дети младшего школьного возраста стремятся к включению в различные социальные группы, где они учатся адаптироваться, сотрудничать и решать конфликты.

Особая роль здесь принадлежит учителю. Он – носитель социальной роли, с которой ребенок до школы не сталкивается. В начальной школе учитель является важнейшим агентом социализации, оказывает влияние не только на приобретение знаний, умений и навыков, но и помогает школьникам взаимодействовать со сверстниками. Одним из наиболее существенных факторов, влияющих на социализацию и развитие ребенка в школе, является убежденность учителя в собственных возможностях ученика.

Таким образом, основными особенностями процесса социализации учащихся младшего школьного возраста является принятие и внутреннее осознание социальной роли ученика, которое происходит на основе выполнения новой социально значимой ученической деятельности, включения в новую систему межличностных отношений, формирования основных психических новообразований данного возраста как предпосылок дальнейшего развития.

В. Н. Соколова

ЦЕННОСТНОЕ ОТНОШЕНИЕ К ЗДОРОВЬЮ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ КАК ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА

Здоровье всегда выступало в качестве ценности для человечества. Сегодня на фоне прогрессирующего ухудшения экологической ситуации, увеличения числа стрессовых факторов современного социума, ведущего преимущественно пагубный и сидячий образ жизни, общие показатели здоровья активно снижаются. Изменения, происходящие в современном мире: их скорость, инновационность и порой непредсказуемость осознаются как необходимость формирования у подрастающего поколения готовности к самообразованию, самодисциплине и саморазвитию в том числе в вопросах здорового образа жизни.

Негативное воздействие на здоровье школьников в учебно-воспитательном процессе оказывают такие факторы, как существенное увеличение учебной нагрузки, которая редко соответствует индивидуальным особенностям обучающихся; общее снижение минимальной суточной двигательной активности детей. В досуговое время, как правило, не включена двигательная активность. Телевидение, Интернет, увлечение компьютерными играми усугубляют сложившуюся ситуацию. Фактически утрачены традиции дворовых подвижных игр и проведение свободного времени на свежем воздухе.

Поэтому сегодня перед школой встает важнейшая задача – воспитание полноценной, всесторонне развитой личности, в структуре которой здоровье (как физическое, так и психическое) будет закладываться как основополагающая человеческая ценность.

В период первой педагогической практики нами была предпринята попытка проанализировать основные направления работы школы по формированию ценностного отношения к здоровью младших школьников. В ходе общения с учителями, классными руководителями, работниками социально-педагогической службы школы мы выделили некоторые важные пути решения проблемы: популяризация здорового образа жизни на уроках учителем-предметником, вовлечение младших школьников в тематические мероприятия на классных часах, посещение обучающихся на дому (в том числе психолого-педагогическое просвещение родителей), уменьшение влияния негативных факторов

В заключении отметим, деятельность современного педагога по формированию ценностного отношения к здоровью младших школьников требует не только определенных усилий, но и постоянного совершенствования в применении инновационных технологий. При этом огромной важностью обладает сотрудничество школы и семьи.

Д. А. Спиридович

ОРГАНИЗАЦИЯ ГРАЖДАНСКО-ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ ГЛАЗАМИ БЕЛОРУССКИХ ШКОЛЬНИКОВ

Данное исследование посвящено анализу восприятия таких понятий, как патриотизм и гражданственность, среди белорусских школьников, что может позволить оценить эффективность используемых методов патриотического воспитания и выявить потенциальные пути его совершенствования. С этой целью было проведено анкетирование учащихся девятого класса ГУО «Гимназия № 18 г. Минска». Использование электронного анкетирования через Google формы обеспечило активное участие и заинтересованность школьников.

Результаты опроса показали, что большинство учащихся (75 %) ассоциируют патриотизм с любовью и гордостью за свою Родину, а также с уважением к национальной культуре, истории и традициям (55 %). Меньшее число респондентов связывают патриотизм с активным участием в жизни района, города и страны, что указывает на необходимость разъяснения школьникам важности такой работы.

Относительно понимания гражданственности, наибольшее количество ответов приходится на активное участие в государственных процессах (45 % ответов) и осведомленность о правах и обязанностях гражданина (30 % ответов). Также школьники отметили важность критического мышления (10 %). В ответах школьников подчеркнута роль экскурсий в значимые исторические места, а также уроков истории и обществоведения в формировании патриотических чувств. Школьники также выразили заинтересованность в участии в культурных и исторических мероприятиях, что способствует развитию их национального самосознания.

Ребятам была предложена презентация об организации гражданско-патриотического воспитания школьников в Китайской Народной Республике, которая вызвала большой интерес у белорусских школьников. Учащиеся в ходе обсуждения представленного опыта отметили высокий уровень патриотизма китайских школьников и выразили мнение о возможности заимствования некоторого китайского опыта.

Сравнительный анализ организации и содержания гражданско-патриотического воспитания школьников в Беларуси и Китае позволил глубже оценить важность этого направления воспитательной работы и его роль в формировании активного и ответственного гражданина.

О. В. Типко

ПРОФИЛАКТИКА ДЕВИАНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ В УОСО

Профилактика девиантного поведения представляет собой социально-педагогическую деятельность, направленную на предупреждение возникновения и преодоление отклоняющегося поведения.

Несмотря на проведение мер профилактики в УОСО, статистика показывает, что проблема возникновения девиаций по-прежнему актуальна. Анализ современных путей профилактики девиантного поведения выявил их недостаточную эффективность.

Совокупность негативных факторов социально-образовательной среды создает основу для развития отклонений. Эти факторы приводят к несоответствию статуса психофизического и социопсихологического состояния учащегося, что приводит к социальной и школьной дезадаптации.

Отсутствие учёта принципов проведения профилактики, комплексной работы, несогласованность действий педагогов, психологов, социальных работников, родителей, а также отсутствие единой стратегии профилактики на уровне школы, препятствуют проведению эффективной профилактики отклонений.

Анализ современных методов профилактики девиантного поведения среди подростков в УОСО, позволил сформулировать ряд рекомендаций:

- 1) Ориентация на салютогенез в работе с учащимися подросткового возраста.
- 2) Повышение заинтересованности подростка на основе принципов дифференциации и природосообразности при проведении общей профилактики.
- 3) Использование трехкомпонентной модели воздействия при реализации мер индивидуальной профилактики.
- 4) Внедрение элементов социальной модели профилактики девиаций.
- 5) Повышение эффективности работы психолога на этапе диагностики.
- 6) Обеспечение систематической работы с подростком на основе трехэтапной программы.
- 7) Ориентация на создание благоприятного психологического климата.
- 8) Включение в работу по профилактике приемов и методов рационально-ориентированной и когнитивно-поведенческой психотерапии.
- 9) Внедрение технологии «равный обучает равного».
- 10) Организация альтернативной деятельности.

Таким образом, в результате исполнения вышеперечисленных рекомендаций, ожидается снижение влияния негативных факторов социально-образовательной среды, что повлечет за собой уменьшение числа проявлений девиантного поведения у учащихся.

Д. В. Труфанова

ИГРОВЫЕ МЕДИАРЕСУРСЫ КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ МОТИВАЦИИ К ИЗУЧЕНИЮ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА

Изучение иностранных языков в современном мире становится все более актуальным вопросом из-за глобализации и возрастающей потребности в межкультурном общении. Активно развивающаяся экономика Китая и ее мировое влияние делает китайский язык одним из самых востребованных. Однако его изучение представляет собой непростую задачу из-за уникальности языка и отличий от западных языков, поэтому учащимся следует уделять больше внимания, времени и сил. В процессе такой работы может пропасть мотивация к обучению. Однако с развитием игровой индустрии и доступности различных медиаресурсов можно вовлечь учеников в изучение китайского языка через интерактивный контент, что повысит эффективность обучения.

Есть множество причин, по которым учащиеся могут иметь низкую мотивацию. Во-первых, они не чувствуют практическую ценность предмета. Искусственно созданные языковые ситуации на уроках китайского мало помогут это изменить, так как все знают, что их поймут и на родном языке. Сторонний медиаресурс точно запрограммирован под определенные условия, что заставляет пользователя использовать только тот язык, который понимает программа. Во-вторых, многие ученики боятся делать ошибки и считают, что лучше и не пытаться вовсе. Игры дают не только творческую свободу, но и свободу ошибаться, возможность начать заново, пока образовательная задача не будет выполнена. Помимо этого, даже самые прилежные ученики могут терять мотивацию из-за недостатка внимания со стороны. Игры дают возможность реализовывать индивидуальный подход, уделить внимание каждому ученику и дать ему обратную связь. Различные образовательные мобильные приложения, такие как Duolingo, обеспечивают одно из основных условий для успешного изучения иностранного языка – регулярность. Приложения используют различные приемы для удержания интереса пользователя, побуждая его заходить в приложение каждый день, чтобы не потерять прогресс. Кроме специализированных образовательных программ положительный эффект на уровень развития языка оказывают и развлекательные игры. Исследования показывают, что геймеры, использующие иноязычный интерфейс, склонны быть более свободными во владении иностранным языком за счет постоянного погружения в иноязычную среду. Помимо того, что Китай занимает одно из лидирующих позиций на игровом рынке, можно найти много программ и для изучения китайского, такие как HelloChinese, Chineasy, SuperChinese и другие.

Таким образом, педагогам стоит изучать возможности, которые предоставляют игровые медиаресурсы, и активно использовать их в образовательной деятельности.

**УЗРОСТ І НАВУЧАННЕ: ПРАКТЫЧНЫЯ АСПЕКТЫ
ВЫКЛАДАННЯ ЗАМЕЖНАЙ МОВЫ**

Звычайна, калі чалавек чуе слова “педагог”, у яго галаве ўсплываюць у асноўным вобразы чалавека, які працуе з дзецьмі. Але ж далей мы пачынаем разумець, што педагогі займаюцца з людзьмі розных ўзрастаў. Але ці ёсць значная розніца паміж успрыманням матэрыяла ў дзяцей і дарослых? Як гэта раскрываецца ў практычных аспектах выкладання?

Крыніцамі матэрыялу нашага даследавання з’яўляецца дзяўчынка 6 гадоў, дзяўчына 13 гадоў, група людзей (А) колькасцю 11 чалавек ва ўзраставай катэгорыі 18–21 гадоў, група людзей (Б) колькасцю 9 чалавек ва ўзраставай катэгорыі 60–65 гадоў.

У задачы ўваходзіла зразумець, ці сапраўды ёсць значная розніца ў вывучэнні замежнай мовы дарослымі і дзецьмі на базе розных фактараў (такіх як выкананне дамашняга задання, засваенне новых словаў і іх выкарыстоўванне, колькасць часу, які надзяляецца мове па-за межамі заняткаў з выкладчыкам).

Амаль поўнае выкананне дамашняга задання, якое судзейнічае замацаванню матэрыяла, пройдзенага на ўроку, было выяўлена ў групах А і Б, тым часам як дзяўчына падлеткавага ўзросту выконвала замацоўваючы матэрыял на 40 адсоткаў (дзяўчыне малодшага школьнага ўзросту падобныя заданні для самастойнай работы не даваліся). Засваенне новых словаў, якое суправаджалася актыўным выкарыстаннем у практыкаваннях і размовах (у колькасці 5–7 штук для 6-гадовай дзяўчыны, 5–10 штук для 13-гадовай дзяўчыны, 8–15 штук для групы А і 8–15 – для групы Б), было хуткім працэсам для дзяўчат 6 і 13 гадоў, групы А. У тый час як група Б не змагла паказаць высокіх вынікаў, так як пры затрачванні большых намаганняў, далейшае выкарыстанне словаў не было актыўным.

Апытанне, праведзенае ў мэтах выяўлення, колькасці вучняў, якія надзяляюць час замежнай мове ў вольны час (у выглядзе чытання і аўдзіравання падчас забаўляльнага кантэнту), паказала, што гэтым займаюцца 60 адсоткаў групы А і 30 адсоткаў групы Б. Дзяўчаты малодшага школьнага ўзросту і падлеткавага ўросту не надзялялі час мове па-за межамі класа.

Спалучаючы вышэй указаныя дадзеныя, намі было выяўлена, што пры мінімальным затрачванні энэргіі і сілаў група школьнікаў паказвае дадзеныя вышэй за групу Б, але ніжэй за групу А. А менавіта:

Група А > 6 гадоў > 13 гадоў > Група Б

Мы не можам адмаўляць уплыў асабістых фактараў кожнага з вучняў, якія прынялі ўдзел у даследаванні, але можам заўважыць, што для кожнай з груп патрэбны розныя падыходы дзеля ўзняцця эфектыўнасці.

Е. Хомченко

ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПОДДЕРЖКА УЧАЩИХСЯ С ДЕВИАНТНЫМ ПОВЕДЕНИЕМ

Под девиантным поведением понимают поведение, противоречащее правовым нормам, угрожающее социальному порядку и благополучию окружающих. В детском возрасте наиболее распространенными формами антисоциального поведения являются, например, насилие в отношении сверстников или более младших и слабых детей, жестокое отношение с животными, воровство, порча чужого имущества. Подросткам свойственно стремление к хулиганству, кражам, вандализму, физическому насилию, торговле наркотиками. Согласно культурологическим объяснениям, причиной возникновения девиаций является конфликт между нормами культуры. Для любого общества характерно наличие отдельных групп (субкультур), нормы которых отличаются от норм остального общества. К таким субкультурам относят бандитские группировки, скинхеды, хиппи, панки, металлисты и пр. Членами данных групп усваиваются принятые в них нормы и, таким образом, они становятся нонконформистами с точки зрения широких слоев общества.

Профилактическая работа в сфере образования представляет собой совокупность научно и практически обоснованных методов и инструментов для достижения определенного результата в любой области образования. Профилактическая работа является инструментом профессиональной деятельности классного руководителя и имеет строгую этапность: первичная диагностика проблемы, формулировка целей и задач; отбор содержания, форм, способов и приемов реализации поставленной цели; реализация технологии по осуществлению профилактической работы; итоговая диагностика достижения цели; критериальная оценка результатов. Каждый этап профилактической работы включает в себя набор конкретных профессиональных действий классного руководителя.

Цель профилактической работы с подростками, имеющими признаки девиантного поведения, заключается в повышении психического, соматического и социального благополучия детей, а также в гармонизации отношений между родителями и детьми.

Задачи: организовать индивидуально-ориентированную психолого-педагогическую помощь подросткам с девиантным поведением; обеспечить конструктивное развитие личности учащихся, укрепить их психологическое здоровье, содействовать реализации творческого потенциала; организовать психологическое просвещение детей, родителей или лиц, их замещающих, педагогов; провести педагогически целесообразную коррекцию с целью создания положительного микроклимата в семье; провести профилактическую, коррекционную и консультативную работу с детьми и членами их семей по предупреждению социального сиротства, семейного неблаго-

получия, асоциального поведения, безнадзорности и правонарушений среди несовершеннолетних; помочь семье найти внутренние ресурсы и мобилизовать внутренний потенциал всех членов семьи; содействовать повышению социального статуса семьи по месту жительства.

Е. И. Юхневич

УРОВНИ СФОРМИРОВАННОСТИ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ У СТАРШЕКЛАССНИКОВ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Формирование социокультурной компетенции обучающихся на уроках иностранного языка является, актуальной проблемой, к ней приковано внимание исследователей. Под социокультурной компетенцией понимается совокупность внутренних качеств конкретной личности, которые создают систему когнитивных, коммуникативных, аксиологических и деятельностных компонентов, способствующих связи теоретических знаний с практическими умениями и стратегиями поведения

Главной задачей данного исследования является определения уровней сформированности социокультурной компетенции у субъектов, изучающих иностранный язык. Проанализировав научную литературу по теме, мы пришли к выводу что определенный научный интерес представляют три уровня сформированной социокультурной компетенции: элементарный, средний и высокий. На первом уровне учащийся обладает базовыми знаниями о культуре своей страны и страны изучаемого языка. Он способен рассказать о них и провести сравнение. Также он знаком с особенностями формального и неформального общения, но не всегда способен применить их в собственной речи. Для второго уровня характерно то, что учащийся обладает глубокими знаниями не только о своей собственной культуре, но и о культурах других стран и общеевропейской культуре. Он способен быстро находить общие черты и отличия в культурных моделях различных стран. Кроме того, он хорошо знает и соблюдает нормы устного и письменного общения. Третий уровень- высокий: учащийся отличается глубоким знанием культурных моделей разных стран, способностью анализировать опыт культурного развития и отслеживать отражение культуры в языке. Он хорошо знаком с нормами формального и неформального общения в устной и письменной форме, не допускает социолингвистических ошибок и успешно решает профессиональные и творческие задачи в различных социокультурных контекстах, не испытывая трудностей социокультурного характера.

Таким образом, на основании представленного материала можно сделать вывод о том, способность учителя правильно диагностировать уровень сформированности социокультурной компетенции обучающихся помогут оптимизировать образовательный процесс и, непосредственно, работу с обучающимися на уроках иностранного языка.

ПОДХОДЫ К РАССМОТРЕНИЮ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ

Цель – это желаемый результат, которого человек стремится достичь, определяя конкретное направление своих действий. На протяжении всего нашего существования педагогические цели формировались, формируются и будут формироваться, исходя из жизни общества, его мнения и ценностей в зависимости от эпохи. Как изменялись педагогические на протяжении истории?

Первобытнообщинное общество – цель заключалась в освоении базовых навыков в жизни, приспособлении детей к существующему порядку. Античность – цель заключалась в формирование моральных ценностей и умение жить в гармонии с собой и окружающим миром. Средневековье – основной целью выступало “спасение души”. Новое время – процесс был направлен на изучение детьми различных наук, развитие в них творческих сторон, а также формирование самостоятельности и развитие у учащихся критического мышления. Новейшее время – современные педагоги ставят перед собой цели воспитать социально адаптированных и активных членов общества.

Существует довольно большое количество подходов к рассмотрению педагогических целей, рассмотрим некоторые из них.

1. Программно-целевой подход. Суть подхода заключается в том, чтобы сфокусировать учебный процесс на выполнение образовательных нормативов и программы, предусмотренных для различных возрастов, уровней знаний и учебных заведений. Педагоги считают, что смысл образования заключается в передаче и освоении определенного объема знаний.

2. Личностно-ориентированный подход. Педагоги, прибегающие к данному подходу, стараются направить образовательный процесс на помощь учащимся в самоопределении, на развитие различных сторон детей, например социальных, интеллектуальных и физических.

3. Компетентностный подход. В данном подходе педагогической целью является развитие в детях черт характера и навыков, которые в будущем помогут им быстрее адаптироваться и быть готовыми к профессиональной среде. Сюда включают знания этики, уважение и толерантность к другим культурам и ценностям. Педагоги, придерживающиеся данной концепции, стараются подготовить своих учеников к реальным задачам и ситуациям, с которыми придется столкнуться после, а иногда и во время обучения в том или ином учебном заведении.

4. Контекстуальный подход. В рамках этого подхода педагогические цели формируются с учетом конкретной среды, условий и потребностей обучения, подготавливая учащихся к приспособлению к конкретным обстоятельствам.

Все вышеперечисленные подходы к рассмотрению педагогических целей не являются взаимоисключающими.

А. А. Ящук

ВОЗМОЖНОСТИ ИНТЕРАКТИВНЫХ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ В ПРОЦЕССЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Модернизация современного общества требует совершенствования образовательной деятельности, а также внедрения новых технологий. На сегодняшний день процесс обучения включает в себя новые приемы, связанные с развитием жизнедеятельности людей, новые подходы обучения для формирования и развития личности. Модернизация в сфере образования затрагивает организацию учебного процесса в общеобразовательных учебных заведениях. Самореализация и развитие учащихся является одной из приоритетных задач совершенствования образования. Самореализация учащихся может быть достигнута при помощи интерактивных методов обучения, в том числе и на уроках иностранного языка.

Общаясь с учителями иностранного языка в период первой педагогической практики, нами было почеркнуто их мнение что традиционные методы обучения на сегодняшний день слабо мотивируют детей на работу на уроке, способствуют потере интереса к языку в целом. По этой причине, современные педагоги много внимания уделяют интерактивному подходу в обучении. Благодаря использованию интерактивных методов достигается активная командная деятельность учащихся. В ходе постоянного взаимодействия, а значит и общения, происходит самореализация учащихся в учебном процессе.

По мнению наших респондентов, используя интерактивный метод обучения иностранному языку, возможно оптимизировать процесс обучения навыкам базового иноязычного общения и сделать его эффективным в рамках общеобразовательной школы. Вторым аргумент важности введения интерактивного метода обучения в процесс преподавания иностранного языка заключается в том, что сегодня увеличивается потребность людей не только в получении объёмных, полных знаний, но также и в их доступности, в более интересной и понятной форме преподавания.

Основываясь на мнении опытных учителей, а также после посещения уроков в период практики, можно сделать вывод, что использование интерактивных форм и методов в преподавании иностранного языка позволяют практически увеличить количество разговорной практики на занятии, оказываются интересными для учеников, помогают усвоить материал на разных этапах урока и являются способом повышения мотивации учащихся к изучению языка, улучшения атмосферы в классе, которая будет способствовать сотрудничеству и взаимопониманию между учениками и учителем.

МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

А. Е. Верас

ОБУЧЕНИЕ УЧАЩИХСЯ СТАРШИХ КЛАССОВ ПРОСМОТРОВОМУ И ПОИСКОВОМУ ВИДАМ ЧТЕНИЯ НА ОСНОВЕ КОММУНИКАТИВНО-КОГНИТИВНОГО ПОДХОДА (АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК)

Важной задачей в обучении учащихся иностранным языкам является обучение чтению на иностранном языке, что предполагает не только развитие у учащихся умений чтения иноязычных текстов, но и эффективный поиск и анализ информации.

Коммуникативно-когнитивный подход к обучению чтению на иностранном языке способствует развитию не только языковых, но и когнитивных умений учащихся, что является важным аспектом их образования и развития.

В процессе обучения учащихся просмотровому и поисковому видам чтения на иностранном языке на основе коммуникативно-когнитивного подхода важно учитывать следующие положения: принцип коммуникативности, сознательности, ориентация на решение коммуникативно-познавательных задач, развитие стратегического мышления, стимулирование учащихся к поиску адекватных стратегий в зависимости от конкретных целей и контекста чтения, развитие критического мышления, стимулирование учащихся к обсуждению различных точек зрения по прочитанному материалу и к анализу аргументов авторов, индивидуализация обучения.

При создании комплекса упражнений и заданий для обучения учащихся старших классов просмотровому и поисковому чтению на английском языке следует учитывать дидактические и методические принципы, цели и задачи обучения, а также интересы и потребности учащихся.

Важным представляется понимание различных жанров иноязычного текста, развитие умений поискового и просмотрового видов чтения, структурирование и разработка заданий и упражнений, оценка и обратная связь и др.

Сущность обучения просмотровому и поисковому видам чтения на основе коммуникативно-когнитивного подхода заключается в том, что у учащихся развиваются не только умения понимания текста, но и способности к анализу, интерпретации, критическому мышлению и коммуникации. Коммуникативно-когнитивный подход к обучению чтению на иностранном языке предполагает активное взаимодействие учащихся с текстом и друг с другом, что способствует более глубокому и осмысленному усвоению информации. Коммуникативно-когнитивный подход к обучению учащихся чтению способствует развитию не только речевых навыков и умений, но и критического мышления, коммуникативной компетенции и способности к самостоятельной работе с иноязычным текстом.

А. А. Долгович

СОЦИАЛЬНО-РОЛЕВОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ КАК ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ МЕЖКУЛЬТУРНОМУ ДИАЛОГИЧЕСКОМУ ОБЩЕНИЮ

Межкультурное общение решает сложные и актуальные проблемы взаимодействия представителей различных культур посредством языка. У студентов, изучающих иностранный язык, необходимо формировать межкультурную коммуникативную компетенцию, предполагающую: а) употребление ими языка в аутентичных ситуациях; б) понимание и усвоение (на определенном уровне) иного образа жизни и поведения; в) расширение индивидуальной картины мира; г) познание особенностей менталитета носителей изучаемой лингвокультуры. Таким образом, изучающему русский язык необходимо не только уметь грамотно формулировать мысли на нем, но и следовать культурным нормам, принятым в русскоязычной среде. Только тогда возможно формирование языковой личности, способной осуществлять аутентичное, продуктивное общение на межкультурном уровне.

Язык, культура и коммуникация тесно связаны между собой. Языковой барьер, безусловно, является препятствием в процессе общения. Однако культурный барьер может затруднять общение не в меньшей степени. Непонимание при общении возникает не только из-за различия языков, но и из-за различий в национальных сознаниях коммуникантов. В публикациях последних лет все чаще высказывается мысль о необходимости прививать коммуникантам опыт поведения и мышления в языковой среде, опыт восприятия новой социокультурной среды. В этой связи наиболее трудным для обучающихся является понимание иного образа жизни, поведения носителей языка и использование этих знаний в процессе овладения иностранным языком. Человеку часто трудно бывает понять привычки, нормы поведения и этикета представителя другой культуры. Еще труднее следовать этим особенностям в процессе коммуникации. Различия менталитетов индивидов вызывает определенные трудности в коммуникации.

Организация обучения иностранному языку в вузе на основе социально-ролевого взаимодействия является, по нашему мнению, одним из наиболее эффективных способов развития межкультурной коммуникативной компетенции. Социальное взаимодействие, по мнению Е. И. Рогова, является «формой общения, по крайней мере, двух лиц или общностей, в которой систематически осуществляется их взаимодействие друг на друга, реализуются действия каждого из них, достигается общность ситуации». Социальное взаимодействие является процессом воздействия людей и групп друг на друга. Каждое действие, речевое и неречевое, в данном процессе взаимообусловлено. Социальное взаимодействие предполагает коммуникацию, а значит, для ее осуществления необходимо, по меньшей мере, наличие двух участников, коммуникативных партнеров. Социальное взаимодействие ха-

рактируется направленностью на другого человека и наличием определенных признаков. Данное взаимодействие имеет цель или причину, следовательно, оно предметно. Взаимодействие всегда предполагает обмен символами, знаками, доступными для наблюдения, значит, оно внешне выражено. Взаимодействие ситуативно, т. е. обычно привязано к какой-то конкретной ситуации. Социальное взаимодействие характеризуется субъективностью, поскольку выражает личные намерения участников. Под социально-ролевым взаимодействием понимается процесс мотивированной, ориентированной друг на друга межкультурной коммуникации между играющими социальные роли субъектами общения. Поведение индивида в этой роли потенциально отличается от поведения в родной культуре. Социально-ролевое взаимодействие на занятиях по иностранному языку представляет собой форму организации общения, где происходит обмен информацией, организуется совместная деятельность, происходит постижение иноязычной культуры.

Чтобы индивид мог осуществлять взаимодействие на социально-ролевом уровне, он должен быть готов и способен выстраивать взаимодействие в системе межличностных отношений с учетом сложившейся ситуации. Это подразумевает наличие у него: а) знаний, навыков и умений; б) способностей; в) ценностей и убеждений; г) опыта социального взаимодействия. Они необходимы индивиду для того, чтобы быть компетентным на нескольких уровнях: а) на уровне личностной идентификации; б) на поведенческом уровне; в) на уровне взаимодействия с социальным окружением и социальными институтами. Студенты должны уметь выбирать в процессе общения необходимую модель социально-ролевого поведения, ориентироваться в ситуации, уметь выбирать необходимую форму обращения к собеседнику, уметь определять уровень взаимодействия (деловой или социально-психологический). В процессе общения на иностранном языке, студент выступает одновременно в двух качествах: а) как исполнитель социальных ролей, обусловленных коммуникативной и социокультурной ситуацией с позиции чужой ментальности; б) как личность, имеющая свои индивидуальные особенности, желающая выразить личностное отношение к заданной ситуации. Второй аспект немаловажен. Мы всегда ориентированы на создание ситуации общения, приближенной к реальной коммуникации. При организации процесса обучения иностранному языку на основе социально-ролевого взаимодействия происходит познание иноязычной культуры, принятие и использование ее элементов в процессе общения. Социально-ролевое общение всегда предполагает, с одной стороны, диалог как основную форму взаимодействия речевых партнеров, а с другой – социокультурную и социолингвистическую обусловленность речевых ситуаций. В процессе межкультурного взаимодействия студенты, принимая ту или иную социальную роль, имеют представления о речевой задаче, о своих правах и обязанностях. Участники общения знают и прогнозируют последовательность действий, строят свое речевое поведение в соответствии с социокультурными и

социолингвистическими нормами изучаемого языка и изучаемой культуры. При этом тематическая наполненность ситуаций зависит от индивидуальных потребностей коммуниканта и его личного отношения к ситуации. Другими словами, коммуникативная ситуация возникает исходя из личных интересов учащихся. Для аутентичного продуктивного межкультурного общения изучающий иностранный язык должен ограничиваться социолингвистическим и социокультурным контекстом ситуации.

На занятиях по практике речи в вузе студенты сталкиваются с большим количеством лингвострановедческой информации. Культурные феномены отрабатываются пошагово: преподаватель предъявляет информацию, комментирует ее, затем она обсуждается. Таким образом, большая часть информации усваивается студентами. Однако процесс ее проникновения в сознание обучаемых не является завершенным, поскольку данная информация не используется в коммуникативных ситуациях. Чтобы постичь социально-культурные особенности чужого человека, нужно проиграть его роль. Проигрывание роли заключается в исполнении обязанностей, налагающихся ролью, и осуществлении своих прав по отношению к другим участникам общения. Принятие роли – сложный процесс. Он является эффективным, если речь идет о познании иноязычной культуры. Последняя включает в себя следующие компоненты: 1) лингвистический (формы приветствия, обращения, прощания; речевые клише); 2) культурно-лингвистический (пословицы и поговорки; приметы; идиомы); 3) паралингвистический (мимика, поза, жесты); 4) поведенческий. Человек, живущий в родной стране, может легко себе представить, как ведут себя различные представители общества. Он интуитивно понимает, как надо общаться с представителями правоохранительных органов, на приеме у врача, в общественном транспорте и т. п. В обучении иностранному языку эти компоненты являются основополагающими, они выступают в качестве объектов тренировки. Студенты должны знать и социокультурно правильно использовать иностранный язык, принимая во внимание представления о хорошем тоне носителей языка.

Итак, развитие межкультурной коммуникативной компетенции студентов предполагает постоянное взаимодействие участников учебного процесса: педагога и студента/студентов, студентов между собой. Формирование межкультурной коммуникативной компетенции в ходе социально-ролевого взаимодействия можно охарактеризовать следующим образом. Во-первых, диалог выступает средством решения задач продуктивной деятельности. Во-вторых, посредством диалога происходит знакомство с культурной страной изучаемого языка и осознание особенностей родной культуры. В-третьих, в процессе диалога студенты изучают и оценивают качества других людей и коллектива, что способствует приобретению ими социального опыта и развитию качеств личности. В-четвертых, наличие социально-ролевой компетентности у обучаемых помогает выбрать необходимую модель поведения, ориентироваться в ситуациях, выбирать необходимые лингвистические средства. В-пятых, роли психологически настраивают

студентов на практические и речевые действия, ожидаемые от них в определенной ситуации, ограничивая круг их возможных высказываний, задают стереотип поведения, принятый в иноязычной культуре, помогают программировать высказывания. В-шестых, в ходе социально-ролевого взаимодействия вырабатываются общие мнения и суждения, изменяется поведение партнеров в соответствии с социокультурной ситуацией.

А. А. Жабчиц

ОБУЧЕНИЕ УЧАЩИХСЯ УСТНОЙ РЕЧИ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПРИЕМОВ ИНТЕНСИВНОГО ОБУЧЕНИЯ

Интенсификация процесса обучения представляет собой систему технологических приемов, которые позволяют активно использовать резервные возможности личности обучающегося для повышения эффективности учебно-познавательного процесса. Целью интенсивных методов обучения иностранным языкам является совершенствование речевых навыков при значительной ежедневной концентрации учебных часов, а также в создании обстановки погружения в иноязычную среду.

Интенсивное обучение предполагает внесение какие-либо интенсифицирующих средств, позволяющих за один и тот же отрезок времени достигнуть более высоких результатов.

Фундаментальную основу интенсивных методов обучения иностранным языкам составляет использование скрытых психических резервов личности. При этом целесообразно применение таких суггестивных средств обучения, как инфантилизация, двуплановость поведения, прием концертной псевдопассивности.

На наш взгляд, к важнейшим принципам интенсивного обучения учащихся устной иноязычной речи относятся: принципы коллективного взаимодействия, личностно-ориентированного общения, ролевой организации учебно-воспитательного процесса, концентрированности в организации учебного материала, полифункциональности упражнений. В комплексе они обеспечивают четкую взаимосвязь учебной деятельности и учебного предмета и, тем самым, способствуют эффективной реализации целей обучения иностранному языку.

Включение в обучение приемов интенсивного обучения способствует поддержанию интереса учащихся, повышению уровня мотивации, а также достаточно прочному закреплению новых языковых и речевых явлений в памяти. На наш взгляд, эффективными представляются следующие приемы: использование рифмованного текста, аутентичных материалов, языковых, речевых и ролевых игр, использование полилогов, коммуникативных и проблемных заданий, рифмованных стихов, песен, музыкальных произведений и др.

Следовательно, использование приемов интенсивного обучения на уроках иностранного языка активизирует резервные возможности личности и коллектива, а использование разнообразных принципов обучения способствует совершенствованию языковых и речевых навыков и умений, а также создает оптимальную среду для интенсивного обучения.

Д. В. Кавцевич

КОММУНИКАТИВНО-КОГНИТИВНЫЙ ПОДХОД К ОБУЧЕНИЮ НАПИСАНИЮ ЭССЕ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Письменная форма общения выполняет важнейшую коммуникативную функцию и умения творческой письменной речи являются все более востребованными в современном информационном обществе. Письменные тексты, особенно творческие, содержат результаты продуктивной мыслительной деятельности, отражают особенности мировосприятия и мироощущения, требуют от пишущего высокого культурного, образовательного и креативного уровня. В этой связи все большую актуальность приобретает *коммуникативно-когнитивный подход* к обучению творческим видам письменной речи.

Коммуникативно-когнитивный подход в трактовке А.Н. Шамова определяется как методическая основа обучения, постулирующая необходимость равного внимания к формированию у обучающихся адекватного представления о системе изучаемого языка и способности к речевым действиям, умениям в речевой сфере. Коммуникативно-когнитивный подход к обучению творческой письменной речи, в нашем случае эссе, предполагает организацию деятельности обучающихся в соответствии с этапами продуцирования письменного текста, с учетом психологических качеств творческой письменной речи и лингвостилистических особенностей продуцируемого текста. Целью коммуникативно-когнитивного подхода к обучению написанию эссе выступает обучение решению коммуникативных и познавательных задач на иностранном языке и их адекватному коммуникативно-функциональному, логико-смысловому, структурно-композиционному оформлению в письменных текстах.

Основными положениями коммуникативно-когнитивного подхода к обучению написанию эссе на английском языке, выступают следующие: ориентация на методическое погружение в аутентичную коммуникативную среду и сосредоточении на учебных задачах, которые решаются носителями языка при написании эссе; учет этапов продуцирования письменного текста в жанре эссе; проблемный характер деятельности по развитию умений творческой письменной речи; опора на лингвостилистические особенности эссе (свободная композиция, непринужденность повествования, афористич-

ность, эмоциональность, образность и др.); интеркультурная направленность обучения, подразумевающая включение заданий на сравнение, сопоставление, анализ особенностей данного жанра творческой письменной речи в разных культурах.

А. Д. Лобков

К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ У УЧАЩИХСЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ НА МАТЕРИАЛЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТОВ

В наше время ни одна сфера научного знания не может обойтись без учета особенностей элементов иных культур, их взаимодействия и влияния на предметы этой же сферы. Методика преподавания иностранных языков не является исключением: иноязычное образование вне культурного контекста страны изучаемого языка, безусловно, возможно, однако в современной методике преподавания предпочтение отдается подходам к обучению, опирающимся на формирование у учащихся социокультурной компетенции (далее – СКК), под которой понимается совокупность знаний о стране изучаемого языка, национально-культурных особенностях социального и речевого поведения носителей языка, а также способность пользоваться этими знаниями в процессе общения, следуя обычаям, правилам поведения, нормам этикета, социальным условиям, стереотипам поведения носителей языка, способность сравнивать соизучаемые лингвокультурные общности, интерпретировать межкультурные различия, адекватно действовать в ситуациях нарушения межкультурного взаимодействия. Основными компонентами СКК, согласно П. В. Сысоеву, являются социокультурные знания, опыт коммуникации, личностное отношение к фактам культуры, способность решать возникающие социокультурные конфликты в ходе коммуникации, а также владение способами применения языка.

Одной из наиболее насыщенных форм речевой деятельности является текст. Как репрезентант лингвистических, коммуникативных и социокультурных факторов, он отражает национальную специфику речевого поведения, являет собой семантико-смысловое и культурное единство. Однако не каждый текст может считаться подходящим для обучения на его основе: для наиболее эффективного формирования социокультурной компетенции текст должен соответствовать ряду требований, таких как живость и яркость стиля, образность языка, ясность и доступность изложения мыслей, интересность для учащихся; желательным также является наличие в тексте воспитательного компонента.

А. А. Молчан

ОБУЧЕНИЕ УЧАЩИХСЯ ИЗУЧАЮЩЕМУ ЧТЕНИЮ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ НА ОСНОВЕ КОММУНИКАТИВНОГО ПОДХОДА

Коммуникативный подход к обучению учащихся чтению на иностранном языке представляет собой совокупность принципов, определяющих стратегию обучения, моделирующую иноязычное общение. Он направлен на формирование у учащихся восприятия и понимания смысла иноязычного текста и овладение речевыми навыками и умениями, необходимыми для построения речевых высказываний.

Благодаря чтению, в процессе которого происходит восприятие, понимание и извлечение информации из текста, возможны передача и присвоение накопленного опыта, приобретенного человечеством в самых разных областях социальной, трудовой и культурной деятельности. В этом отношении особая роль принадлежит результату чтения, т.е. пониманию извлеченной информации.

Чтение является целью и средством формирования у обучающихся языковых и речевых навыков, так как в процессе чтения учащиеся могут повысить эффективность и оптимизировать процесс усвоения учебного материала. Кроме того, коммуникативно-ориентированные, проблемные задания для обучения учащихся чтению создаются на основе письменных иноязычных текстов и инструкций; упражнения на формирование и отработку всех языковых и речевых навыков и умений также строятся с опорой на текст и коммуникативные установки к упражнениям и заданиям.

Следует подчеркнуть, что разные виды чтения требуют специальной организации заданий к иноязычным текстам. Так, результатом изучающего чтения является полное (100 %) и точное понимание всех основных и второстепенных фактов, содержащихся в тексте. Так читаются тексты, их отдельные части, информация которых особенно важна для читающего, поэтому он пытается ее максимально точно понять и критически осмыслить.

Реализация коммуникативного подхода к обучению учащихся изучающему чтению предполагает классическую структуру комплекса коммуникативных заданий к иноязычному тексту. На уроках иностранного языка целесообразно использование предтекстовых упражнений, которые нацелены на решение коммуникативных задач, снятие языковых и смысловых трудностей для полного понимания текста, формирование механизмов языковой догадки и др.

Т. В. Пашкевич

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КЕЙС-ТЕХНОЛОГИИ В ОБУЧЕНИИ ИНОЯЗЫЧНОМУ ГОВОРЕНИЮ

Овладение иноязычным говорением как одним из видов речевой деятельности является одной из образовательных целей предмета 'Иностранный язык'. Для достижения данной цели в нашем исследовании мы рассмотрели обучение иноязычному говорению учащихся 10 классов, используя кейс-технологии.

Кейс-технология (engl.: case study; deutsch: Fallstudie) – система способов и приемов обучения видам речевой деятельности, реализуемых в определенной последовательности на основе проблемно-ситуационного анализа, в ходе которого учащиеся в парах и группах решают конкретные задачи-ситуации.

Рассматриваемый нами кейс направлен на развитие умений монологической и диалогической речи. Основу кейса составляет текст, связанный с темой «Молодёжь и общество», выбранный из зарубежного учебника 'English File'.

Работа с кейсом на уроке иностранного языка реализуется в ходе 5 этапов: этап введения в кейс, этап анализа ситуации, этап презентации кейса, этап общей дискуссии и этап подведения итогов.

На каждом этапе работы с кейсом учащимся предлагаются задания, которые нужно выполнить как в группах, парах, так и самостоятельно, в ходе которых реализуются такие виды речевого высказывания, как монолог-сообщение и диалог-расспрос.

В этапе подведения итогов учащимся предлагается реальный кейс, с которым они сравнивают свои решения и решают, какой вариант из предложенных был наиболее близок к истине.

Таким образом, кейс-технология направлена на развитие познавательного потенциала личности, повышение способности к обучению, развитие креативных возможностей личности, а, главное, является средством развития речемыслительной деятельности учащихся, что обуславливает актуальность ее использования на уроке иностранного языка.

Д. Д. Руденко

АУДИОВИЗУАЛИЗАЦИЯ КАК ПРОЦЕСС ВОСПРИЯТИЯ И ПОНИМАНИЯ АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

В современном мире аудиовизуализация начинает вытеснять традиционное аудирование, так как развитие средств массовой коммуникации, Интернета и других аудиовизуальных технологий играют все более зна-

чимую роль в образовательном процессе. Согласно исследованиям, люди получают до 70–80 % информации через визуальный канал и только 13 % через слуховой. Это связано с тем, что беседы, лекции и телевизионные программы сопровождаются визуальными компонентами, которые играют важную роль в процессе восприятия и понимания информации.

Несмотря на это, многие исследователи до сих пор не выделяют аудиовизуальное восприятие как отдельный вид речевой деятельности, рассматривая визуальный ряд лишь как средство преодоления трудностей аудирования. Однако анализ потенциала видеоматериалов выявляет их значительные преимущества перед аудиотекстами в плане развития личности обучающихся.

С лингвистической точки зрения обучение аудиовизуализации важно, так как в этом процессе учащиеся учатся извлекать информацию не только из языкового сообщения, но и из невербальных компонентов (жесты, мимика, окружающая среда). Синхронизация аудио- и визуального текста служит целям межкультурного взаимодействия и овладения соответствующими языковыми стилями.

Проведенный анализ исследований показал, что чаще всего предметом изучения является использование аутентичных видеоматериалов для развития умений аудирования и говорения, при этом акцент делается на вербальной составляющей, а визуальному ряду отводится вспомогательная роль.

Таким образом, аудиовизуализация как процесс восприятия и понимания аудиовизуальных материалов социокультурной направленности представляет собой важный аспект коммуникативной компетенции, способствующий эффективному межкультурному взаимодействию. Развитие умений аудиовизуализации должно стать неотъемлемой частью современного образовательного процесса.

М. И. Статкевич

ВЗАИМОСВЯЗАННОЕ ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ ИЗУЧАЮЩЕМУ ЧТЕНИЮ И КРИТИЧЕСКОМУ МЫШЛЕНИЮ

В современном информационном обществе студенты сталкиваются с большим объемом текстовой информации, требующей анализа, критического осмысления, оценки и интерпретации, умения строить аргументы на основе прочитанного материала. Ввиду этого важно создавать условия для развития у обучающихся умений изучающего чтения и критического мышления, что поможет им стать более компетентными и уверенными в области работы с информацией.

В процессе чтения текстов, подлежащих изучающему чтению, распознаются и анализируются факты на странице. При этом используется умения критического мышления (умения осмысливать, применять, анали-

зирать, обобщать, оценивать информацию, принимать решения), чтобы задавать вопросы как к самому тексту, так и к нашему собственному восприятию его.

К числу умений изучающего чтения предоставляется целесообразным относить: критическую оценку и критический анализ содержания текста (выявление фактов в тексте, распознавание фактов на странице, оценка их достоверности), умение задавать вопросы к содержанию текста и собственному восприятию его, умение делать выбор среди различных значений, умение интерпретировать прочитанное, что в сумме означает критическое осмысление текста. Данные умения развиваются постепенно, в процессе учебной деятельности студента. Анализ перечисленных умений позволяет проследить логику соотнесения процесса обучения изучающему чтению с процессом развития критического мышления, который представляет собой постепенное овладение умениями анализировать и оценивать информацию, делать обоснованные выводы. При этом следует обозначить, что изучающее чтение отнюдь не находится в подчиненном положении, более того, оба этих процесса взаимообусловлены и оказывают влияние друг на друга. Изучающее чтение способствует развитию критического мышления, а критическое мышление в свою очередь обогащает и углубляет процесс изучения текста.

Со всей очевидностью, обучение изучающему чтению может осуществляться во взаимосвязи с развитием критического мышления, что позволит повысить эффективность осмысления прочитанного. На основе обозначенной универсальной базы представляется возможным строить различные вариативные модели взаимосвязанного обучения изучающему чтению и критическому мышлению.

В. В. Федюкова, И. Г. Урбанович

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПЛАТФОРМЫ MOODLE В ПРЕПОДАВАНИИ РКИ

С увеличением важности информационных технологий в различных сферах жизни человека, в последнее время все большее внимание уделяется использованию информационно-коммуникационных технологий в образовании. В обучении русскому как иностранному языку, новые технологии играют важную роль в разнообразии методов обучения, что позволяет поднимать стандарты обучения на новый уровень, улучшать процесс обучения и стимулировать студентов к изучению языка.

В рамках исследования, проводимого в нашем университете, выяснилось, что особое внимание уделяется использованию информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в образовательном процессе студентов, изучающих русский как иностранный. По своей актуальности и масштабности использования в учебном процессе нашего университета на

первый план выходит платформа Moodle. Эта платформа предлагает разнообразные возможности и преимущества, такие как ясная структура, гибкая программа, подходящая как для преподавателей, так и для студентов, наличие языкового и речевого материала, способствующего самостоятельному обучению.

Учебный курс на платформе Moodle может включать в себя несколько элементов, таких как лекции, задания, тесты, которые могут быть загружены преподавателем. Материалы могут быть представлены в виде текстовых файлов, а также видео, фото, презентации и аудио. Кроме того, на платформе можно проводить вебинары, семинары, тренинги, а также организовывать тестирование и задания во время семинаров.

В ходе исследования были изучены позитивные и негативные аспекты использования системы Moodle для обучения русскому языку как иностранному. Анализ базировался на результате опроса студентов третьего курса Минского государственного лингвистического университета. Опрос показал, что студенты активно пользуются платформой Moodle как в рамках учебных занятий, так и во внеучебное время. Среди преимуществ платформы студенты выделили возможность доступа к учебному материалу в любое удобное время, возможность работать с платформой из любого места и самостоятельную обработку изученного материала.

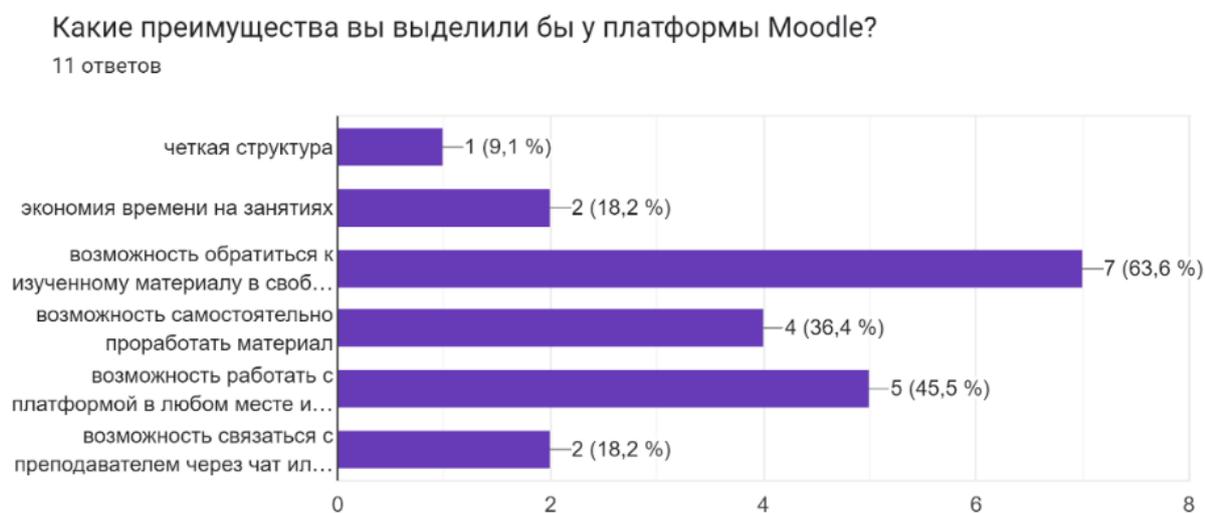


Рисунок 1. Преимущества платформы Moodle по мнению студентов

Разнообразные компоненты системы управления обучением Moodle могут содействовать динамичности и привлекательности учебного процесса. Однако, результаты опроса указывают на то, что некоторые из этих компонентов не используются студентами, и, соответственно, не являются актуальными. Например, элементы “тест”, “задания”, “база данных” были оценены студентами как самый популярный. В то время как “форум”, “чат”, “опрос” оказались малоизвестными и неиспользуемыми.

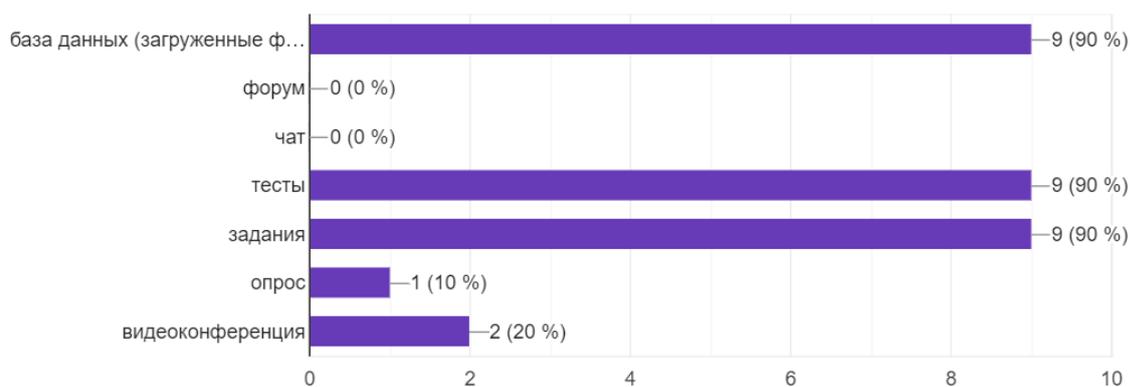


Рисунок 2. Наиболее часто используемые элементы Moodle

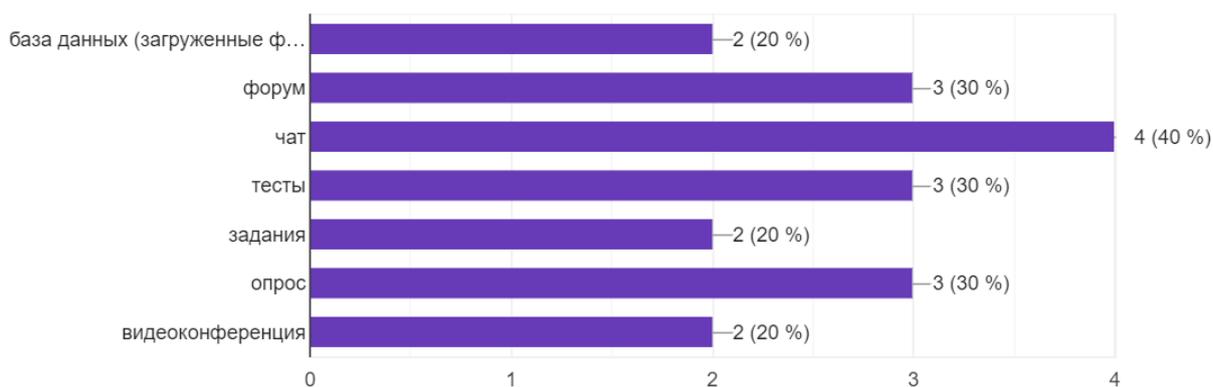


Рисунок 3. Малоиспользуемые элементы Moodle

В качестве альтернативы неиспользуемым элементам Moodle, студенты предпочли другие платформы и мессенджеры, более широко применяемые в образовательном процессе. Они выделили программы Zoom и Google Meet для видеоконференций, Viber, Telegram, Classroom и электронную почту для обмена текстовыми сообщениями, а также Google Forms для проведения тестов.

Недостатком платформы стал неудобный и непонятный интерфейс, который потребовал дополнительного времени для обучения и освоения его функционала.



Рисунок 4. Трудности в освоении платформы Moodle

На вопрос «Какие предложения у вас есть для оптимизации работы платформы Moodle?» студенты выдвинули такие идеи, как «сделать конструкцию менее сложной», «сделать более понятный интерфейс», «убрать неиспользуемые элементы».

Таким образом, в практике преподавания русского языка как иностранного платформа Moodle предоставляет широкий спектр возможностей и является важным инструментом в образовательном процессе в контексте быстро развивающихся информационных технологий. Однако результаты опроса показали, что для более эффективного удовлетворения потребностей студентов данная платформа требует некоторой модернизации и улучшений.

И. В. Чепик, Сяо Ян

ОБУЧЕНИЕ УЧАЩИХСЯ ДИАЛОГИЧЕСКОМУ ОБЩЕНИЮ НА КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ НЕВЕРБАЛЬНЫХ СРЕДСТВ

Данная статья посвящена проблеме обучения учащихся пониманию невербальных средств диалогического общения на китайском языке. Особое внимание уделяется значимости невербальных средств устного иноязычного общения и включения невербального компонента в процесс обучения иностранным языкам. В статье рассматриваются понятия «невербальное общение», «невербальные средства общения»; анализируются особенности взаимодействия вербальных и невербальных средств; определяются принципы к разработке комплексу упражнений и заданий по обучению учащихся пониманию невербальных средств диалогического общения на китайском языке.

Основой межкультурного общения является взаимодействие коммуникантов, которое протекает в определенной речевой ситуации, определяющей цели, мотивы, способы и средства коммуникации.

Общение является одним из обязательных условий существования и функционирования человека в обществе. Главное в общении – это *взаимодействие* людей, которое протекает в определенной речевой ситуации, определяющей цели, мотивы, способы и средства коммуникации. Следует подчеркнуть, что процесс общения включает передачу и понимание не только словесной, но и невербальной информации. Данное положение является очень важным для методики преподавания иностранных языков (ИЯ).

В обучении ИЯ (в нашем случае китайскому языку) следует уделять особое внимание невербальным средствам общения, так как невербальное поведение китайцев достаточно экспрессивно и эмоционально, характеризуется жестикულიцией.

Следует отметить, что изучением невербальных средств занимались как отечественные (Е. М. Верещагин, И. Н. Горелов, Г. В. Колшанский, Г. Е. Крейдлин, Н. Г. Баженова и др.), так и зарубежные авторы (Ж. Кальбри, Ж. Мессинжер, П. Шарль, М. Мейснер, Мари Цзюнь, Чжан Цзицзя, Вэнь Цюфан, Ван Лифи и др.).

Под термином «*невербальные средства общения*» понимаются коммуникативно-значимые неязыковые сигналы устной иноязычной речи – движения лица и тела говорящего носителя иностранного языка, т.е. его мимику, жестикуляцию, пластику и др. [1].

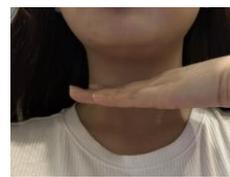
Невербальные средства общения представляют большой интерес как в методическом (овладение невербальными средствами иноязычного общения), так и в психолого-педагогическом планах, так как возникают в процессе выполнения говорящим сложных мыслительных действий и операций, связанных с выбором речевых единиц, с их вероятностным прогнозированием и с планированием всего сообщения в целом [1].

В настоящее время существуют различные точки зрения на классификацию паралингвистических явлений (А. Пиз, В. А. Лабунская, Е. Н. Резников, В. С. Фатеев и др.). Так, в методической литературе выделяют следующие средства невербальной коммуникации: *паралингвистические* (интонация, паузация, дикция, темп); *экстралингвистические* (смех, стук в дверь); *кинестические* (жесты, мимика, контакт глаз); *проксемические* (позы, телодвижения, дистанции [2, с. 34].

Анализ научной литературы по теме исследования позволяет выделить три группы *подходов* к вопросу о взаимодействии вербальных и невербальных средств общения: 1) невербальные средства рассматриваются совместно с вербальными; 2) невербальные средства функционируют автономно; 3) приоритет невербальных средств над вербальными.

На наш взгляд, важной задачей обучения является адекватная реакция учащихся в ситуации межкультурного общения, способность декодировать информацию, заложенную в жестах, мимике, движениях и др. Таким образом, *понимание* является главной функцией в межкультурном общении. Выявление культурных особенностей изучаемого языка должно быть специальной методической задачей. Кроме того, сопоставление невербальных средств общения на родном (русском/белорусском) и иностранном (в нашем исследовании – китайском) языках способствует выделению отличительных особенностей и пониманию китайской культуры.

动作
Жесты



| | | | |
|--|---|---|--|
| <p>在中国的意思 Значение жестов в Китае</p> | <p>杯子倒扣 В Китае очень грубо делать это только в том случае, если вы говорите, что человеку, который приходит, не рады и хотите, чтобы он ушел как можно скорее.</p> | <p>竖起小拇指 В Китае мизинец – это плохое значение, используемое для того, чтобы принизить другого человека, чтобы выразить значение бесполезного, некомпетентного и расточительного.</p> | <p>把手放在脖子处 Это значит “угрожать и убивать” (Действие шуток между друзьями)</p> |
| <p>在白俄罗斯/俄罗斯的意思 Значение жеста в Беларуси/России</p> | <p>В России жест, при котором человек переворачивает стакан, является ограничивающим, останавливающим жестом. Стакан переворачивают со значением «всё, хватит», либо «завязал».</p> | <p>В России этот жест часто считают грубым жестом, похожим на средний палец в английском языке.</p> | <p>В русской культуре это действие означает “уже сытый”</p> |

Обучение учащихся пониманию невербальных средств общения на китайском языке осуществляется с помощью специальных упражнений и заданий, разработанных с учётом следующих принципов: *ситуативности, функциональности, системности, наглядности и имитации, дифференциации с родной культурой, частотности.*

Принцип ситуативности обеспечивает реализацию аудиторного иноязычного общения в различных ситуациях.

Принцип функциональности предполагает обучение невербальным средствам общения, которые активно используются представителями китайской (и белорусской) культуры, существуют в сознании носителей языка и исключение нестабильных, неустойчивых невербальных средств (например, «почёсывать руку или ногу»). В этой связи, учащихся следует обучать пониманию *типичных жестов* китайского народа.

В соответствии с *принципом системности* изложение материала должно доводиться до уровня системности в сознании учащихся. Процесс обучения пониманию невербальных средств общения на китайском языке будет успешней и результативней, если он состоит из отдельных последовательных шагов и отличается непрерывностью.

Принцип наглядности и имитации предполагает ведущую роль учителя китайского языка как эталона невербальных действий учащихся. Учитель выступает как образец для подражания не только речевых, но и неречевых действий учащихся. Также в качестве наглядности могут быть использованы рисунки, фотографии, видеосюжеты, видеофильмы и др. Использование в качестве наглядности учебных и аутентичных видеозаписей сможет продемонстрировать поведение носителей китайского языка в конкретной ситуации общения.

Принцип дифференциации с родной культурой находит свою реализацию в сопоставительном анализе русских/белорусских и китайских невербальных средств. Известно, что, не обращая внимания на возможное влияние родной культуры, сложно добиться существенных результатов в обучении. Опираясь на родную культуру, указывая на ее отличительные особенности в сопоставительном плане, можно достичь ясного понимания соответствующих явлений в иноязычной культуре.

Понимание невербальных средств иноязычного диалогического общения требует многократного выполнения специальных упражнений и заданий.

На наш взгляд, обучение учащихся пониманию невербальных средств устного общения на китайском языке включает следующие этапы: 1) *ознакомительный*; 2) *тренировочный*; 3) *моделирующий*.

Первый ознакомительный этап обучения целесообразно начать с *вводной беседы* и *ознакомления с жестами, используемыми носителями китайской культуры*. Вводная беседа может сопровождаться мультимедийной презентацией или видеосюжетом.

Существует много видов таких упражнений, например:

a) 观看没有字幕的视频，观察本视频中人物的手势和面部表情。

Посмотрите видео без субтитров и наблюдайте за жестами и мимикой людей на этом видео.

b) 你认为这段视频中的角色是哪个国家的人，说明你的观点。

Как вы думаете, из какой страны герои этого видео, и изложите свою точку зрения.

c) 什么手势吸引你的注意力？试着猜猜他们表达了什么意思。

Какие жесты привлекают ваше внимание? Попробуйте догадаться, что они означают.

d) 加上音频观看视频，语言能帮助你理解手势的含义吗？

Может ли с помощью аудио и видео помочь вам понять значение жестов?

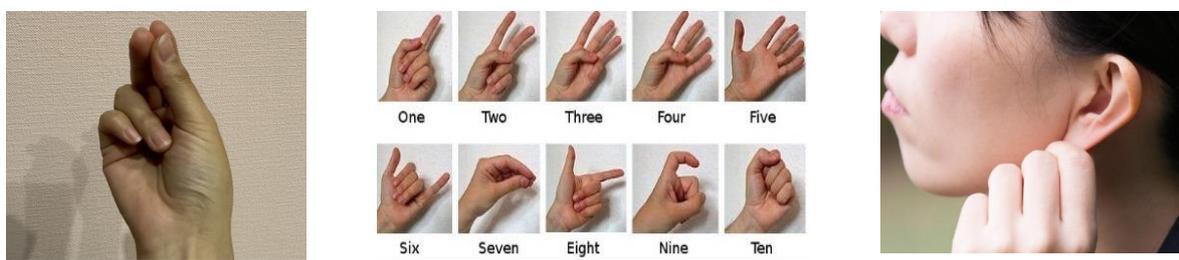
Целью беседы является привлечение внимания учащихся к национально-культурным особенностям общения китайцев, знакомство с классификацией и функциями невербальных средств. В ходе данной беседы учащиеся должны прийти к выводу о необходимости изучения невербальных средств, должны узнать об их значимости.

После вводной беседы необходимо познакомить учащихся с наиболее типичными жестами, мимикой и др. Этот этап включает ознакомление с невербальными средствами и начало формирования навыков их узнавания путем соответствующей тренировки. Упражнения и задания *ознакомительного этапа* ориентированы на понимание невербальных средств и их последующий анализ и способствуют постепенному и последовательному усвоению отдельных компонентов невербального общения. В процессе использования подготовительных упражнений и заданий учащиеся выполняют следующие действия с неязыковым (невербальным) материалом: осмысление, понимание и дифференциация.

К таким упражнениям относятся:

1) 知识练习

– 观察图画中的手势; Наблюдение за жестами на рисунке



a) 分析中国人的手势和面部表情。 你知道什么手势? *Анализируйте китайские жесты и мимику. Какие жесты вы знаете?*

b) 在你看来, 哪些手势是最流行的? *Какие жесты, на ваш взгляд, самые популярные?*

– 观察老师的手势, 并尝试理解和模仿; *Наблюдайте за жестами учителя и старайтесь понимать и подражать им*

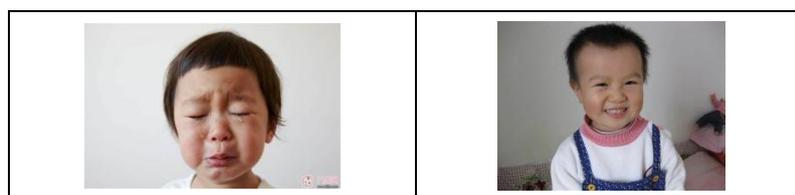
例如: 跑。/ 李明跑。/ 李明拿书, 跑。/ 李明拿书, 跑到门边, 关门。

Бежать. / Ли Мин бежит. / Ли Мин берет книгу и убегает. / Ли Мин взял книгу, подбежал к двери и закрыл дверь.

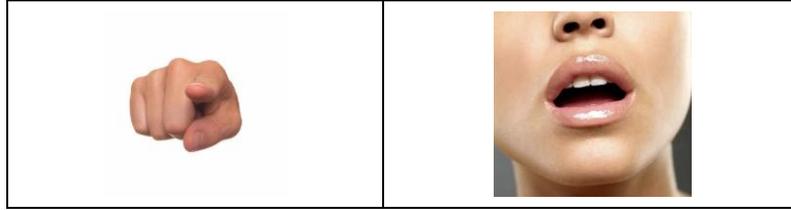
– 观察 (视频/图片中) 人物的手势和面部表情, 听相应的语句。 *Понаблюдайте за жестами и мимикой человека (она видео/картинке) и прослушайте соответствующие предложения*

– 1) 两个小女孩的表情有什么不同? *В чем разница между мимикой двух маленьких девочек?*

– 2) 你认为可能是什么原因导致了这种不同? *Как вы думаете, чем может быть вызвана такая разница?*



2) 观察图画中的手势，读出其对应的语句：



- a) Показать пальцем;
- b) Слегка приоткрытый рот.

На *втором этапе* целесообразно использовать тренировочные упражнения с максимальной опорой на образец: заполнение пропусков, дополнение вербальных фраз невербальными средствами общения, логическое соотнесение вербальных и невербальных средств. Тренировочные упражнения включают следующие виды заданий:

- *имитационные:*

知识和开发练习:

- 模仿老师的手势，重复他/她所对应的陈述;
- 模仿影片中人物的手势，重复它对应的语句;
- 模仿图中人物的手势，并朗读相应的语句。

- *дифференцировочные:*

观察这些人的手势和面部表情，说说它们对应的语句。在你的文化中，你做同样的事情吗？如果没有，有什么不同？

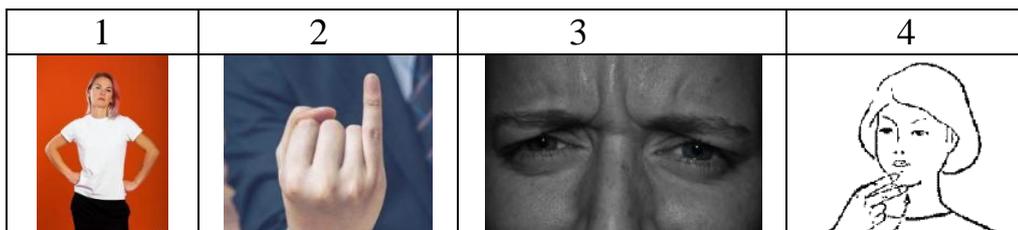
米歇尔与他的朋友交谈

- 你好，最近怎么样？
- 还不错，你呢？
- 非常好 (большой палец поднимается на уровне груди).
- 你的作业做完了吗？
- 我昨天早上就做完了 (Покачайте головой вверх-вниз).
- 我还有几个题没写出来，现在得加快速度了。

- *подстановочные:*

在相应的文本旁边写下图像号码:

- 1) 吃饭; 2) 叉腰; 3) 竖起小拇指; 4) 皱眉



- *трансформационные:*

Прослушайте ряд слов, составьте из них фразу на китайском языке, сопроводив ее соответствующим невербальным средством.

- 吞/虎/咽/狼;
- 妇/无/难/之/炊/巧/米/为;
- 蛤/想/癩/天/蟆/吃/肉/鹅。

Основная цель *моделирующего этапа* обучения учащихся заключается в понимании невербальных средств диалогического общения на китайском языке, развитие умений полно и однозначно воспринимать естественное иноязычное общение. Упражнения данного этапа носят продуктивный характер. В силу специфических особенностей моделирующих упражнений – презентации в них реальных ситуаций общения, все упражнения данной серии выполняются на основе аудиовизуальных средств и состоят из нескольких частей: *прослушайте видео без изображения, просмотрите видео без звукового ряда, соотнесите вербальную и невербальную информацию после просмотра со звуковым рядом.*

Дальнейшее развитие умений понимания невербальных средств устного общения предполагается в речевом взаимодействии учащихся со своими сверстниками, преподавателем, носителями китайского языка и культуры.

Таким образом, невербальные средства общения оказывают существенное влияние на процесс усвоения иностранного языка, взаимодействуя в ходе речевой деятельности, они выступают своеобразным ориентиром и организатором устного общения на уроке иностранного (китайского) языка. Главным является при этом становление у учащихся не только речевых навыков и умений, но и неречевого поведения, что тем самым приближает процесс общения к аутентичному.

ПЕРЕВОД И ОБУЧЕНИЕ ПЕРЕВОДУ

Т. Г. Алехнович

ОСОБЕННОСТИ И СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ЭЛЛИПТИЧЕСКИХ КОНСТРУКЦИЙ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ

Актуальность выбранной темы заключается в том, что технологическое развитие, ускорение жизни вынуждают газеты использовать новые приемы для борьбы за внимание читателей. Один из таких приемов – использование эллипсиса. Процессы глобализации требуют от переводчика мгновенного перевода статей, для чего им необходимо знать особенности и способы перевода таких текстов.

Цель данной работы состоит в выявлении особенностей эллипсиса в английском языке на материале газетных статей и определении специфики его перевода на русский язык.

Значение эллипсиса, соотношение с другими языковыми явлениями, сфера употребления порождали противоречивые мнения среди ученых на протяжении веков. На сегодняшний день для обозначения этого явления используется множество трактовок, а также отсутствует четкая классификация типов эллиптических предложений.

Методом сплошной выборки были отобраны газетные статьи разной тематической направленности (общий объем статей одной тематической направленности – 60000 знаков). В отобранных статьях были выявлены 8 типов конструкций с присутствием того или иного вида эллипсиса: союз с причастием (*If approved, that deal would give...*), союз с существительным (*Whatever the motivation, the poll crystallises...*), союз с прилагательным (*The best endings should be surprising, if inevitable*), союз с наречием (*If so, the Premier League needs...*), конструкция «if any/if anything» (*If anything, the market is worsening*), причастный оборот (*Asked on Friday about..., Mattison did not...*), условное предложение (*...he could have been...had he remained...*), предложная абсолютная конструкция (*With violent incidents on the rise...*). Общее количество различных случаев эллипсиса в отобранных статьях составило 130.

Проведя анализ, мы обнаружили, что в статьях разной тематической направленности наиболее частотными видами эллипсиса являются опущение подлежащего (55 случаев) и вспомогательного глагола (42 случая).

Были выявлены определенные закономерности. Так, для перевода эллипсиса на русский язык в перечисленных выше конструкциях используются лексическое добавление, структурная либо нулевая трансформация. Для перевода эллипсиса подлежащего на русский язык чаще всего используется лексическое добавление, для перевода эллипсиса смыслового глагола – лексическое добавление либо нулевая трансформация, для случаев

опущения вспомогательного глагола в страдательном залоге используется форма русского страдательного залога или неопределенно-личное предложение.

А. С. Бабосова

РУССКИЕ НАРОДНЫЕ СКАЗКИ ГЛАЗАМИ МАСТЕРОВ МСТЕРЫ И ПАЛЕХА

Народные сказки – это бессмертные повествования, наполненные магией, приключениями и мудростью, которые занимают немалое место в различных культурах мира. Помимо развлечения, сказки играют важную роль в формировании моральных ценностей и помогают детям познавать мир, увидеть образцы добродетели. Народные сказки стимулируют воображение, развивают эмоциональный интеллект и прививают ценности, описывая персонажей, умеющих преодолевать трудности и препятствия.

Отметим, что народные сказки вдохновляют не только детей, но и взрослых представителей из мира искусства – художников, писателей и композиторов, являясь источником творчества. Так, например, в России русские народные сказки повлияли на искусство Палех и Мстеры, прославившихся на весь мир своими неповторимыми лаковыми миниатюрами с разнообразием сюжетов, в том числе и из русских народных сказок.

Палехская роспись, известная замысловатыми лаковыми миниатюрами, воплощает в себе чарующий мир русских сказок. Отличающиеся изяществом линий, тщательностью проработки деталей и щедрым использованием золота и серебра, палехские произведения искусства воплощают в жизнь такие любимые сказки, как «Петушок-золотой гребешок», «Царевна-лягушка» и многие другие. Основанная на тесной связи художника с крестьянской жизнью и фольклором, палехская живопись отражает глубокий культурный пласт, а ее темы взяты из эпосов, басен и бытовых сцен.

Миниатюры Мстеры вызывают ощущение волшебства и причудливости благодаря динамичным композициям и ярким цветам. Изображая причудливых персонажей сказок в выразительных позах на фоне неба в клубящихся облаках, произведения мастеров Мстеры будто вдохнули новую жизнь в такие сказки, как «Гуси-лебеди» и «Садко».

В целом, искусство Палеха и Мстеры не только сохраняет культурное наследие России, но и дает глубокое представление о вечном очаровании и нравственной глубине русских народных сказок. Благодаря своему изысканному мастерству и непоколебимой преданности традициям, мастера заботились и заботятся по сей день о том, чтобы волшебство и мудрость народных сказок продолжали очаровывать и вдохновлять новые поколения, а переводчики русского народного творчества продолжали бы знакомить мир с сутью русских народных сказок, с их непревзойденной глубиной и выразительностью, умело передавая духовное богатство русской сказки на разные языки мира.

А. И. Баран

**РОЛЬ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С ЭЛЕМЕНТОМ ЦВЕТА
В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ
В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

Фразеологизм – это лексически неделимая единица языка, которая выражает целостное значение, отличается эмоциональной окраской и экспрессивностью. В политическом дискурсе фразеологизмы являются средством актуализации воздействующей функции, которая помимо прочего направлена на формирование общественного мнения.

Фразеологизмы с элементом цвета играют особую роль в этом процессе, так как они имеют символическое значение, влияющее на восприятие картины мира человеком, и вызывают устойчивые ассоциации с определенными эмоциями или идеями. Цвет воздействует на зрительные рецепторы человека, тем самым оказывая прямое влияние на общий душевный настрой. Упоминание цветофразеологизмов в политическом дискурсе приводит к формированию у реципиента устойчивой ассоциативной связи и эмоционального отклика на упоминаемое событие или факт.

Рассмотрим пример с красным цветом, который в политическом дискурсе упоминается довольно часто: *«Когда преступается красная линия, власть должна реагировать»*, — подчеркнул президент. Использованный фразеологизм четко ассоциируется с угрозой, границей, которую не следует нарушать. Такая ассоциация вызывает у реципиента чувство тревоги, и в этом контексте она используется отправителем для оправдания своих действий в глазах аудитории и для трансляции идеи, что власть может защитить от угрозы, а значит ей следует довериться и поддержать. Следует отметить, что для каждого цвета характерно комплексное символическое значение, и один и тот же цвет может ассоциироваться и с позитивными, и с негативными явлениями. В данном случае актуализировано только одно из ассоциативных значений красного цвета.

Не менее часто в политическом дискурсе упоминается черный цвет. Например: *«Поэтому в случае победы Клинтон нельзя говорить, что в российско-американских отношениях наступит черная полоса»*. Черный цвет ассоциируется с трудностями, неприятностями и упадком и вызывает негативные эмоции. Однако в сочетании с отрицанием в этом высказывании фразеологизм скорее призван несколько успокоить аудиторию: проблема, по сути, не отрицается, но дана надежда, что власть может с ней справиться.

Интересно отметить, что в политическом дискурсе часто используются фразеологизмы с элементом цвета, связанные с другими областями, где они обозначают конкретные явления или предметы и с которыми у реципиента также есть устойчивые ассоциации (*желтая карточка, зеленый свет*).

Таким образом, фразеологизмы с элементом цвета в политическом дискурсе служат эффективным инструментом формирования общественного мнения или манипулирования им. В основе механизма воздействия лежат устойчивые ассоциации, которые тот или иной цвет вызывает у аудитории.

А. В. Барбуцько

ПЕРЕДАЧА ОСОБЕННОСТЕЙ ЯЗЫКА ГЕРОЕВ
МУЛЬТИПЛИКАЦИОННОГО ФИЛЬМА
(на примере мультсериала “Смешарики”)

Каждый персонаж мультсериала “Смешарики” обладает уникальными особенностями языка, отражающие их возраст, характер и профессию, что создает трудности при переводе из-за различий между русским и английским языками.

Речь *Кроша* быстрая, сбивчивая, наполнена восклицаниями, разговорными конструкциями, сленгом и неологизмами. В переводе они представлены нейтрально, часто упрощаются или опускаются: ‘*Ёлки-иголки!*’ – ‘*Holly-Molly!*’ // ‘*Ну когда кордебалетим?*’ – ‘*Let’s see when’s our first practice*’.

Ёжик говорит правильно, но часто использует слово “собственно”, которое при переводе может либо опускаться, либо замещаться. Его афоризмы при локализации теряют свой первоначальный смысл: ‘*Ты rarumet, я rarumet. Выходит, мы с тобой своеобразная коллекция*’ – ‘*You’re really rare and I’m really rare and together were the world’s best collection of really-really special friends.*’

Особенность речи *Бараша* и *Нюши* – наличие звукоподражания тех животных, которыми они являются. В случае *Бараша* его бляение при локализации передается не всегда, а похрюкивание *Нюши* – опускается.

Пин говорит с немецким акцент, использует несуществующие грамматические формы и немецкие слова. В переводе он говорит правильно и без акцента, а немецкие фразы и слова просто переводятся: ‘*Письма – nicht, телеграммы – nicht.*’ – ‘*No letters, no telegram either.*’

Речь *Лосяша* стилизована под манерного интеллигента, с избытком причастных, деепричастных оборотов, афоризмов и восклицаний, которые при локализации опускаются. Его использование не всегда оправданных синонимов при переводе игнорируется. А его развернутые обращения с атрибутом в постпозиции в переводах присутствует нерегулярно и переводится стандартными конструкциями без инверсии.

Копатычу присуща речь, утрированно имитирующая речь сельского жителя с обилием фразеологизмов, просторечных оборотов, фонетических нарушений, однако их уникальность не всегда сохраняется в переводе: ‘*меня чуть Кондратий не хватил*’ – ‘*I was nearly dead*’ / ‘*Ты чаво?*’ – ‘*What’s with you?*’ Его самое яркое восклицание ‘*Укуси меня, пчала*’, переводчиками игнорируется: ‘*Ouch!*’ / ‘*Ain’t that a stinger!*’ / ‘*I’ll be stung by a bee.*’

Таким образом, потеря речевых особенностей в процессе локализации ведет к утрате эмоциональной глубины и уникальности персонажей, что может негативно сказаться на восприятии зрителями.

К. А. Бородынич

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В СОЦИОЛЕКТЕ ГЕЙМЕРОВ

Гейминг – это деятельность, связанная с игрой на компьютере и других электронных устройствах. Сегодня это одно из доминирующих направлений в области информационных технологий и индустрии развлечений. Особой популярностью пользуются многопользовательские онлайн игры, предполагающие коммуникацию между игроками. Этот и некоторые другие факторы обусловили появление нового социолекта.

Социолект геймеров, как особая лексическая подсистема языка, активно развивается, и с каждым годом все больше элементов сленга игроков проникает в речь носителей русского языка. Основным механизмом формирования лексем социолекта русскоязычных геймеров является заимствование лексических единиц английского языка и их преобразование под влиянием правил русского языка и мировоззрений, привычных русскоговорящим членам игрового сообщества. Изменения происходят и в результате спонтанной коммуникации геймеров, которые стремятся называть действия и реалии игры максимально точно и кратко. Спонтанность коммуникации делает задачу классификации и кодификации лексем сложной, однако анализ практического материала все же позволяет нам выделить несколько моделей их формирования.

Первая модель – это транскрипция или транслитерация и приспособление к привычной системе языка. Часто это происходит с аббревиатурами. Например, глагол *афэкашит* образуется в результате транскрибирования аббревиатуры *AFK* (away from keyboard) и обозначает действие игрока, не вышедшего из игры, но не принимающего участие в игровом процессе и не следящего за ним. Формула вежливого приветствия перед матчем *гылыхыфы* также образована от англоязычной аббревиатуры *GLHF* (good luck, have fun). В данном случае преобразования связаны с упрощением произношения для русскоговорящих игроков.

Вторая модель – это создание неологизмов при помощи сочетания английского корня и русских аффиксов. Часто таким способом формируются глаголы (*хэлповать* – помогать, *руинить* – портить игру). Неологизмы также могут формироваться на основе фонетической схожести. Например, существительное *сало*, обозначающее эффект, при действии которого персонаж не может применять свои умения, образовано от английского слова *silence* (тишина, молчание). Стоит отметить, что неологизмы в социолекте геймеров быстро перестают восприниматься как таковые из-за частотности использования.

Таким образом, социолект геймеров является динамичной лексической подсистемой, которая не только активно развивается, но и становится источником неологизмов в лексике разговорного стиля.

К. А. Бортник

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА СЛОЖНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ В НАУЧНЫХ И ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ

Актуальность работы обусловлена тем, что научные и публицистические тексты являются одними из важнейших источников знаний и информации во всех сферах деятельности. Однако в русском и английском языках морфологическое и синтаксическое оформление информации в научных и публицистических текстах отличается. Поэтому необходимо уделить внимание изучению сложных предложений, которые активно используются в научном и публицистическом стилях и могут вызывать некоторые трудности при переводе с английского языка на русский.

Цель данной работы состоит в выявлении специфики перевода сложных предложений на материале английских научных и публицистических текстов.

Поскольку одной из задач исследования стояло определение частотности использования сложных предложений в двух стилях, нами были взяты тексты разных стилей приблизительно равного объема (научный текст объемом 16363 символа без пробелов и публицистический текст – 16347).

Проведя анализ, мы выявили, что частотность использования сложных предложений в научном стиле выше, чем в публицистическом. На одинаковое количество печатных знаков пришлось 100 сложных предложений в научном тексте и 83 сложных предложения в публицистическом. Это может быть связано с различными целями двух стилей. Цель научного стиля – детально передать информацию, в то время как цель публицистического – привлечь внимание и повлиять на читателя, а чрезмерное употребление сложных предложений может препятствовать этой цели. При анализе мы выявили следующие типы сложных предложений: сложносочиненные, сложноподчиненные и смешанные.

При переводе отобранных предложений структура сложного предложения чаще всего сохранялась: *The British Property Federation has said this would be open to legal challenge because pension funds would have to take action on behalf of their beneficiaries.* – **Британская федерация недвижимости заявила, что это может быть оспорено в суде, поскольку пенсионные фонды должны будут предпринять действия от имени своих подопечных.** Однако замена сложного предложения на простое также встречалась: *Of course, he also has to pay back the amount that he borrowed,* *с1 - m1.* – **Разумеется, ему придется также вернуть и взятую займы сумму, с1 - m1.**

Проведенный анализ показал, что наиболее употребляемыми типами сложных предложений в научном и публицистическом стилях являются сложноподчиненные и что структура сложного предложения при переводе чаще всего сохраняется.

Ю. А. Васюченко

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ КОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА В ПЕРЕВОДЕ СИТКОМОВ

Среди современных комедийных жанров одним из самых популярных является ситком, комедия положений с простым сюжетом и узнаваемыми персонажами. Комический эффект в ситкоме достигается за счет самых разнообразных визуальных и языковых приемов, к которым можно отнести шутки, анекдоты, иронию, чёрный юмор, игру слов, пародию.

Передача комического эффекта в переводе ситкомов – довольно сложная задача, т.к. переводчику нужно учитывать не только культурные особенности юмора, но и хронометраж кадра. Шутка в переводе по продолжительности произносимых фраз должна соответствовать оригиналу и согласовываться с жестами, мимикой и интонацией героя. Для адекватной передачи комического эффекта необходимо прибегать к переводческим трансформациям, среди которых наиболее часто используемыми являются опущение, компенсация и замена. Стоит отметить, что эквивалентный перевод также возможен. Однако, случаи его использования не так частотны и эффективны, как может показаться.

Рассмотрим в качестве примера диалог персонажей из ситкома «Силиконовая долина»: – *Who was this woman that you shook hands with for the first time? – The postman lady. – What? A woman that was a man? – Not a post-man lady. A lady who was a post...* В оригинале словом ‘*post-man*’ называют мужчину, сменившего пол. Шутка основана на фонетической схожести со словом ‘*postman*’ (почтальон).

Сравнивая переводы разных студий, мы заметили, что в одном из них комический эффект был утерян из-за дословной передачи слова ‘*postman*’ и потерянной при переводе игре слов (использована замена на слово ‘*трансвестит*’): – *И какой телке ты пожал руку в первый раз? – Почтальону. – Что, трансвеститу что ли?* Помимо потери шутки, в таком варианте, в принципе, не совсем ясно передается смысл диалога.

Другая студия предложила более адекватный перевод: – *И какой женщине ты впервые пожал руку? – Почтальону. – Это что, мужик был? – Нет, почтальоние, только так не говорят...* В данном случае переводчикам удалось частично сохранить оригинальный механизм создания комического эффекта при помощи более логичной замены на просторечное ‘*почтальонша*’. В этом случае, оригинальная шутка тоже воссоздана не совсем точно, но при этом понятен юмор, а также учтены аудиовизуальные параметры кадра.

Таким образом, при переводе ситкомов переводчик должен учитывать ряд таких особенностей как ограничения аудиовизуального ряда, культурные особенности юмора, языковые особенности персонажей и специфику передачи комического в целом, а также задействовать самый широкий набор переводческих приемов, позволяющих максимально точно воссоздать юмористический эффект.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА СОВРЕМЕННОЙ ИТ-ТЕРМИНОЛОГИИ

На современном этапе информационные технологии являются одной из наиболее динамично развивающихся отраслей. Деятельность в этой сфере носит международный характер, а основным языком общения выступает английский. Терминосистема ИТ-отрасли постоянно пополняется и актуализируется, что влечет за собой проблему адекватного перевода терминов с английского на русский язык. Выявление определенных закономерностей позволит оптимизировать этот процесс.

Перевод терминов ИТ-индустрии сопряжен с рядом трудностей. В языке перевода может наблюдаться как наличие нескольких эквивалентов одного термина, так и полное их отсутствие. Кроме того, термины в этой сфере имеют свойство быстро устаревать.

Для тех ситуаций, когда эквиваленты у термина отсутствуют, С. Гринёв-Гриневиц предлагает переводчику четыре стратегии: 1) заимствование термина путем транслитерации или транскрипции с предоставлением его краткого толкования; 2) семантическая калька (*memory* — память); 3) структурная калька, или дословный перевод; 4) описательный перевод (*batch processing* — пакетный режим обработки данных). В ходе анализа практического материала выяснилось, что наиболее часто употребляемым способом терминообразования является транслитерация/транскрипция английского термина (*Интернет, байт, процессор*). Далее по частотности употребления следуют кальки и описательный перевод.

Следует отметить, что современные англоязычные ИТ-термины – это преимущественно двусоставные атрибутивные сочетания, образованные от сочетания прилагательного и существительного. В русском языке термины могут принимать вид дву-, трёх- и четырёхсоставных сочетаний, не имеющих унифицированного метода образования. Поскольку перевод термина – это прежде всего сохранение в обозначении понятия его разграничивающей характеристики, терминообразующие модели ИТ-терминов почти не оказывают влияния на переводческую стратегию. То есть адекватный перевод сложных по структуре и содержанию многокомпонентных терминов возможен только с использованием комплекса лексических и/или грамматических трансформаций, включая описательный перевод (*dedicated hardware* – специализированные аппаратные средства, *information workers* – специалисты, работающие с информацией; работники сферы информации).

Несмотря на то, что знание терминообразования необходимо, проведение четкой параллели между моделью и переводческим решением невозможно. В области ИТ-терминологии вариативность переводческих решений и стратегий, а значит и роль переводческого творчества и логического мышления, является чрезвычайно высокой.

МОТИВИРОВАННОСТЬ АНГЛИЙСКИХ АНТРОПОНИМОВ

Мотивированность английских антропонимов может быть связана с различными факторами, включая исторические, языковые, культурные и социальные аспекты. Некоторые английские имена могут иметь древние корни и происхождение, связанное с мифологией, религией или историческими личностями. Другие имена могут быть производными от слов или выражений, имеющих определенное значение или символическую ценность. Также мотивированность антропонимов может быть связана с модой, трендами и влиянием массовой культуры. В целом, выбор и использование английских антропонимов отражает разнообразие и богатство языка, а также культурные и социальные контексты, в которых они используются: 1. Историческая мотивированность: *William* ‘Уильям’ происходит от нормандского имени *Willahelm*, что означает ‘желающий защитити’, *Victoria* ‘Виктория’ в честь королевы Виктории, которая правила в Великобритании с 1837 по 1901 год. 2. Религиозная мотивированность: *Gabriel* ‘Габриэль’ – имя архангела в христианской и исламской традициях. *Mary* ‘Мэри’ – в честь Богородицы Марии, матери Иисуса Христа. 3. Символическая мотивированность: *Grace* ‘Грейс’ означает ‘благодать’ или ‘изящество’, *Hope* ‘Хоуп’ – переводится как ‘надежда’. 4. Модная мотивированность: *Harper* ‘Харпер’ стало популярным благодаря известной певице Harper Lee. *Mason* ‘Мейсон’ приобрело популярность после появления знаменитого актера Мейсона. 5. Литературная мотивированность: *Darcy* ‘Дарси’ в честь главного героя романа Джейн Остин ‘Гордость и предубеждение’, *Hermione* ‘Гермиона’ – в честь персонажа из книг о Гарри Поттере. XXI в. ознаменован ростом популярности среди представителей английской культуры кратких и гипокористических форм имен, которые используются самостоятельно и являются официально зарегистрированными: *Dan*, *Bo*, *Sam*, *Joss* и др. Кроме того, в семантике и структуре личных имен имеет место частичное стирание гендерных, национальных и этнических маркеров. Примером данной тенденции служат имена, которые используются для имянаречения как мужчин, так и женщин: *Daryl*, *Alexis*, *Raven*, *Avril* и др. Широкое распространение получают в английском языке отапеллятивные имена, т.е. имена, образованные с помощью онимизации апеллятивов: *Poppy*, *Lily*, *Violet*, *Hazel* и др. Имена, которые образованы путем трансонимизации, также характерны для современного английского языка: *Sydney*, *Devon*, *Boston*, *Dakota* и т.п. На современном этапе развития английского языка ведущим фактором при выборе имени является стремление индивидуализировать личность путем поиска оригинальных и экспрессивных имен, в том числе с помощью суффиксации и орфографической вариативности: *Marisa*, *Anice*, *Christie* и т.п.

Таким образом, в развитии систем личных имен английского языка наблюдается стремление к индивидуализации личности, а также влияние литературы, музыки, моды и процессов глобализации.

А. М. Д. Воробьева

ТРУДНОСТИ АУДИОВИЗУЛЬНОГО ПЕРЕВОДА КИНОФИЛЬМОВ

Кино – важный элемент культуры, обладающий информационно развлекательным потенциалом. Чтобы кинофильмы достигли аудитории по всему миру, необходим перевод.

В настоящее время исследователи выделяют следующие типы аудиовизуального перевода: 1) перевод под дубляж; 2) перевод под закадровое озвучивание; 3) перевод для субтитрования; 4) аудиодескрипция. Анализ процесса перевода кинофильма в рамках лингвистического исследования сопровождается определенными трудностями. Кроме стандартных лингвистических проблем, свойственных художественным произведениям, для фильмов характерна сложность в передаче игры слов. К примеру: *In this day and age, vampires don't suck human blood. Humans suck vampires dry.* – *Нынче вампиры не пьют человеческую кровь. А вот люди, высасывают нас досуха* (В сериале герои вынуждены тратить большие суммы денег на покупку пакетированной крови).

Интертекстуальность: *We planned to watch «Crash Landing on You» together.* – *Мы собирались вместе посмотреть «Аварийная посадка любви»*

Передача имен собственных: *Baek Hyun Woo* – Бэк Хён У, *Hong Ha In* – Хон Хэ Ин. Стоит также отметить, изменение в современном переводе фамилии Choi, как Чхве, а не Цой (*Choi Yul* – **Чхве Юль**).

Помимо самого текста перевода, учитываются так же экстралингвистические факторы, важные для восприятия и понимания фильма:

Передача текста и изображения: *I suspected you ever since the peanut cake incident.* – *Если бы не случай с печеньками, я бы тебя даже не подозревал* (Печенье было показано в более ранних сериях, поэтому не было надобности уточнять из чего они сделаны).

Перевод фильмов связан с трудностями как лингвистического, так и технического характеров. Сложность соблюдения тайминга:

Congratulations. You'll join us as an intern for Ohnjeong Foods' marketing team... – *Поздравляем! Вы приняты на стажировку в маркетинговый отдел «Ончжон Фудс»* (Текст в кадре появляется на долю секунды, при кинопоказе время трансляции было увеличено).

She'd get scared. Imagine how scary that'd be – *Она испугается. Представь как страшно поначалу.* (Вместо: *Она бы испугалась. Представь, каким устрашающим это могло бы быть.* Для удобства чтения фразы за короткий период времени, было решено применить стилистическое сокращение).

В связи с этим, часто возникает необходимость сокращать исходные тексты, чтобы адаптировать их под язык перевода. Это приводит к искажению оригинальных текстов. Распространенным переводческим приемом является изменение синтаксиса. При переводе кинофильмов стоит учитывать определенную степень сжатия исходной информации, при этом по возможности сохраняя смысл фраз, игру слов и интертекстуальность.

ВОЗМОЖНОСТИ КЛАССИФИКАЦИИ ТЕРМИНОЛОГИИ ХОККЕЯ С ШАЙБОЙ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СПОРТИВНЫХ СМИ

Терминология хоккея с шайбой, отобранная методом сплошной выборки из статей таких периодических изданий, как «The Athletic», «The Times», «Sporting News», классифицируется по следующим типам:

1. по формальной структуре: а) термины-слова: *scoring, sportmanship, rating, puck, goal, offside*; б) термины-словосочетания: *rookie season, penalty shot, hockey gear* в) термины-аббревиатуры и сокращения: *OHL (Ontario Hockey League), NHL, MVP (Most Valuable Player)*.

2. по тематическим сегментам (некоторые термины можно отнести сразу к нескольким сегментам): повседневная жизнь: *coach, score, team, ticket*; спорт: *goalkeeper, attack, defender, shootout*; экономика: *transfer, player's contract, prize fund*; медиа: *broadcast of the match, interview, commentator*.

3. по сфере употребления: универсальные, т.е. характерные для смежных областей либо употребляющиеся также и в разговорной речи: *puck, penalty, team, player* и уникальные, т.е. характерные для одной области: *hockey shootout, faceoff, power play*.

Более 90% отобранных единиц относятся к именам существительным или субстантивным словосочетаниям: *ice hockey game, penalty box, faceoff circle, shot-on-goal, checking from behind*. Однако встречаются также и глагольные словосочетания: *to shoot the puck, to block a shot, to backcheck*.

Некоторые отобранные термины являются неологизмами, которые образуются: а) путем слияния: *breakaway, faceoff, wristshot*); б) путем словосложения: *short-handed, stickhandling, quarantine shaming*); в) сокращением *d-man, puck*; г) аффиксацией: *slapper, checker, passing*.

Из рассмотренных 30 неологизмов, различных по способу образования, большинство образовано способом аффиксации, который в данном случае является наиболее продуктивным.

Некоторую трудность для классификации представляют многозначные термины: *break* – ‘1. может означать перерыв между периодами игры. 2. также может относиться к выходу на атаку из оборонительной зоны’; *shift* – 1. период времени, в течение которого игроки находятся на льду, 2. обозначения изменения линии игроков во время игры’. Новое значение этих слов и словосочетаний появилось по мере развития хоккея в разных странах.

На данный момент терминосистема хоккея с шайбой пополняется новыми терминами, что связано с популяризацией этой игры во всём мире.

Д. И. Ганевич

СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ ОТРИЦАНИЯ (на материале английского языка)

Отрицание изучается не только лингвистикой, но и такими науками, как психология, философия, математика, поэтому нужно признать, что данная проблема является многоуровневой. Актуальность темы данного исследования обусловлена тем, что в современной лингвистике вопрос отрицания занимает важное место, но, несмотря на большое количество научных трудов, он остается открытым и недостаточно изученным.

Цель данной работы состоит в выявлении способов выражения отрицания в английском языке. Материалом для данного исследования послужил известный роман Дж.Остин “Pride and Prejudice”, из которого было отобрано 108 примеров с различными типами отрицания.

Ученые, говоря об эксплицитных способах выражения отрицания, выделяют морфологические, лексические и синтаксические.

К **морфологическим** способам выражения отрицания относится аффиксация, представленная префиксацией и суффиксацией: такие единицы, как *dislike, unable, impossible* и др., встречались в 17 контекстах (16 %).

К **лексическому** способу относят выражение отрицания с помощью частей речи, которые имеют отрицательное значение. Самым частотным оказалось отрицательное местоимение **no**, которое встречается в 18 контекстах (17 %): “*I see no occasion for that*”. Наречие полного отрицания **never** встретилось в 11 контекстах (10 %): “*You never see a fault in anybody*”. Далее следует **nothing** (4 контекста – 4 %): “*Nothing could be more delightful!*”.

Средства выражения отрицания, оперирующие на уровне словосочетания или предложения, относятся к группе **синтаксических**. Сюда входят отрицательные союзы (*neither...nor*), отрицательная частица *not*, отрицательные предлоги (*without*). Предлог **without** употребляется 2 раза: “*Long told me last night that he sat close to her for half-an-hour without once opening his lips*”.

В отношении грамматики общий эффект всех негативных единиц проявляется в создании предложения, в котором присутствует оттенок отрицания. Это значит, что конкретные особенности отрицательных предложений формируются при помощи частицы **not**, и прочих единиц отрицания: “*In such cases, a woman has not often much beauty to think of*”.

В результате исследования было установлено, что в романе “Pride and Prejudice” отрицание чаще всего выражается с помощью отрицательной частицы *not* (56 контекстов (52 %)). Менее частотным способом выражения отрицания стал предлог *without* (2 контекста – 1 %).

А. А. Гапеева

СОХРАНЕНИЕ СПОСОБОВ АКТУАЛИЗАЦИИ ПОУЧИТЕЛЬНОЙ ФУНКЦИИ МУЛЬТФИЛЬМА ПРИ ПЕРЕВОДЕ

Детским анимационным фильмам принадлежит важная роль в обучении и воспитании подрастающего поколения. Поучительная функция анимационного фильма заключается в передаче элементарных знаний и представлений о мире, представлении новых слов, предметов и явлений, демонстрации моделей поведения и взаимоотношений между людьми и транслировании человеческих ценностей. Актуализация этой функции происходит за счет использования визуальных образов и максимально доступных ребенку языковых форм: несложных синтаксических конструкций, простой грамматики и лексики.

Сохранение способов актуализации поучительной функции при переводе мультфильма представляется интересной проблемой. С одной стороны, в большинстве случаев простые языковые формы передаются эквивалентными способами. С другой стороны, в мультфильмах могут иметься специфические элементы, передача которых может потребовать более вдумчивого подхода (например, звукоподражания, говорящие имена и фамилии, формы разговорного стиля и т.д.).

Рассмотрим примеры из англоязычного мультфильма «*Doc McStuffins*» («Доктор Плюшева»). Персонаж подводит итог в одной из сцен следующей репликой: *See what happens when you don't get enough sleep. It can be hard to think clearly the next day. Some people get cranky, and some people get spacey.* Через сочетание простых языковых форм и ярких визуальных образов ребенку поясняют причинно-следственную связь между явлениями. В переводе эта идея без особых сложностей передается дословно: *Видишь, что значит не выспаться. Будет трудно ясно мыслить весь день. Кто-то станет хмурым, а кто-то рассеянным.* Простая знакомая лексика не вызывает сложностей в восприятии.

В следующем примере сложности могут возникнуть: *Susie, you got to trust doc. If she's asking you to do something, there's a reason* (Сюзю, ты должна верить доку. Если она просит что-то сделать, есть причина). Док – это краткая форма обращения к доктору, традиционная для разговорного американского английского. Она не типична для разговорного русского и может вызвать у ребенка затруднения в понимании. Поэтому в переводе предпочтительнее было бы употребить слово ‘доктор’, особенно с учетом того, что у ребенка должна сформироваться определенная ассоциация (врачу нужно доверять).

Таким образом, для максимально адекватной передачи поучительной функции мультфильма при его переводе на другой язык необходимо не только стремиться к сохранению простых языковых форм, но и быть готовым к адаптации некоторых элементов, особенно если основная фраза сопровождается специфическими звуками или словами, призванными сформировать более устойчивую ассоциацию.

А. А. Гардейчик

СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЛИРИКИ Г. ГЕЙНЕ В РУССКИХ ПЕРЕВОДАХ

В современном мире вопросы, касающиеся перевода, играют значительную роль в обмене культурными ценностями и литературным наследием различных народов. Особенности перевода становятся ключевым аспектом при передаче смысла, стиля и эмоциональной окраски оригинального текста на другой язык.

Следует сосредоточиться на изучении творчества Гейне через призму русского перевода, чтобы выявить особенности. Его лирика характеризуется определенными структурными особенностями, которые делают его стихотворения уникальными и выразительными.

Исходя из всего рассмотрим конкретные примеры. И для этого возьмем произведение “Ein Fichtenbaum...”. Его переводы на русский язык Фёдора Ивановича Тютчева и Михаила Юрьевича Лермонтова.

Основная тема – любовь. Сюжет строится на описании влюбленных, разлученных друг от друга. Вариант Тютчева получился достаточно мягким.

Ключевым образом у Тютчева является кедр. *‘На севере мрачном, на дикой скале’* – усиливает звучание этого образа, создавая завершённый северный пейзаж. Тютчев наполняет свой перевод новыми художественными деталями, которых нет у Гейне: *«под снегом белеет», «сладко заснул», «юную пальму», «под пламенным небом», «на знойном холму», «стоит и цветет».*

Далее рассмотрим перевод Ю. М. Лермонтова:

И выражения, и эмоции немецких и русских поэтов очень схожи. В лермонтовском варианте возникает несоответствие: сосна и пальма – существительные женского рода. *«Голая вершина»* и *«далекая пустыня»* одинаково безлюдны. Боль и трагедия одиночества – вот идея Гейне, которую почувствовал Лермонтов.

Уникальность лирики Генриха Гейне определяется различными факторами. Это и исторический контекст и методологическое видение.

Исходя из проведенного анализа, можно считать, что ни прямой, ни излишне художественный перевод не смогут полностью передать те чувства и эмоции, которые возникают при чтении стихотворения в оригинале. Это волшебство слов уводит в мир мечтаний.

Проведенный анализ показал, что перевод одного и того же стихотворения может значительно отличаться друг от друга. Много зависит от автора, от его способности понять исходный текст. Он мастерски использует контрасты, чтобы подчеркнуть противоположные эмоции, часто переходя от иронии к серьезности в рамках одного стихотворения.

Д. Д. Гончар

ЭКСПРЕССИВНЫЙ СИНТАКСИС В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Исследование проводилось на основе анализа страниц и аккаунтов пользователей социальных сетей Facebook и Instagram: Дональда Трампа (Instagram; экс-президента США), Дмитрия Эпштейна (Facebook музыкальный критик), Сергея Комолова (Instagram; спортсмен-фигурист, тренера, работающего с командами из более 15 стран мира), аккаунты обычных пользователей соцсетей.

В целом, в корпусе фактического материала (50 микроконтекстов), отобранного для анализа, были выявлены следующие закономерности использования средств экспрессивного синтаксиса:

1. Активное использование восклицательных предложений: *Alternatively help to upgrade that App to your corporate identity!; Hear hear!!; Don't forget Mr & Mrs Caviarman and John Staines!; Tania Vesty excellent work taking J400+ on the Hertford half yesterday!!; Good man ! Lol; Love it!; The national insurance premium was gradually rising due to my efforts!!!* 2. Восклицательные конструкции, начинающиеся с вопросительных слов *How* и *What*: *How lovely she takes after you! What a privilege to have them!* 3. Риторический вопрос: *...President. We are WINNING big, the envy of the WORLD, but just think what it could be?* 4. Стилистическая инверсия, которая в подобных предложениях используется с целью эмфатического усиления значения: *Never before have I seen such a beauty* (ср. эмоционально нейтральная конструкция данного предложения – *I have never seen such a beauty before*). 4. Эллиптические конструкции, в которых чаще всего отсутствует глагольный компонент: *Posters anyone?!? Ah...sir best work his way through the beer list then.* 5 %, таких предложений составляют контекстуально неполные предложения, в которых отсутствующий член предложения назван в предшествующем контексте (в примере сохранена орфография оригинала): *Two years of twatting about avoiding wheat, turns out it's dairy. Nobody give me dairy or there will be consequences; So, less milkshakes more beer?; And no more Irish coffees in the Shahenshah* 5. Параллельные конструкции: *They may not be the same people. They may not be the same class. They may not belong to the same country.* 6. Обособленные конструкции: *That also helps to explain a fall in the poverty rate from 14.8 % to 13.5 %, the largest annual percentage-point drop in poverty since 1899.* 7. Парцелляция: *So, by all means celebrate the astonishing achievements of today's superstar companies. But also watch them.*

Доминирующим средством реализации экспрессивного синтаксиса в текстах анализируемых социальных сетей выступают восклицательные предложения в изъявительном наклонении (28 %), а наименее репрезентативными в корпусе фактического материала оказались эллиптические конструкции (10 %).

Д. А. Горнашевич

АНГЛИЙСКИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С КОМПОНЕНТОМ-СОМАТИЗМОМ КАК ЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ И ПЕРЕВОДЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ

Актуальность работы обусловлена тем, что, несмотря на обширные исследования в данной области лингвистики, изучение особенностей перевода фразеологических единиц (ФЕ) по-прежнему является острой проблемой, вокруг которой все еще возникают споры.

Цель данной работы состоит в выявлении характерных свойств ФЕ с компонентом-соматизмом в английском языке и определении специфики их перевода на русский и китайский языки.

В нашей работе мы исследовали ФЕ, включающие названия таких частей тела, как *arm, armpit, back, backbone, beard, belly, blood, bone, bosom, brain, elbow, eye, feet, hand, heart, neck, shoulder, tooth*. Помимо этого, нам встретился ряд фразеологизмов со словом *arse*, которое является прямым синонимом слова *ass* и обладает грубой коннотацией. Т.е. всего в рассматриваемых нами ФЕ было зафиксировано 19 различных соматизмов. Методом сплошной выборки были отобраны 100 ФЕ с компонентом-соматизмом (с учетом наличия нескольких соматизмов в одной ФЕ всего получилось 103 единицы).

Анализ отобранных фразеологических единиц с точки зрения используемых в них соматизмов показал, что наиболее употребительным компонентом является соматизм *back* (28 ФЕ): *break the back of smth.; on the sheep's back; at the back of God-speed* и т.п. Помимо этого, достаточно часто встретился соматизм *arm* (22 случая): *a babe in arms; in the arms of Morpheus; make a long arm*.

Такие соматизмы, как *armpit, backbone, bone, bossom, brain, elbow, neck, shoulder* встретились лишь в единичных случаях: *up to the armpits; to the backbone; bare as a bone; the bosom of the sea; addle one's brain with smth; not know one's arse from one's elbow; talk through the back of one's neck; lay the blame on the right shoulders*.

При анализе перевода ФЕ на русский язык, мы обнаружили следующие способы: описательный перевод, аналог, эквивалент, калькирование. Чаще всего употреблялся описательный перевод (52 примера): *make a long arm* 'потянуться за чем-л.', *throw oneself into smb.'s arms* 'искать защиты'.

В ходе перевода ФЕ на китайский язык мы установили, что наиболее употребляемым способом перевода является аналог (67 случаев): *affair of the heart* '情场 досл. любовные отношения', *a babe in arms* '黄口小儿 досл. желторотый юнец'.

Таким образом, англоязычные ФЕ с соматизмами имеют определенную специфику при передаче их на русский и китайский языки.

Д. Д. Данилова

ПЕРЕДАЧА ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ КОРЕЙСКОЙ КИНО/ВИДЕОПРОДУКЦИИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ФИЛЬМОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Целью анализа был корейский сериал «Сказание о Кумихо». Далее будет использоваться понятие «дорама», так как в корейской культуре под этим понимается телесериал, который отличается от привычных для нас сериалов. С учетом целей и задач нашего исследования было важно выявить, какие сложности испытывает переводчик при переводе корейских фильмов на русский язык. Кроме того мы хотели выявить наиболее эффективные способы преодоления этих трудностей.

Проанализировав выбранную драму, мы можем утверждать, что наибольшую сложность для переводчика будут представлять отсылки к корейской культуре, другими словами лексика, которая не имеет эквивалентов в русском языке. В этой драме было употреблено огромное количество таких слов, поскольку действия происходят в разных временных рамках. В драме присутствуют отсылки к древней корейской культуре, а также связанные с религией корейцев. Например, слово *전생* имеет значение ‘предыдущей жизни’, до рождения в этой. В буддизме и других восточных религиях *전생* означает циклическое возвращение души в новые тела после смерти, основываясь на законе кармы. В драме переводится как – прошлая/предыдущая жизнь.

Также трудности в переводе могут вызывать выражения, которые имеют отношение к корейской мифологии. Например, слово *구미호* – ‘лиса, описываемая в древних сказках, имеющая девять хвостов и ловко обманывающая людей’. Согласно легендам, им может стать лиса, прожившая тысячу лет. Это понятие довольно сложно перевести одним словом на русский язык, поскольку такого мифического существа в нашей культуре не существует. Слово передается с помощью транскрипции – Кумихо.

Наибольшее количество сложностей могут вызывать слова, связанные непосредственно с корейской культурой. Чаще всего это названия корейских блюд или национальной одежды. Эти *냉면, 김치, 떡볶이, 비빔밥, 한복* и другие понятия не имеют эквивалентов в русском языке.

Нами было выявлено, что для преодоления этих трудностей и адекватного перевода фильмов или сериалов, переводчики чаще всего используют транскрипцию или транслитерацию, а также оставляют сноски для пояснения того или иного понятия.

Е. С. Демешонок

СТРЕССООБРАЗУЮЩИЕ ФАКТОРЫ УСТНОГО ПЕРЕВОДА (на материале русского и английского рабочих языков)

Переводчики, как представляется, являются профессионалами, которых мы не замечаем, но исчезни они, вся наша жизнь превратится в хаос. Переводческая деятельность обрела привычную нам форму не так уж и давно, и, следует отметить, что изменение этой формы происходит постоянно вследствие имеющих место языковых трансформаций.

С учетом цели нашего исследования рассмотрим стрессообразующие факторы устного перевода как сложного вида профессиональной деятельности. В условиях XXI века возникает, безусловно, вопрос об использовании искусственного интеллекта (ИИ) с целью возможного преодоления ряда подобных факторов. Тем не менее, отметим, что в настоящее время адекватный перевод с помощью ИИ в полной мере невозможен. Например, фраза «Да, конечно» в зависимости от интонации произнесения может означать и «Да!» и «Нет», а ИИ не услышит различий в интонации.

В отношении стрессообразующих факторов целесообразно подчеркнуть, что в таком качестве могут выступать самые разные аспекты переводческой ситуации. Эти факторы обусловлены как внешней средой, так и внутренними, т.е. индивидуальными, особенностями переводчика. Рассмотрим их подробнее.

К *внешним* факторам можно отнести: наличие отвлекающих моментов (проблемы с техникой, шумная аудитория), речь оратора (непоставленная дикция, сильный акцент, отсутствие клишированных выражений, неравномерный темп речи, резкое изменение тем, использование 2-х и более языков, большое количество числовой и буквенной прецизионной информации) и даже саму тему выступления.

Внутренние факторы, в свою очередь, можно подразделить на быстро изменяющиеся и медленно изменяющиеся (устойчивые на момент перевода). К быстро изменяющимся относятся: недостаточное количество сна, отсутствие отдыха перед рабочим процессом, плохое настроение. К медленно изменяющимся относятся: отсутствие опыта работы, нехватка фоновых знаний, незнание клише и устойчивых лексических единиц, боязнь сцены, невозможность сформулировать мысль ввиду нехватки словарного запаса, малый объем кратковременной памяти, невозможность отвлечения или переспроса, обращение внимания на собственный голос, страх ошибиться.

На наш взгляд, не каждый человек способен стать переводчиком-синхронистом, поскольку для этого у него должен быть сформирован высокий уровень стрессоустойчивости. В противном случае будущий переводчик не сможет эффективно заниматься этим видом переводческой деятельности.

Е. В. Дроянкова

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ВИЗУАЛЬНЫХ НОВЕЛЛ С РУССКОГО ЯЗЫКА НА АНГЛИЙСКИЙ

Объектом данного исследования выступают визуальные новеллы. Визуальная новелла – жанр компьютерных игр, в которых посредством вывода на экран текста и статичных/анимированных изображений повествуется история, также присутствуют музыкальное и звуковое сопровождения.

Изучение особенностей перевода художественного текста способствовало выявлению специфики перевода русскоязычных новелл. Материалом исследования послужила новелла «Бесконечное лето». В ходе исследования были выявлены следующие трудности.

Советизмы – старые слова, обретшие новый смысл в советскую эпоху. Если перевод рассчитан на читателя, знакомого с советскими реалиями, то для перевода используются транслитерация и калькирование. В иных случаях – описательный перевод либо транслитерация с примечанием. Возможно использовать приёмы добавления и опущения.

Бытовые реалии. В бытовой речи преобладают слова с эмоционально-оценочной окраской, названия национальных блюд, одежды, музыки и т.д. Переводчику важно передать не форму, а содержание таких слов (*компот – kompot + пояснение 'it's a drink made by boiling fruit in a large amount of water'*).

Фразеологизмы. Важнее всего при переводе фразеологизмов сохранить прямое значение, при этом может утрачиваться образность (*до зубной боли нормальный – completely normal*), однако бывают случаи, когда переносное значение возможно передать другими образами (*normal from head to toe, normal as hell*).

Юмор. Для перевода юмора используются следующие приёмы: полная лексическая замена с сохранением смысла, добавление с целью усиления комического эффекта, антонимический перевод, адаптация. Переводчик должен тщательно подбирать средства языка перевода, чтобы не исказить смысла оригинала и сохранить коммуникативную направленность текста (*Она вопила мне вслед толи про трусы, толи про труса – I was followed by her screams about my clothing, or about me being clumsy*).

Для того, чтобы добиться качественного перевода визуальной новеллы, переводчик должен уметь сразу обнаружить все подводные камни, поэтому ему следует быть более осведомленным в данном вопросе, чтобы не допускать ошибок при переводе.

ПРОИЗНОСИТЕЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В АВСТРАЛИИ И ИХ УЧЕТ В ПЕРЕВОДЕ

Принято выделять три разновидности австралийского варианта английского языка в зависимости от фонологических особенностей: *Cultivated* (культивированный диалект, на котором говорит примерно 10% населения страны), *General* (общий диалект, на котором говорит большинство населения) и *Broad* («широкий» диалект жителей сельской местности и отдаленных районов страны).

«Культивированная» разновидность австралийского варианта английского языка характеризуется частым произнесением звука [ɹ] в интервокальной позиции, опущением звука [h], а также сдвигом звука [æ] к [e]. Например, бывший премьер-министр Австралии М. Фразер в одном из интервью произносит слова словосочетания *circuit breaker* ‘процесс, прерывающий цикл’, *major standoff* ‘серьезное противостояние’ как [ˈsɜːrkit ˈbreɪkə], [ˈmeɪdʒər ˈstendɔːf].

Для «широкого» австралийского акцента характерно произнесение дифтонгов [eɪ], [əʊ] как [aɪ], долгого звука [iː], дифтонга [aɪ] с призвучом [r] – [aʳɪ]. Например, в одном из выступлений бывшего премьер-министра Австралии Э. Албаниза такие слова, как *public housing* ‘государственное жилье’, *shared* ‘поделился’, *owners* ‘владельцы’, *our* ‘наш’, были произнесены с изменением положения ударных гласных звуков как [ˈhɑːzɪŋ], [ˈʃæd], [ˈaɪnəz], [ˈeə], и могут ввести переводчика в заблуждение и затруднить перевод, так как понадобится больше времени, чтобы вдуматься и понять смысл высказывания.

«Стандартный» австралийский акцент похож на американский вариант произношения, однако у нее есть свои особенности: иногда встречается произнесение дифтонгов [aɪ] и [aʊ] как [ɔɪ] и [eʊ], [eɪ] как [aɪ]. Например, в речи австралийского актера Х. Джекмана на одном из интервью заметны особенности произнесения слов и словосочетаний *right now* ‘именно сейчас’, *basically* ‘фактически’ *day or night* ‘день или вечер’, *football player* ‘футболист’ как [rˈɔɪt ˈneʊ], [ˈbaɪsɪklɪ], [ˈdaɪ ɔː ˈnɔɪt], [ˈfʊtbɔːl ˈplɛɪjə].

При переводе носителя «широкого» австралийского акцента могут возникнуть трудности, связанные с произношением говорящим ударных гласных звуков, а также с быстрым ритмом речи говорящего, в результате которого происходит редукция звуков на стыке слов, что может ввести переводчика в заблуждение. Стандартный и культивированный австралийские акценты, в свою очередь, не усложняют работу переводчика, так как в целом звучание слова сохраняется и смысл высказывания угадывается. Поэтому переводчику, прежде чем переводить спикера из Австралии, необходимо подготовиться, ознакомившись с особенностями варианта языка и прослушав записи образцов речи его носителей.

А. А. Жданович

СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА РЕАЛИЙ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ
КИНОДИСКУРСЕ НА РУССКИЙ ЯЗЫК
(на материалах сериала «Игра престолов»)

Перевод реалий в англоязычном кинодискурсе на русский язык – это сложная и многогранная задача, особенно когда речь идет о фэнтезийных произведениях, таких как сериал «Игра престолов». В мире Вестероса существует множество уникальных терминов, названий и концепций, которые не имеют прямого аналога в реальном мире.

Говоря о группе имен собственных, можно подчеркнуть, что чаще всего использовался метод транскрипции (*Tyrion* – ‘Тирион’, *Targaryen* – ‘Таргариен’, *Stark* – ‘Старк’) и транслитерации (*Baratheon* – ‘Баратеон’, *John Arryn* – ‘Джон Аррен’). В некоторых случаях были использованы транслитерация и калькирование одновременно: *Daenerys Stormborn* – ‘Дейнерис Бурерожденная’, *Mance Rayder* – ‘Манс Налетчик’.

Что касается топографических названий, то при их переводе в основном применяется транслитерация: *Quart* – ‘Кварт’, *Asshai* – ‘Асшай’. Некоторые топографические названия были переведены одновременно транслитерацией и калькированием: *Casterly Rock* – ‘Утёс Кастерли’, *Craster’s Keep* – ‘Замок Крастера’. Ряд мест и локаций сериала был полностью переведен с помощью калькирования: *Bear island* – ‘Медвежий остров’, *The Narrow Sea* – ‘Узкое море’.

Что касается реалий, обозначающих род занятий, то переводчик прибегает к методу калькирования: *guardsman* – ‘караульный’ или ‘гвардеец’ в зависимости от контекста, *Hand* – ‘Десница’.

Способом перевода некоторых реалий стал метод экспликации: *the Others* – ‘белые ходоки’, *the Warlocks* – Колдуны Кварта.

Если говорить о реалиях, обозначающих предметы и объекты вселенной «Игры престолов», то здесь прослеживается использование способа калькирования в тех случаях, когда объекты имеют аналоги в нашем мире: *iron throne* – ‘железный трон’, *wildfire* – ‘дикий огонь’. В случае, если предметы являлись уникальными для вымышленной вселенной, тогда чаще применялась транслитерация: *Arakh* – ‘Аракх’.

Резюмируя всё вышесказанное, можно сделать вывод о том, что для достижения максимальной эквивалентности при переводе реалий данного сериала специалисты придерживались комплексного подхода, что может быть обусловлено необходимостью адаптации текста к временным рамкам сериала и к культурным особенностям другой страны.

А. С. Жук

ПЕРЕВОД РЕАЛИЙ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ ПУТЕВОДИТЕЛЕ «БЕЛАРУСЬ» НАЙДЖЕЛА РОБЕРТСА

Представляет интерес проанализировать национально-культурные реалии Беларуси, которые включены в туристический путеводитель, написанный носителем английского языка Найджелом Робертсом.

По тематическому принципу реалии были нами разделены на четыре группы: географические, культурные, исторические и бытовые. Самая многочисленная группа (42 %) относится к культурным реалиям. Полагаем, что именно они служат ориентиром для туристов о местах посещения в стране: *'The first major architectural structure, the imposing Cathedral of St. Sophia'* (Первое крупное архитектурное сооружение – **величественный Софийский собор**).

Группа исторических реалий (32 %) содержит меньше эмоционально-окрашенной лексики, так как фокусируется прежде всего на фактах и событиях: *'The first chronical prince – Rogvolod'* (**Первый** упомянутый в летописи князь – **Рогволод**).

Группа бытовых реалий (15 %), содержит оценочные прилагательные для описания объектов: *'The best-known dish is draniki (potato pancakes)'* (**Самое известное** блюдо – **драники**).

Группа природных реалий (11 %), как правило, содержат эпитеты для описания природы: *'The natural splendour of primeval green forests, clear rivers and blue lakes; rare flora and fauna'* (Природное **великолепие** девственных зеленых лесов, **чистых** рек и **голубых** озер; **редкие** виды флоры и фауны).

Автор использует различные способы передачи белорусских реалий на английском языке: транскрипция (13 %): *The Belarusia Polyessye* (белорусское Полесье), транслитерация (10 %): *Mogilev* (Могилев); смешанный способ передачи реалий (21 %): *the land of the Polyessye* (Полесская земля); калькирование (17 %): *the 2nd Belarusian Front* (2-й Белорусский фронт); подбор функционального аналога (10 %): *openness* (гласность). Традиционное соответствие (2 %): *the Polish-Lithuanian Commonwealth* (Речь Посполитая). Авторский комментарий (2 %): *'One of the most popular pork dishes is machanka, a personal favourite of mine'* (Одно из самых популярных блюд из свинины – **мачанка** – мое любимое блюдо). Самый частотный прием перевода – комбинированный перевод (25 %), как наиболее подробно представляющий реалию для англоговорящих: *'Voločnaya pomera – massive agrarian reform'* (**Волочная помера** – масштабная аграрная реформа).

Изучение способов передачи белорусских реалий на английский язык носителем языка представляет интерес для экскурсоводов, гидов-переводчиков.

Д. И. Журавлёв

**СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА ВОЕННЫХ ТЕРМИНОВ
С РУССКОГО ЯЗЫКА НА ТУРЕЦКИЙ
(на примере игры «Танки»)**

В данной работе представлен анализ перевода военных терминов с русского языка на турецкий. Исследование является актуальным и представляет большой интерес, поскольку игра «Танки» остается одной из немногих русскоязычных игр, которые уже многие годы занимают лидирующие позиции в рейтингах игроков. Кроме того, игра официально переведена на 21 язык мира, в том числе и турецкий.

Целью исследования является выявление особенностей передачи военных терминов с русского языка на турецкий язык. Источником материала послужила игра «Танки», из которой было отобрано и проанализировано 220 единиц военной лексики.

По результатам анализа было выявлено, что большая часть военных терминов, а именно 187 единиц, было передано эквивалентом: *командир* ‘komutan’, *тяжелый танк* ‘ağır tank’, *атадар* ‘topçu Saldırısı’.

Менее распространенным способом оказалась транслитерация. Транслитерация была использована только в 11 случаях, при передаче званий: *рядовой* ‘ryadovoy’, *ефрейтор* ‘Yefreytor’, *старший лейтенант* ‘Starshiy Leytenant’.

В единичных случаях, для передачи названий наград (22 единицы), использовались: смысловое развитие (*за отличную стрельбу* ‘kuzuların arasındaki kurt’), метонимический перенос (*коса смерти* ‘biçici’), деме́тафоризация (*гроза передовой* ‘ön cephe askeri’).

Таким образом, проанализированный материал показал, что большинство терминов были переданы эквивалентами. Исключения составили военные звания, которые были переданы транслитерацией. При передаче названий наград использовались более креативные подходы, такие как смысловое развитие, метонимический перенос, приемы описательного перевода, а также деме́тафоризация.

Е. Г. Зимянина

**ОЦЕНОЧНАЯ ЛЕКСИКА В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ
И ОСОБЕННОСТИ ЕЕ ПЕРЕВОДА**

Изучение функционирования языковой категории оценки в СМИ представляет особую актуальность, поскольку именно этот тип дискурса нацелен на обсуждение социальных проблем (часто при помощи манипуляции общественным сознанием), используя при этом различные лексические

оценочные средства. Цель работы – выявить особенности функционирования оценочной лексики в англоязычных газетных статьях различной тематической направленности и специфики перевода таких единиц на русский язык.

Методом сплошной выборки из 11 статей англоязычных СМИ было отобрано 343 лексических единицы с оценочным значением. Подчеркнем, что мы анализировали только те единицы, которые имеют оценочную семантику, не имея в своем составе оценочных аффиксов.

Проведенный анализ показал, что частотность оценочной лексики в статьях различной тематики различна. Так, из 343 отобранных единиц, 188 относятся к политическому медиадискурсу (57 положительно-оценочных единиц и 131 отрицательно-оценочная), 155 – к спортивному (74 положительно-оценочные единицы и 81 отрицательно-оценочная).

В результате переводческого анализа были выявлены следующие способы перевода оценочной лексики: сохранение оценочности, снятие оценки в переводе, смягчение, а также усиление оценки. Отметим, что опущение и смягчение оценки у ряда лексических единиц в переводе говорит не о непеводимости, а о различиях разных языков и культур.

Все приведенные ниже примеры взяты из статей газеты «The Guardian».

Сохранение оценки: *Huge vested goodwill from pro-lifers.* – Огромное **доверие** оказано сторонниками права на жизнь. ...*America's Democratic leaders "hate working-class whites.* – ... лидеры демократов Америки "**ненавидят** белых из рабочего класса.

Снятие оценки (опущение): *Where the right-wing pundits come unstuck is the idea ...* – Мысль о том, что ..., ставит правых в тупик.

Смягчение оценки: *There are two worlds left to conquer for Ben Stokes.* – Бену Стоуксу предстоит **выиграть** два кубка мира. *He highlighted the indisputable suffering of local residents...* – Он подчеркнул **бесспорные трудности** местных жителей...

Усиление оценки: *Trump ... and called the reporter, Olivia Nuzzi, "a shaky and unattractive wack job".* – Трамп ... назвал журналистку Оливию Нуцци "**взбалмошной** и непривлекательной **сумасбродкой**". *His team is a joke.* – Его команда – **посмешище**.

Данные способы помогают адаптировать текст под целевую аудиторию, сохраняя его смысл и стиль.

А. Ж. Иванчик

УСТНЫЙ ПЕРЕВОД ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЙ КАК ВИД ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

Несмотря на удобство использования пресс-релизов и анонсов, сегодня пресс-конференции остаются важнейшим средством коммуникации для PR-специалистов, а устный синхронный и последовательный перевод сохраняют свою значимость при проведении пресс-конференций.

Структура пресс-конференции состоит из 2 этапов: выступление ораторов и ответы на вопросы журналистов и слушателей. Немаловажную роль играет этап подготовки переводчика. Трудности перевода имен и должностей можно решить ознакомившись со списками имен и должностей участников. Незнакомая тема или большое количество терминологии также может осложнить перевод, поэтому важно ознакомиться с дополнительными материалами.

И. С. Алексеева отмечает, что перевод пресс-конференций сопряжен с такими трудностями, как непредсказуемость переговоров и дискуссии, а также свободная форма проведения переговоров, которая может привести к возникновению конфликтных ситуаций (И. С. Алексеева, 2000).

Стоит также отметить, что язык СМИ имеет ряд особенностей, которые стоит учитывать в процессе перевода:

- Высокая степень стандартизации используемых средств (клише и штампы), цель которых языковых средств – создать впечатление абсолютной объективности и беспристрастности (А. С. Микоян, 2003).

- Экспрессивность, являющаяся одним из инструментов воздействия на аудиторию, расстановки акцентов, привлечения внимания к событию (метафоры, реалии, аллюзии, прецедентные высказывания, фразеология и идиоматические выражения) (А. С. Микоян, 2003). Перевод подобных элементов требует от переводчика высокой степени мастерства. Так как пресс-конференции являются формой коллективного интервью, для них характерно также наличие разговорной, сниженной и сленговой лексики. (Е. В. Третьякова, 2017).

Среди факторов, осложняющих перевод, могут выступать индивидуальные особенности речи оратора и журналистов (плохая дикция, акцент), перебои в работе технического оснащения, акустика (А.П. Жданько, 2019).

Таким образом, перевод пресс-конференций имеет ряд особенностей, связанных как со спецификой данного вида мероприятий, так и с особенностями непосредственно устного перевода. На наш взгляд, одним из способов преодоления данных трудностей является постоянное расширение фоновых знаний, языковая практика и совершенствование своих навыков, а также тренировка скорости реакции и памяти.

В. Р. Ивашкевич

ТЕРМИНОСИСТЕМА ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА (на материале англоязычной и русскоязычной прессы)

Пандемия коронавируса в значительной степени повлияла на все языки мира. Появилось множество терминов, описывающих новую действительность, а некоторые старые приобрели иной смысл.

Терминология пандемии Covid-19 отобрана методом сплошной выборки из статей таких периодических изданий, как «The Guardian», «USA Today», «The Telegraph», «The Sun», «Известия», «Коммерсантъ», «Московский комсомолец», «Комсомольская Правда» и др. Исследование осуществлялось на материале 100 микроконтекстов, половина из которых содержала англоязычные термины, а остальная часть – русскоязычные.

Отобранная терминология классифицируется по следующим типам:

1) по сфере употребления: универсальные, т.е. характерные для смежных областей: *pandemic, quarantine, vaccine, гигиена, вирусолог, заболевание* и уникальные, т.е. характерные для одной области: *anosmia, booster, antigene, острый респираторный дистресс-синдром, отделение интенсивной терапии, седация*;

2) по морфологической структуре: существительные: *covid, outbreak, респиратор, легкие*, глаголы: *to spread, to transmit, выздороветь, лечить*, прилагательные: *new, contagious, инфекционный, симптоматический*;

3) по семантическому характеру структурных компонентов: однозначные (моносемичные): *mask, штатм* и многозначные (полисемичные): *lockdown, самоизоляция*;

4) по тематическим сегментам: симптоматические проявления: *difficulty in breathing, temperature, кашель, боль*, профилактика заболевания: *self-isolation, cleansing, мытье рук, меры безопасности*, диагностика: *swab, PCR-based test, компьютерная томография, хронические заболевания*, госпитализация: *invasive mechanical ventilation, acute course, кислородная маска, чистая зона*;

5) по категории понятия: термины предметов: *gloves, antibodies, средства индивидуальной защиты, бактерия*, процессов: *contact tracing, reanimation, диагностика, госпитализация*, признаков (свойств): *endemic, asymptomatic, дисгевзия, инфекционный*, величин и их единиц: *fatality rate, частота случаев заболевания*.

Таким образом, анализ и понимание данной терминосистемы не только помогает в научных исследованиях, но и является ключом к эффективной коммуникации между научным сообществом, здравоохранением и обществом. При этом, данная типология остаётся открытой.

И. В. Ильюшенко

СЕМАНТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА КОМПАРАТОВ В АНГЛИЙСКИХ ОБРАЗНЫХ СРАВНЕНИЯХ

(на материале романа Э. Резерфорда «Лондон»)

Методом случайной выборки нами было выделено 100 сравнительных конструкций с союзами из романа Э. Резерфорда «Лондон». Затем мы выявили в этих конструкциях компараты, т. е. эталоны сравнения, и разработали их семантическую классификацию, разделив их на 13 групп: 1) природные объекты и явления (*King Henry was quiet as a mouse* ‘король

Генрих был кроток, как мышь’); 2) человек и части его тела (*he would respond, serious as a preacher* ‘он отвечал серьезно, как проповедник’); 3) предметы (*grey clouds came in from the west, closing over the river like a blanket* ‘с запада пришли серые тучи, нависнув над рекой, как одеяло’); 4) сооружения (*roads had crossed the island like an iron framework* ‘дороги пересекали остров, как железный каркас’); 5) мифические существа (*like some ancient grey-bearded sea god, the tall druid on the raft raised the metal object* ‘словно какой-то древний седобородый морской бог, высокий друид на плоту поднял металлический предмет’); 6) звуки (*a cry almost like an animal’s wail* ‘крик, почти похожий на вой животного’); 7) абстрактные понятия (*the place long remained, grey and silent, as unknown as the endless blankness before birth* ‘это место, серое и безмолвное, долго оставалось таким же неизведанным, как бесконечная пустота перед рождением’); 8) государственные образования (*monasteries like little kingdoms* ‘монастыри как маленькие королевства’); 9) чувства, ощущения (*the pains in her stomach seemed like a knot* ‘боли в животе казались узлом’); 10) вымысел, нереальность (*as in a fairy tale, the young king and Anne of Bohemia had fallen instantly in love* ‘как в сказке, молодой король и Анна Богемская сразу же полюбили друг друга’); 11) геометрические фигуры (*its body was shaped like a huge cone* ‘его тело напоминало огромный конус’); 12) материалы, вещества (*you want the outside to be hard as diamonds* ‘характер должен быть твердый, как алмаз’); 13) действия (*he was staring at her daughter like a beast about to eat its prey* ‘он смотрел на ее дочь, как зверь, готовый съесть свою добычу’).

Чаще всего (45 % сравнений) Э. Резерфорд использует в качестве компаратов природные объекты и явления, как правило, сопоставляя с ними людей на основании сходства физических характеристик либо поведения (*[he was] strong as a bull* ‘он был силен как бык’, *his round, cheerful face now red as a berry* ‘его круглое, веселое лицо теперь красное, как ягода’). Следующими по частотности семантическими группами компаратов являются человек и части его тела (13 %) и предметы (12 %).

Д. П. Иолоп

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА МАНИПУЛИРОВАНИЯ
В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕКСТАХ
В АСПЕКТЕ ПЕРЕВОДА
(на материале 11 сентября 2001)

В ходе исследования нами было отобрано 12 статей, 5 из которых являются интервью (29 514 печатных знаков) и 7 новостными статьями (30 401 печатных знаков). Данные статьи охватывают промежуток времени сентябрь 2020 – сентябрь 2023 год. Общий объем данных статей – 59 915 печатных знаков. В данных информационных текстах методом сплошной выборки было обнаружено 363 манипуляции.

В ходе проведенного анализа мы выявили, что в отобранных нами интервью и новостных статьях используются следующие языковые средства:

– прием замещения субъекта действия – «*We will always honor the memory of our fallen teammates*»;

– использование метафор – «*And on this day Jill and I are holding all of you close to our hearts*»;

– использование экспрессивного языка – «*Biden insisted that he would steer clear of politics on a national day of mourning taking place in the midst of another unfolding tragedy, the pandemic*»;

– использование повторений – «*Twenty-one years ago – twenty-one years, and still we kept our promise: Never Forget*»;

– использование «духовного» манипулирования – «*And may God continue to bless the United States of America*»;

– использование слов, придающих яркую окраску – «*And we'll never hesitate to do what's necessary to defend the American people*»;

– метод сравнения и аналогии – «*One spent time quietly consoling families. The other proclaimed America's might*».

Самым часто используемым средством является метод «использования экспрессивного языка». Таким образом, для перевода манипулирования в отобранных новостных статьях были использованы такие переводческие трансформации, как конкретизация, опущение, модуляция, а также дословный, описательный и антонимический перевод. Самым часто используемым является дословный перевод, поскольку следует сохранять структуру высказываний и настроение говорящего.

Рассмотрев манипуляции в интервью и новостных статьях и проанализировав использование переводческих трансформаций, можно сделать вывод, что в новостных статьях манипуляции используются в 2,1 раз реже, чем в интервью, а также используется в 2 раза меньше переводческих трансформаций при переводе средств манипулирования в новостных статьях, нежели при переводе средств манипулирования в интервью.

Д. Д. Каранкевич

СЕМАНТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА ОСНОВАНИЙ АНГЛИЙСКИХ ОБРАЗНЫХ СРАВНЕНИЙ В РАССКАЗАХ А. К. ДОЙЛЯ

Объектом нашего исследования послужили 100 образных сравнительных конструкций, выделенных методом сплошной выборки из рассказов британского писателя А. К. Дойля “The Red-Headed League”, “The Five Orange Pips”, “The Man With the Twisted Lip”, “The Adventure of the Engineer’s Thumb”, “The Boscombe Valley Mystery”, “The Adventure of the Cardboard Box” о приключениях Шерлока Холмса. Одним из элементов логической

структуры сравнения является основание – признак, по которому проводится сопоставление. Целью нашей работы было определение семантической специфики оснований в образных сравнениях А. К. Дойля.

В результате анализа фактического материала выявлены сравнительные конструкции двух типов: 1) с эксплицитно выраженным основанием, например, *their land contained that which was quite as valuable as a gold-mine* ‘на их участке было то, что столь же ценно, как золотая жила’; 2) с формально не выраженным, т. е. имплицитным основанием, например, *Pope’s Court looked like a coster’s orange barrow* ‘Поупс-Корт был похож на тачку торговца апельсинами’ (признак, по которому писатель устанавливает сходство Поупс-Корт с тачкой, не называется). Доля сравнений с эксплицитно выраженным основанием составляет 45 %, с имплицитным – 55 %.

Диагностика семантики эксплицитно выраженных оснований показала их большое разнообразие: признаками, по которым писатель определяет сходство компарантов и компаратов, выступают подлинность, непохожесть, умственные способности, достоверность, ценность, скорость, простота, состав, влажность, происхождение, своеобразие, убедительность, незначимость, надежность.

Чаще всего основанием сравнений выступают эмоции, чувства (18 % от общего числа конструкций с эксплицитно выраженным основанием): *restless frightened eyes, like those of some hunted animal* ‘беспокойные испуганные глаза, как у какого-нибудь загнанного зверя’; характер человека (9 %): *he is as brave as a bulldog* ‘он смел, как бульдог’; характеристики звуков (9 %): *a very gentle, soothing sound, like that of a small jet of steam escaping continually from a kettle* ‘очень тихий, успокаивающий звук, похожий на звук, издаваемый небольшой струйкой пара, постоянно вырывающейся из чайника’; цвет (7 %): *his face is as black as a tinker’s* ‘его лицо черное, как у лудильщика’; положение в пространстве (7 %): *his black clay pipe thrusting out like the bill of some strange bird* ‘его черная глиняная трубка торчала, как клюв какой-то загадочной птицы’; размер и форма (7 %): *a broad, fat hand like the flipper of a seal* ‘широкая толстая ладонь, похожая на ласт тюленя’.

Д. Д. Кисляк

ОСОБЕННОСТИ ИМЁН СОБСТВЕННЫХ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ КОМПЬЮТЕРНЫХ ОНЛАЙН-ИГРАХ И ИХ ПЕРЕВОД НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью углубления и систематизации знаний в сфере изучения лексической стороны текста компьютерных игр, а также локализации как способа адаптации данного текста для распространения игровых продуктов на других рынках.

Имя собственное (ИС) изучается в ряде наук, в том числе и в переводе как часть пласта безэквивалентной лексики. Компьютерные

игры, в свою очередь, являются перспективной базой для исследования ввиду их новизны как средства подачи информации. Целью работы является выявление особенностей ИС в тексте компьютерных игр, в частности, их структуры и словообразования, а также перевода на русский язык. Материалом послужили частные типы ИС (антропонимы и топонимы) в игре жанра «массовая многопользовательская ролевая онлайн-игра» *World of Warcraft: Dragonflight*. Для исследования отобрано 42 антропонима и 43 топонима.

Результаты исследования: среди ИС 42 ед. выражены на английском языке (*Unity Square* ‘Площадь Единства’, *Katherine Proudmoore* ‘Кэтрин Праудмур’), 23 ед. выражены на искусственных языках вселенной игры (*Tanaris* ‘Танарис’, *Amirdrassil* ‘Амирдрассил’), 20 ед. содержат элементы английского и искусственного / иного естественного языка (*Garrosh Hellscream* ‘Гаррош Адский Крик’, *Terokkar Forest* ‘Лес Тероккар’). Среди антропонимов 15 ед. составили однословные (*Rundok* ‘Рундок’, *Dirgehammer* ‘Сокрушающий Молот’); 26 ед. – двухсловные (*Elton Campbell* ‘Элтон Кэмпбелл’, *Nivi Weavewell* ‘Ниви Заплетайминс’); 1 ед. – трёхсловная (*Osborne the Night Man* ‘Осборн Дитя Ночи’). Среди двухсловных преобладает сочетание личного имени и фамилии; среди имён больше всего корневых (15 ед.: *Sprite* ‘Спрайт’, *Flynn* ‘Флинн’) и единиц с неопределимой структурой (23 ед.: *Thrall* ‘Тралл’, *Canaga* ‘Канага’); среди фамилий почти все (24 ед.) образованы словосложением. Среди топонимов превалируют двухсловные единицы (27 ед.: *Burning Steppes* ‘Пылающие Степи’, *Shadowmoon Valley* ‘Долина Призрачной Луны’), среди однословных (16 ед.) большая часть образованы словосложением (*Winterspring* ‘Зимние Ключи’, *Zangarmarsh* ‘Зангартопь’).

Что касается особенностей перевода, то среди антропонимов наиболее частотными способами оказались транскрипция/транслитерация (18 случаев – *Goodman* ‘Гудман’, *Katie Stokx* ‘Кэти Стокс’) и её сочетание с калькированием (23 случая – *Gizzik Oregrab* ‘Гиззик Рудохап’, *Kzan Thornslash* ‘Кзан Шипоруб’). Среди топонимов – чистое калькирование (25 ед. – *Elder Rise* ‘Вершина Старейшин’, *Valley of Spirits* ‘Аллея Духов’) и транскрипция/транслитерация (*Durotar* ‘Дуротар’, *Dun Morogh* ‘Дун Морог’).

Ю. С. Князева

ПЕРЕВОД ЭТНОКУЛЬТУРОНИМОВ В ТЕКСТАХ О НАРОДНЫХ ПРОМЫСЛАХ БЕЛАРУСИ

Белорусы издавна занимались народными промыслами и приобрели бесценный опыт в изготовлении нужных и полезных предметов быта. Традиционно для ремесел использовали подручные средства, например, лен, солому, глину, лозу, шерсть и др. Поэтому традиционными видами народных ремесел являются ткачество, гончарное и кузнечное дело, резьба по дереву, соломоплетение, лозоплетение, разнообразные изделия из бересты.

Этнокультуронимы – это культуронимы национальной идентичности, указывающие не только на принадлежность к определенной нации и культуре, но и к этническому сообществу, расе.

Проанализировав способы перевода этнокультуронимов в текстах о народных промыслах Беларуси, можно сделать следующие выводы:

Наиболее частотным способом перевода оказался подбор эквивалента – 57 % этнокультуронимов было переведено именно данным способом (*шляпа* ‘hat’, *конфетница* ‘sugar bowl’, *золотистый* ‘gold’, *рожь* ‘rye’, *пшеница* ‘wheat’, *ручная прялка* ‘hand spinning wheel’, *мычка* ‘flax bundle’, *гребенка* ‘wool comb’). 28 % этнокультуронимов было переведено при помощи калькирования (*соломоплетение* ‘straw weaving’, *перебрать каждую соломинку* ‘sort each straw’, *связать солому в снопы* ‘tie the straw into sheaves’).

9 % этнокультуронимов было переведено при помощи описательного перевода. Например, *декоративно-прикладное творчество* ‘activity which is used not only as decoration, but also in a daily life’, *тритикале* ‘a hybrid of rye and wheat’, *мялка* ‘a device for softening flax and hemp to make yarn from it’). 4 % этнокультуронимов было переведено при помощи транслитерации: *тритикале* – ‘triticale’, 2 % – при помощи приема генерализации *засеять поле* – ‘harvest’).

Использование эквивалента как способа перевода служит цели адекватного перевода, т.к. обеспечивает полноту межъязыковой коммуникации. Например, при переводе слова «ремесло» лучшим выбором способа перевода является использование эквивалента ‘craft’, т.к. оно полностью раскрывает значение носителям английского языка.

Вместе с тем, важно понимать, что перевод этнокультуронимов в текстах о народных промыслах может вызвать затруднения, так как не все владеют профессиональной лексикой. Поэтому будущим переводчикам важно знать термины, характерные для народных промыслов, и уметь их адекватно переводить, чтобы носители языка перевода могли понять смысл того, что автор вкладывал в свое творчество.

К. М. Ковалевич

СЛОЖНЫЕ СЛОВА В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ: ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ И ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

Актуальность работы определяется тем фактом, что, несмотря на обширное количество исследований по словообразованию, в том числе по словосложению, все еще существуют определенные трудности в переводе сложных слов с английского языка на русский. Цель данной работы – выявить структурные особенности сложных слов английского языка на материале газетных статей и определить подходы к передаче сложных слов, позволяющие достичь точного и семантически правильного перевода.

Методом сплошной выборки из статей газеты “The Times” были отобраны 165 примеров употребления сложных слов. Проведя переводческий анализ, мы выявили следующие способы образования сложных слов: соположение основ; сложные слова, в которых основы связаны соединительной согласной; сложные слова, в которых основы знаменательных слов связаны предлогом или другим служебным словом; сложнокращенные слова и сложнопроизводные слова.

Соположение основ встретилось в 95 примерах: *railway, powercut, bandwagon, cameraman, to handcuff, high-profile, hardline, standstill*.

Сложнопроизводные слова были в 63 примерах: *frontrunner, eye-opening, milk-based, film-maker, well-equipped, wrongdoing, state-backed*.

Сложнокращенные слова встретились в 1 примере: *army-RUC*.

Существительные, основы которых связаны соединительной гласной или согласной, встретились в 1 примере: *spokesman*.

Сложные слова, в которых основы знаменательных слов связаны основой предлога или другого служебного слова встретились в 5 примерах: *easy-to-find, commander-in-chief, first-past-the-post, black-and-white*.

В качестве способов перевода использовались калькирование (30), описательный перевод (11), модуляция (5), опущение (3), замена части речи (11), словарные эквиваленты (102) и транскрипция (3). Приведем примеры.

Калькирование: *state-backed* ‘поддерживаемый государством’; описательный перевод: *consumer-facing* ‘ориентированный на потребителя’; опущение: *fusty-smelling* ‘затхлый’; словарный эквивалент: *a tip-off* ‘наводка’; транскрипция: *townhouse* ‘таунхаус’; замена части речи: *single-mindedness* ‘целеустремленный’; модуляция: *gate-kept* ‘закрыто для читателей’ (последние 2 примера переведены так в контексте).

Проведенный анализ показал, что самым распространенным способом образования сложных слов является соположение основ, а наиболее употребляемыми способами передачи сложных слов на русский язык в публицистических текстах являются калькирование и использование словарного эквивалента.

А. А. Козловская

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ В СКАЗКАХ ОСКАРА УАЙЛЬДА

Исследование специфики использования фразеологических единиц в литературных сказках Оскара Уайльда основывается на анализе текстов таких известных произведений, как «Счастливый принц», «Соловей и Роза», «Замечательная ракета», «Преданный друг». Эти произведения Уайльда, насыщенные образными выражениями и фразеологическими оборотами, демонстрируют его мастерство в создании глубоких и многозначительных

текстов, где фразеологизмы выступают не только как стилистические, но и как смысловые единицы, раскрывающие психологию персонажей и осмысливающие общечеловеческие ценности:

“Why can’t you be like the Happy Prince?” asked a sensible mother of her little boy who was crying for the moon. “The Happy Prince never dreams of crying for anything His face was so beautiful in the moonlight that the little Swallow was filled with pity.” В этих контекстах фразеологизмы выступают в качестве отображения безрезультатного сожаления, и любая модификация их элементов могла бы привести к утрате не только их внутреннего содержания, но и эмоциональной экспрессивности. Некоторые фразеологизмы не обладают яркой экспрессией и используются только для повествования *“To go to sleep: I have a golden bedroom”, he said softly to himself as he looked round, and he prepared to go to sleep.*

От отдельных слов фразеологизмы дифференцируются тем, что они представляют собой грамматически интегрированные конструкции:

But the storm grew worse and worse, and the rain fell in torrents, and little Hans could not see where he was going, or keep up with the horse.

Исходя из структурной и семантической характеристик фразеологических единиц и степени их неразложимости они подразделяются на абсолютно неразложимые фразеологические сращения: *cry for the moon; sink into slumber*; фразеологические единства, которые сохраняют лексическое значение слов, воспринимаясь метафорически: *bury your face/head in your hands, bid someone goodbye/good evening*; фразеологические сочетания, имеющие постоянный и переменный элементы: *care a bean (bit, brass farthing, button, curse, damn, dern)*, фразеологические выражения, элементы которых семантически независимы: *There is no Mystery so great as Misery*.

Статистический анализ частоты использования фразеологизмов в сказках Оскара Уайльда, выявил их присутствие с частотностью 0,09 %.

Д. С. Колокустова

ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗА РОССИИ КАК АГРЕССОРА В АМЕРИКАНСКОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ПРЕССЕ 2022–2023 годов

Актуальность данного исследования заключается во всё возрастающем интересе к образу России в англоязычных СМИ, который обусловлен современной конфликтной политической ситуацией, где Россия является одним из основных участников событий. Материалом исследования послужили 100 микроконтекстов из американских электронных изданий, таких как CNN, CBSnews, US .

Самый распространенный компонент образа «Россия – это агрессор» формируется следующими языковыми средствами:

1. Эпитет. В примере *People realized there really is a war going on and it's come now to Belgorod, maybe not for the first time but **the most grave and frightening*** через эпитеты *the most grave and frightening* оказывается речевое воздействие на читателя для того, чтобы вызвать у него образ России как агрессора и преследователя. 2. Эмоционально-окрашенная лексика. *In the wake of the attack, Gladkov said Friday he had received messages on social media from residents saying.* Эмоциональная лексика *in the wake of the attack* воздействует на читателя для реализации образа «агрессора», а также создает ощущение живости и правдоподобности описываемых событий. 3. Метафора. В примере *Russia launched **another wave of air strikes** across Ukraine on Monday morning, killing at least four people and injuring 38, Ukraine's National Police said in a statement* метафора *another wave of air strikes* используется для реализации образа «агрессора», а также для воздействия на реципиента с помощью манипулятивной функции метафоры. 4. Военная терминология. В примере *Russia fired 59 **drones and missiles** during the attack, according to Ukraine's **Air Force**, which said it had shot down 18 of the cruise missiles and eight of the **drones*** посредством военной терминологии *drones and missiles, Air Force* читатель убеждается в правдоподобности фразы, которую автор использует для реализации образа «агрессора», а также для воздействия на реципиента.

Однако переизбыток таких отрицательных средств воздействия на аудиторию и отсутствие новостей, содержащих позитивные качества образа России, вызывает у американской аудитории сомнение в правдивости информации, навязываемой ей. Зеркальным компонентом в российских СМИ является «противостояние агрессору», поэтому у русскоязычной части американского общества есть возможность сформировать более достоверный образ России через российские издания.

К. В. Кондратеня

ОСВЕЩЕНИЕ КЛИМАТИЧЕСКОЙ ДИПЛОМАТИИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ (ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

Климатическая дипломатия является многосторонней по своей природе. Ее предметом выступают глобальные угрозы, связанные с изменением окружающей среды под воздействием техно- и антропогенных факторов. Задача климатической дипломатии заключается в защите национальных интересов при многосторонних переговорах по климату.

Цель проводимого исследования – выявление выразительных языковых средств, манифестирующих климатическую дипломатию в электронных англоязычных статьях, а также особенностей их перевода на русский язык. Объект исследования – выразительные языковые средства манифестации климатической дипломатии в англоязычных статьях. Предмет исследования – специфика перевода англоязычных выразительных языковых средств,

манифестирующих климатическую дипломатию в англоязычных электронных СМИ, на русский язык. Фактическим материалом исследования послужили 14 электронных статей с сайта www.bbc.com, а также электронная статья из издания *The New York Times* (*Hoping to Avert Nuclear Crisis, U.S. Seeks Informal Agreement With Iran?*) и ее перевод на русский язык. Актуальность данной работы обусловлена неиссякаемым интересом общественности к различным вопросам, затрагиваемым климатической дипломатией. В связи с этим важным аспектом служит рассмотрение способов языкового представления разнообразных тем, охватываемых климатической дипломатией.

В результате проведенного анализа статей был сделан вывод о том, что в статьях встречаются следующие средства выразительности: метафоры, олицетворения, эпитеты, фразеологизмы. При этом отмечаем, что на данный момент количество фразеологизмов с отрицательным значением больше, чем с положительным, так как негативная реакция людей на природные катаклизмы является более выраженной. Основными способами перевода являются: генерализация (*...news of violent tornadoes in the USA... '...новости о чудовищных катаклизмах в США...'*); модуляция (*Given the right wind conditions the air inside these vicious storms can start to spin... 'При подходящем ветре воздух внутри этих злобных штормов может начать вращаться...'*); конкретизация (*A prolonged heat is currently gripping southwestern parts of the United States. 'Затянувшийся период жаркой погоды в настоящее время сжимает в своих тисках юго-западные части США.'*).

Наиболее частотным способом перевода выразительных языковых средств, используемых в статьях, посвященных климатической дипломатии, является конкретизация (76 %), генерализация (42,8 %) и модуляция (14,3 %).

Т. П. Красенкова

ЛОКАЛИЗАЦИЯ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР ЖАНРА ПРИКЛЮЧЕНЧЕСКИЙ БОЕВИК

В данной работе был рассмотрен процесс локализации видеоигр, который является в настоящее время одним из направлений переводческой деятельности. Целью исследования явилось выявление особенностей перевода видеоигр и частотных ошибок при локализации видеоигрового проекта «The Last of Us».

Локализация является многоуровневым процессом, который начинается с адаптации текста на физическом носителе видеоигры, включает в себя локализованную озвучку и завершается адаптацией некоторых графических элементов внутри игры. Главной задачей локализации, выделенной нами, является передача смысла, эмоций, эффектов оригинальной версии продукта пользователям других стран с учетом их культурных и языковых особенностей.

При анализе видеоигры «The Last of Us» было установлено, что при локализации интерфейса наиболее часто использовались лексические трансформации (калькирование – 73 %, *Audio – Звук*), смысловое развитие – 10 % (*Tutorials – Обучение*), целостное преобразование – 10 % (*Restart encounter – Начать эпизод заново*). Реже встречались лексико-семантические замены (генерализация – 4 %, *Controls – Управление*) и приемы опущения – 5 % (*Save game – Сохранение*). Основными способами локализации имен персонажей в игре являются транскрипция и транслитерация. При локализации достижений использовались различные трансформации: целостное преобразование – 66 % (*It can't be for nothing – Это все неспроста*), калькирование – 16 % (*Endure and survive – Борись и выживай*), антонимический перевод – 10 % (*That's all I got – Больше у меня нет*), смысловое развитие – 8 % (*Master of unlocking – Медвежатник*).

Было выявлено, что локализация юмористических элементов представляет значительные трудности для переводчика. С каламбурами, которые не имеют отношение к основному сюжету или персонажам, переводчики удачно справляются, компенсируя их другими каламбурами (*You wanna hear the joke about pizza? Never mind. It's too cheesy. – Рассказать тебе шутку про воблу? Не, не буду, слишком соленая*). В речи персонажей часто использовались разговорные сокращения, которые не имеют эквивалентов в русском языке. В этих случаях переводчик прибегал к лексико-семантическим заменам или компенсировал их другими разговорными единицами для сохранения стилистической окраски высказываний («*I wanna see what all the fuss is about*» – «*Мне интересно, вокруг чего столько шума*»).

Несмотря на то, что локализация игры “The Last of Us” считается успешной, анализ текстовой локализации показывает, что имеется некоторое количество упущений, в ряде случаев прослеживаются отклонения от оригинальной версии и потеря логической связи в диалогах и кат-сценах.

Е. К. Красницкая

ЛОКАЛИЗАЦИЯ И ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ В ПЕРЕВОДЕ РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ

В современном мире, где компании стремятся к глобальному присутствию и международной узнаваемости своих брендов, важным аспектом становится адаптация рекламных и маркетинговых материалов. Локализация и интернационализация в переводе играют ключевую роль в успешной коммуникации с целевой аудиторией, учитывая ее языковые, культурные и социальные особенности.

Переводчики сталкиваются со сложностями лингвистического и культурологического характера, поскольку им необходимо выполнить целый ряд задач, таких как: определение смысловой нагрузки оригинального слогана и характер воздействия на потенциального покупателя (его денотативный

и коннотативный компонент), подбор языковых средств переводящего языка, способных передать эти компоненты, не нарушая при этом емкость высказывания, и, при необходимости, адаптация слогана к новым культурным реалиям, существующим в той стране, где планируется продвижение продукта.

Вследствие с этим, переводчик в своей работе использует разнообразные приемы, такие как перестановка, замена, антонимический перевод, компенсация, добавление, прием целостного преобразования, дословный перевод, смешение языков. Рассмотрим применение вышеописанных приемов на примере известных слоганов:

Have a break, have a Kit-kat 'Есть перерыв – есть Кит-кат'

В примере использован прием замены: глагол повелительного наклонения *have* заменен глаголом *есть*. Следует заметить, что глагол *есть* имеет два значения – быть в наличии и потреблять пищу, и оба могут быть применены в данном случае в виде некой «игры слов».

Mr. Clean will clean your whole house and everything that's in it 'С Мистер Пророг веселей, в доме чисто в два раза быстрее'

Следует заметить, что рекламируемый продукт имеет локализованные версии названия, и в России был принят вариант, разработанный для немецкоязычных стран – "Mr.Proper".

Таким образом, необходимо заметить, что слоганы представляют собой совершенно особый вид текста, для перевода и адаптации которого переводчику приходится приложить немало усилий. Сложность такого вида перевода заключается в том, что для приспособления текста к определенной культуре определенного общества переводчик вынужден прибегать к использованию целого ряда переводческих трансформаций.

Д. Е. Крох

ИДИОМЫ, ВЫРАЖАЮЩИЕ КОНЦЕПТ «НЕУДАЧА» В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ И РУССКОЯЗЫЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Социальные сети, будучи местом активной языковой практики, предоставляют уникальные данные для изучения идиом, т.к. язык социальных сетей быстро меняется и приспособливается к новым трендам. Для исследования методом целенаправленной выборки из сообщений пользователей англоязычных и русскоязычных социальных сетей, таких как Twitter, Tumblr, Instagram и ВКонтакте, отобраны микроконтексты, содержащие концепт «неудача».

Популярными вербализаторами концепта «неудача» в англоязычной среде являются следующие идиомы: *smack in the eye: I thought I had a chance to win, but I got a smack in the eye when I lost in the first round.* 'Казалось, что у меня есть шанс на победу, но неожиданно меня постигла неудача прямо

в первом раунде»; *flash in the pan: I'm extremely confident that this game will be the biggest flash in the pan in history*. 'Я абсолютно уверен, что эта игра станет самым большим провалом в истории'; *doomed to failure: 'Pirates of the Caribbean 6 without Johnny Depp Jack the Sparrow doomed to failure*. 'Пираты Карибского моря 6» без Джонни Деппа – Джека Воробья – обречены на провал'; *to be a flop: My heart is saying this is gonna be a flop*. 'Сердце подсказывает мне, что это будет провал.' В контексте бизнеса и финансов пользуется популярностью фразеологизм *to go belly up: Seems possible that a lot of companies pushing mining prospects could go belly up*. 'Вполне возможно, что многие компании, продвигающие перспективы горнодобывающей промышленности, могут прогореть'.

В русскоязычных социальных сетях концепт «неудача» часто выражается следующими идиомами: *провал года: У меня сегодня был провал года! На второй час окрашивания я понял, что Ольга оказалась Дарьей; закон подлости: Закон подлости: куча горящих туров по нормальной цене, когда в отпуск не собираешься, и по цене крыла самолета, когда ты в отпуске; попасть впросак 'Чтобы успешно доказывать что-либо, помимо весомой аргументации стоит следить за контекстом, дабы не попасть впросак; не задалось: Помнится, Маск обещал туристов вокруг Луны покатать уже в 2018-м. Видимо, что-то не задалось... Фраза победитель по жизни часто употребляется с ироническим или саркастическим оттенком, когда человек описывает свои неудачи и провалы: Еще и аллергия, я сегодня просто победитель по жизни*. В русскоязычной среде также присутствует выражение *обречен на провал*, что эквивалентно описанной выше идиоме *doomed to failure*.

Таким образом, анализ показывает, что употребление идиом для выражения концепта «неудача» отражает как культурные особенности и ценности каждой языковой среды, так и индивидуальные особенности коммуникации пользователей социальных сетей.

А. С. Кругликова

АНАЛИЗ ПОНЯТИЙНОГО АСПЕКТА КОНЦЕПТА «СЕМЬЯ» (по материалам англоязычных толковых словарей)

Понятие «семья» является одним из самых фундаментальных и универсальных в понимании человеческих отношений. В контексте семантики анализ понятийного аспекта концепта «семья» позволяет глубже понять его значения, тонкости и эволюцию в современном обществе.

Для проведения нашего исследования были изучены статьи англоязычных толковых словарей со словом «семья», которые представляют собой ценный источник информации о понятийном аспекте концепта «семья» в различных контекстах английского языка. Для анализа дефиниций слова

«семья» как репрезентанта изучаемого концепта, мы отобрали несколько толковых английских словарей: Cambridge Dictionary, Merriam Webster's Dictionary, Oxford Learner's Dictionary.

Проанализировав определения понятия «семья» в Cambridge Dictionary, можно сделать вывод, что понятие семьи настолько обширно, что затрагивает любые субъекты, находящиеся в родстве. В трёх определениях из шести присутствует упоминания детей или, например, детёнышей из мира животных, как в определении *a pair of adult animals and their babies* 'пара животных и их детёнышей'.

В сравнении со словарем Cambridge Dictionary, Merriam Webster's Dictionary предлагает больше значений, затрагивая не только отношения между людьми, но и языки, растения и животных. По сравнению с Cambridge Dictionary в Merriam Webster's Dictionary дети упоминаются в определении лишь единожды, в значении *spouse and children* 'супруги и дети'.

Заметим на примере дефиниций в словаре Oxford Learner's Dictionary, что понятие «семья» объединяет всех людей, состоящих в близком родстве, включая и тех, кого уже нет в живых: *Family – all the people who are related to each other, including those who are now dead.*

Выполнив анализ словарных дефиниций по слову «семья», мы выявили как сходства, так и различия, которые, вероятно, обусловлены мировосприятием и менталитетом двух культур, британской и американской, что находит отражение в языке.

Анализ словарных дефиниций показал, что понятие «семья» можно рассматривать с пяти позиций, а именно: 1) группа людей, состоящих в родстве друг с другом, 2) группа людей, связанная близкими отношениями как при наличии, так и отсутствии детей, 3) группа людей, объединенная родственными связями, включая предков, 4) группа животных и растений одного и того же вида, 5) группа родственных языков.

Ю. С. Кулецкая

ТИПЫ КОМПЛИМЕНТА В РУССКОЯЗЫЧНЫХ И АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Анализ контекстов, отобранных из постов и комментариев в русскоязычных и англоязычных социальных сетях Instagram, YouTube и X (в прошлом Twitter) показал, что в интернет-коммуникации используются следующие типы комплиментов: 1. Compliment-похвала адресатом воспринимается как положительная оценка и носит искренний характер: *So sweet. I love that. You're a first class artist. Ву, Каролина, не перестаю поражаться Вашим фотографиям! Как же красиво! Вы удивительно талантливы!* 2. Compliment-благодарность, представляющий собой клише и имеющий этикетный характер: *Thank you for giving such an amazing performance once again. My daughter and I made great memories. Шикарный выпуск, кайф*

слова *нереальный!* Очень жду продолжения. Благодарю вас ребята!!!
3. Комплимент-поздравление: *Congratulations on the new release! Thank you always for your new music, the song is beautiful, I will continue to support you from abroad. Твоей музыки и голоса очень не хватало, обнимаю и очень люблю, с премьерой!*

4. Комплимент-приветствие, использующийся адресатом при знакомстве или встрече. В результате анализа англоязычных социальных сетей выявлено, что данный тип комплимента, наравне с *комплиментом-прощанием* в социальных сетях используется гораздо реже, чем при очном общении. В интернет-коммуникации комплименты-приветствия и комплименты-прощания используются в основном в рамках переписки между пользователями: *Hi Kaitlan & Poppy, just wanted to drop you a line and say how nice it is to see a CNN news show anchored by only women, and am hoping it stays that way. There aren't enough of them. Привет, ты очень комфортная.* 5. Комплимент-сочувствие, выражающий желание адресанта успокоить, поддержать адресата и имеющий искренний характер: *We love you Finneas and are sending you lots of love. Ты со всем обязательно справишься! Золотые же лапки.* 6. Комплимент-просьба, представляющий собой цель адресанта получить желаемое и имеющий неискренний характер: *Does anyone know how the hairstyle is named, it's super cool! Подскажите пожалуйста, откуда кольцо с сердцем и подвеска? Запали мне в душу!* 7. Комплимент-извинение, использующийся в ситуации извинения и имеющий как искренний, так и неискренний характер: *I'm sure you're a wonderful person but you seem to be mistaken.* Наиболее продуктивными в социальных сетях являются комплимент-похвала, поздравление и благодарность (78 % всех отобранных единиц).

Е. Е. Курович

О ВЕРБАЛИЗАЦИИ КОМИЧЕСКОГО НА КОНТЕКСТУАЛЬНОМ УРОВНЕ (на материале англоязычной и русскоязычной прессы о Джо Байдене)

Материалом исследования послужили статьи электронной прессы о деятельности Джо Байдена на посту президента США.

На контекстуальном уровне, вербализаторами комического являются интертекстуализмы, аллюзия, пародия и различного рода преувеличения. Так, в примере *Идёт Байден качается, вздыхает на ходу. Ой трап уже кончается, сейчас я упаду* источником интертекстуальности, создающей комический эффект, является сочетание строк детского стихотворения и креативного описания автором произошедшей ситуации. В статье из издания «Радио Sputnik» с юмором говорится о певице Тейлор Свифт и её поддержке Байдена на предстоящих выборах. Автор упоминает её песню, которую она написала совместно с певцом Эдом Шираном: *Джо, конечно, не Эд Ширан, но тоже может составить дуэт, ибо и сам неплохо заликает про Everything has changed 'Все изменилось' Естественно, при нем.* Аллюзия – намек на

общеизвестный факт, понимание которой напрямую связано с культурными, политическими, академическими и другими знаниями и опытом реципиента: *Есть и другой тренд – постоянные насмешки над Байденом и его возрастом. <...>. Холодный душ для старшего группы в полосатых купальниках.* В этом примере происходит пересечение сцены из известного советского фильма «Полосатый рейс» с реальностью Белого дома, в котором старший группы – Байден как президент, а полосатые купальники – это отсылка на флаг США. В примере *Здравствуй, дедушка, дорос! Джо Байден объявил о выдвижении на второй срок* автор делает аллюзию на фильм 2021 года «Здравствуй, дедушка Мороз!», употребляя её в контексте решения Байдена выдвинуть свою кандидатуру на второй срок: *U.S. - Americans were deeply disappointed upon learning today that the Biden presidency was not an elaborate April Fool's joke. "I was still holding out hope this was all a sick, twisted prank."* В примере *"Oh, the president who's being indicted for sleazy deals and financial crimes is - it's Trump? Well, that's a relief!" he told reporters* – отсылка на разбирательства в отношении самого президента, которые ни к чему не привели, и комический эффект достигается тем, что Джо Байден не понимает, в отношении кого идёт разбирательство.

Таким образом, на контекстуальном уровне, как в английском, так и в русском языках используются идентичные средства вербализации комического, однако различия заключаются в лингвокультурном аспекте. Из отобранных примеров следует, что в русском языке такие приёмы как аллюзия и интертекстуальность строятся на известных фильмах и произведениях литературы, в то время как в английском языке упор делается на исторические или политические факты.

Я. Д. Лащинина

СТРАТЕГИИ ДОМЕСТИКАЦИИ И ФОРЕНИЗАЦИИ В ПЕРЕВОДЕ МИФОВ О МИНСКЕ НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

История науки свидетельствует о том, что существуют понятия, которые долгое время использовались людьми лишь на интуитивном уровне, им не давали определения в соотношении с другими схожими понятиями, и лишь позже возникла необходимость в их более глубоком осмыслении. Это утверждение относится к определению мифа. В нашем исследовании по стратегиям доместикации и форенизации в переводе мифов использовались материалы из сборника В. Воложинского «Минск в легендах, мифах и преданиях», где автор определяет миф как отражение в коллективном сознании древних людей представлений об устройстве мира в произведениях устного народного творчества и письменных источниках (В. Воложинский, 2019).

Без понимания лингвистических особенностей мифов и легенд невозможно осуществить их перевод с одного языка на другой. Как показывает анализ мифологических текстов из указанной книги, значимую долю лингви-

стических единиц составляют реалии. Мы выделили две основные трудности при переводе реалий: необходимость передавать их национальную и историческую окраску и отсутствие в языке перевода соответствующих эквивалентов.

К широко известным стратегиям перевода иноязычных текстов относятся стратегии доместикации и форенизации. Форенизация предполагает сохранение звучания и облика слова из текста-оригинала в максимально возможной степени, даже допуская нарушение норм языка перевода: *Змей* 'Zmey', *квас* 'kvas'. В противоположность этой стратегии, используя стратегию доместикации, переводчик адаптирует оригинал к языку перевода, а также к его культурным традициям: *князь* 'king', *лапти* 'shoes', *копейка* 'cent'. При этом может нивелироваться культурная специфика и экспрессивность части текста оригинала. Текст перевода в таком случае воспринимается как нейтральный.

Мы пришли к выводу, что использование стратегий форенизации и доместикации достаточно вариативно и гибко, и, в конечном счете выбор стратегии перевода остается за переводчиком. Однако отметим, что стратегия доместикация наиболее уместна для перевода второстепенных деталей, которые незначительно влияют на общее восприятие смысла. И напротив, реалии, имеющие ключевое и исключительно важное значение в переводе мифов с русского языка на английский, рекомендуется переводить, используя стратегию форенизации.

В. А. Лемешонок

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕДИЦИНСКОЙ МЕТАФОРЫ В АКТУАЛИЗАЦИИ ФУНКЦИЙ МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА

Средства массовой информации являются неотъемлемой частью современного информационного общества, где они играют не только традиционную роль источников информации. В последнее десятилетие они превратились в инструменты формирования общественного мнения и даже в своеобразный плацдарм информационных войн.

Дискурсу СМИ, или медийному дискурсу, присущи следующие функции: информационная, коммуникативная, манипулятивная, развлекательная и образовательная. Каждая из них актуализируется разнообразными языковыми средствами, среди которых метафоры занимают одну из ведущих позиций. В своей работе мы уделяем особое внимание медицинской метафоре, которая представляет собой сочетание элемента медицинского дискурса и элемента литературного языка. Такие метафоры помогают упростить восприятие сложных концептов адресатом и, благодаря стойким ассоциациям в сознании адресата, могут послужить инструментом воздействия.

Нередко медицинская метафора используется для формирования негативного взгляда на те либо иные явления, события или ситуации. Например:

А академик РАН Абел Аганбегян считает принципиально важным разобраться, почему «российская экономика глубоко больна уже последние 30 лет». В данной фразе мы видим, как упоминание болезни используется для выражения негативной оценки и формирования у адресата настороженного отношения к положению дел в экономике. Стоит отметить, что слово ‘болезнь’ или названия конкретных заболеваний или расстройств используются в медийном дискурсе в метафорическом смысле довольно часто именно для формирования негативного восприятия или оценки (политическая агония, язвы на теле планеты, эпидемия либеральной чумы).

Однако медицинская метафора также может быть использована и для того, чтобы сформировать положительное отношение, что происходит в следующем примере: *Закон идет «на поправку». Постоянная комиссия Палаты представителей по проблемам чернобыльской катастрофы, экологии и природопользованию готовит к сессии поправки в закон «Об охране окружающей среды», затрагивающие вопросы экологической информации и возмещения экологического вреда.* Здесь видим игру слов, основанную на многозначности слова ‘поправка’. Положительная ассоциация, связанная с фразой ‘идти на поправку’, формирует у адресата впечатление, что происходит изменение закона в лучшую сторону.

Таким образом, медицинская метафора является мощным инструментом в создании близкого читателю образа, который позволяет призвать его к действию, объяснить сложные явления неизвестной сферы жизни емко и доступно, что способствует эффективному общению между социокультурными группами и успешной реализации функции медийного дискурса.

А. А. Лис

ИНТЕРТЕКСТУАЛИЗМЫ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Термин «интертекстуальность» был предложен болгарской ученой и теоретиком постструктурализма Юлией Кристевой в 1967 году для описания способности текстов связываться друг с другом через такие открытые или скрытые средства, как цитаты или аллюзии. Такие связи могут проявляться между текстами или их элементами, позволяя им ссылаться друг на друга. Так называемые прецедентные тексты являются конкретными проявлениями интертекстуальности. Эти тексты важны для человека с точки зрения его познания и эмоций, широко известны в его культурной среде, включая предшественников и современников, и к ним часто обращаются в дискурсе. Анализ интертекстуальности как взаимодействия между текстами в разнообразных стилях и жанрах помогает лучше понять их роль в создании текстов и значимость для различных областей дискурса, в том числе и для социальных сетей.

Так, в социальных сетях для комментирования ситуаций, когда кто-то игнорирует или минимизирует очевидные проблемы, используется шутка *This is fine*, изначально взятая из комикса “Gunshow” Кейси Грина, в котором изображена собака, сидящая в горящем доме и говорящая: “*This is fine !*” ‘Всё в порядке!’ Для выражения личных качеств, настроений или намерений в социальных сетях часто используются цитаты из “Гарри Поттера”: *I solemnly swear that I am up to no good* ‘Клянусь, что мои намерения самые, что ни на есть серьезные’ или обсуждение домов Хогwartса #*Slytherin*, #*Gryffindor*. Фраза *Not all heroes wear capes*, ставшая мемом в социальных сетях, используется для описания людей, совершающих добрые поступки или демонстрирующих невероятную компетентность в какой-либо области, не ожидая за это награды. Шутка *Distracted Boyfriend*, сопровождающаяся рисунком, на котором изображён мужчина, оглядывающийся на другую женщину, в то время как его девушка смотрит на него с удивлением, используется для иллюстрации отвлечения внимания или изменения приоритетов, часто с юмористическим подтекстом. Популярный формат публикаций *Expectation vs. Reality* в Instagram, где пользователи делятся двумя фотографиями или видео: одно показывает ожидаемый идеальный исход (часто вдохновленный кино, телешоу, или другими соц. сетями), а другое – реальный результат. Часто разница между ними создаёт комический эффект.

Статистические подсчёты частотности употребления исследуемого явления в сообщениях англоязычных социальных сетях, показали, что в этих сообщениях содержится 15 % явных или скрытых интертекстуализмов. Эти данные подтверждают необходимость дальнейшего исследования данного явления особенно в контексте перевода.

В. С. Ловкис

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ДИАЛОГОВ ИГРЫ «DISCO ELYSIUM» В УСЛОВИЯХ ЕЁ ЛОКАЛИЗАЦИИ

Жанр ролевых видеоигр (RPG) является одним из наиболее популярных в современной игровой индустрии. В силу популярности у пользователей RPG часто становятся объектами локализации, то есть комплексного процесса адаптации продукта к культуре другой страны перед выходом на ее рынок. Перевод является неотъемлемой частью данного процесса и помогает его реализовать.

Для анализа особенностей локализации RPG нами была выбрана компьютерная игра «Disco Elysium», вышедшая в 2019 году. Несмотря на успешный старт, игра была локализована и переведена на русский язык только три года спустя. Оригинальный англоязычный текст игры наполнен заимствованиями, афоризмами, сленгом и терминами. В игре также присутствуют нестандартные для жанра темы: политика, идеология и религия, вопросы неравенства, алкоголизма, роли полиции в обществе и другие.

Мы рассмотрели английскую и русскую версии игры, и сравнили готовую локализацию с оригинальным текстом, обращая внимание на контекст ситуации и персонажей, участвующих в диалоге. В силу особенностей сюжета в диалогах персонажей присутствуют сленг и нецензурная лексика, что представляет собой неоднозначную, но все же интересную переводческую задачу. В большинстве случаев нецензурные выражения и грубые сленгизмы приводятся полностью (в переводе используются эквиваленты и аналоги), но есть и примеры цензуры (некоторые буквы в словах заменены на знак звездочки).

Среди наиболее частотных приемов в переводе диалогов можно выделить подбор функционального аналога и замену, причем они часто используются в сочетании с максимальной адаптацией к культуре принимающего языка. Например, фраза *the words have already left your mouth* (дословно *слова уже вылетели изо рта*) передается как *слово не воробей*. Эта строчка появляется в диалоговом окне как сигнал, что действие нельзя отменить. Аналогичный прием видим в передаче песенки на мотив «дидли-даба-ду», который в переводе превратился в «*парам-парам-нам*» из «Ералаша».

Еще один подобный пример – перевод слова ‘*officer*’. Главный герой – полицейский, но вначале игры он этого не помнит. Текст первого диалога содержит игру слов, основанную на многозначности слова ‘*officer*’. В русской версии этот прием воссоздается при помощи слова ‘*начальник*’, которое на сленге может означать сотрудника полиции. В русском варианте видим: – *Начальник. – Начальник? Вы на меня работаете? – Э-э-э... нет. – Тогда почему вы называете меня начальником? – Потому что вы полицейский.*

В целом, можно отметить, что перевод диалогов RPG «*Disco Elysium*» требовал от переводчиков довольно кропотливой творческой работы. Своеобразный текст оригинала диктовал необходимость подбора максимально точных функциональных аналогов в принимающем языке и учета специфического культурного фона.

А. А. Малаш

ФУНКЦИОНАЛ ФРАНЦУЗСКИХ РЕАЛИЙ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СУБТИТРАХ (ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

Цель проводимого исследования – выявление французских реалий в англоязычных субтитрах, а также установление особенностей их перевода на русский язык. Цель исследования предполагает решение следующих задач: классифицировать выявленные реалии и определить способы их перевода на русский язык. Объект исследования – французские реалии в англоязычных субтитрах к художественным фильмам. Предмет исследования – особенности перевода французских реалий на русский язык. Фактическим материалом исследования послужили кинематографические произведения

французского происхождения, снабженные англоязычными субтитрами (6 фильмов: «Le Fabuleux Destin d'Amélie Poulain», «Bienvenue chez les Ch'tis», «Intouchables», «Les Visiteurs», «Taxi», «Le Jouet»). Актуальность данной работы обусловлена необходимостью понимания процесса адаптации французских кинематографических произведений для англоязычной аудитории через субтитры. Исследование этого явления важно для кинематографической индустрии, переводческой практики и культурного обмена, а также в контексте культурной лингвистики и межкультурной коммуникации.

В ходе исследования было выявлено, что существует множество различных классификаций реалий (например, В. С. Виноградов выделяет следующие группы: 1) бытовые реалии, 2) этнографические и мифологические реалии, 3) реалии мира природы, 4) реалии государственно-административного устройства и общественной жизни, 5) ономастические реалии, 6) ассоциативные реалии). Из 52 реалий, взятых для анализа, первую группу составило 33 % реалий, вторую – 4 %, третью – 17 %, четвертую – 9 %, пятую – 29 %, шестую – 8 %. Для перевода реалий были использованы четыре способа перевода: транскрипция, калькирование, адаптация и описание. Как показало данное исследование, реалии чаще всего переводятся с помощью транскрипции. Вторым по популярности стал метод калькирования. Реже используется адаптация, а описательный метод оказался наименее востребован.

В результате проведенного анализа был сделан вывод, что перевод реалий – это многогранный процесс, который может осуществляться различными способами. При выборе способа перевода реалии необходимо учитывать: контекст, в котором реалия используется, поскольку она может иметь множество различных смысловых оттенков в зависимости от жанра или области применения; аудиторию, для которой предназначен перевод, так как выбор стратегии перевода может быть обусловлен уровнем экспертизы или предпочтениями целевой аудитории; цели перевода, так как для достижения максимальной точности в передаче смысла часто предпочтительны более строгие переводческие приемы, в то время как при стремлении к максимальной ясности и понятности для аудитории возможно использование описательных приемов передачи информации.

В. М. Мартынюк

**ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПОСЛОВИЦ,
РЕПРЕЗЕНТИРУЮЩИХ ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ,
И ИХ РУССКОЯЗЫЧНЫЕ СООТВЕТСТВИЯ**

Многие лингвисты отмечают, что гендерные стереотипы часто усиливают традиционные гендерные роли и ожидания, такие как представление о том, что мужчины сильны и агрессивны, в то время как женщины

заботливы и эмоциональны. Стереотипы могут оказывать негативное воздействие на отдельных людей и общество в целом. Цель нашей работы заключается в выявлении специфики англоязычных пословиц, репрезентирующих гендерные стереотипы, с точки зрения их семантики, структуры и перевода. Материалом послужили англоязычные пословицы (73 единицы), извлеченные методом сплошной выборки из словарей, и их русскоязычные соответствия.

С точки зрения стереотипов, нашедших отражение в отобранных англоязычных пословицах, женщина, с одной стороны, предстает как некий болтливый, глуповатый, хитрый субъект, а с другой стороны, выступает в роли хранительницы домашнего очага, заботливой матери и хозяйки. Мужчина представлен неким “идеальным образом”, который обладает благородством, порядочностью и щедростью, логикой и контролем всего происходящего, высоким интеллектом, хотя и ему присущи отрицательные черты.

Что касается структурных особенностей отобранных пословиц, то встречаются как пословицы со структурой повествовательного предложения, так и со структурой побудительного предложения. Пословицы со структурой повествовательного предложения могут представлять собой как простые, так и сложные предложения. Простые предложения встречаются в 27 % случаев: *Silence is a woman's best garment*. – ‘Молчание украшает женщину’. Сложные предложения (70 %) включают в себя сложносочинённые и сложноподчинённые предложения, которые являются наиболее распространёнными в английском языке среди пословиц: *Men make houses, women make homes*. – ‘Мужчины строят жилище, женщины создают дом’. *A man is only as good as his word when he keeps his promises*. – ‘Мужчина хорош только тогда, когда он выполняет свои обещания’. Реже используются побудительные предложения (3 %): *Marry in haste, repent at leisure*. – ‘Женитесь на скорую руку, да на долгую муку’.

Что касается специфики перевода рассматриваемых пословиц, то самым распространённым способом оказался фразеологический аналог (65 %): *A good wife makes a good husband*. – ‘Хорошая жена – хороший муж’. Фразеологический эквивалент используется в 24 % случаев: *A woman's tongue wags like a lamb's tail*. – ‘Женщина машет языком, как ягнёнок хвостом’. Реже всего встречалось калькирование, или дословный перевод (11 %): *Women are like wasps in their anger*. – ‘Женщины в гневе подобны осам’.

Таким образом, гендерные стереотипы, репрезентируемые англоязычными пословицами, находят отражение и в их русскоязычных соответствиях.

И. В. Миренков

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ
СОЦИОКУЛЬТУРНОГО КОМПОНЕНТА В НОВОСТНОМ
АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИАТЕКСТЕ И ИХ ПЕРЕВОД НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Социокультурный компонент языка охватывает различные аспекты социальной и культурной жизни общества, включая его ценности, традиции, обычаи и установки. Социокультурным компонентом принято считать *реалии* или национально маркированные лексические единицы языка. Нами за основу взята классификация реалий, предложенная В. С. Виноградовым, включающая бытовые реалии (*Cheltenham Festival*), реалии государственного строя и общественной жизни (*business and trade secretary*), ономастические реалии (*St George's Chapel*), ассоциативные реалии (*union jack*).

Проанализировав 50 англоязычных статей, освещающих британскую и американскую тематику, нами было установлено, что абсолютное большинство (56 %) составляют реалии государственного строя и общественной жизни, 35 % приходится на ономастические реалии, 5 % – ассоциативные реалии и 4 % – бытовые реалии.

Далее нами были рассмотрены способы перевода идентифицированных реалий на русский язык. Они включают транскрибирование (*the Farne Islands in Northumberland – острова Фарн в Нортумберленде*), транслитерацию (*Michael Mulgrew – Майкл Малгрю*), калькирование (*The British Hedgehog Preservation Society – Британское общество сохранения ежей*), подбор функционального аналога (*business and trade secretary – министр торговли*), описательный перевод (*Mr Sunak's party – Консервативная партия под лидерством Сунака*), эквивалентный перевод (*union jack – флаг Великобритании*), контекстуальный перевод (*Whitehall officials – британские чиновники*). В количественном отношении это выглядит следующим образом: транскрибирование – 6 реалий (10 %), калькирование – 12 реалий (20 %), подборка функционального аналога – 6 реалий (10 %), описательный перевод – 7 реалий (11 %), эквивалентный перевод – 16 реалий (26 %) и контекстуальный перевод – 3 реалии (5 %).

Таким образом, наиболее частотным способом перевода идентифицированных национально маркированных лексических единиц на русский язык является эквивалентный перевод.

Д. Ю. Михайловская

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЭВФЕМИЗМОВ
В СОВРЕМЕННЫХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ

Целью данной работы является выявление особенностей функционирования эвфемизмов в СМИ.

В качестве базового определения эвфемизма мы возьмем то, которое представлено в словаре С. И. Ожегова: эвфемизм – это слово или выражение, заменяющее другое, неудобное для данной обстановки или грубое (*уснул последним сном* вместо *умер*).

Материалом для данного исследования послужили такие англоязычные издания, как The Independent, MSNBC, CBS News и т.п., из которых методом сплошной выборки было отобрано 60 эвфемизмов.

Выделяют четыре основных функции эвфемизма: 1) замена неприятных слов; 2) замена табу-слов; 3) функция вежливости: эвфемизмы помогают сформировать позитивную атмосферу общения и достичь целей коммуникации; 4) функция маскировки (приукрашивание и воздействие): эвфемизмы позволяют исказить факты, отвлечь внимание и даже повлиять на публику.

В ходе анализа выяснилось, что в СМИ эвфемизмы наиболее часто употребляются с целью маскировки. Обнаружен 21 пример: *'Impeachment talk at Trump Org. trial: Did witness misspeak?'* (The Independent, 28/11/22) ('говорить неправильно' – вместо глагола *to lie*, т.к. речь идет о государственном лице; новый глагол поможет публике легче принять информацию).

Говоря о функции замены неприятных слов, было обнаружено 17 примеров: *All environmental degradation should be minimized, while a balance must be struck with the need to raise living standards, especially in developing countries* (MSNBC, 15/12/23) ('развивающиеся страны' вместо *poor countries*, таким образом выражение приобретает положительную коннотацию).

Далее по частотности функционирования следуют эвфемизмы, выражающие вежливость. Было выявлено 15 примеров: *A mother plans to file a lawsuit after she said her special needs son was restrained to his chair by a teacher at a Boston school* (CBS News, 04/04/24) ('с особенностями развития' вместо *disabled/invalid*, т.к. данные слова считаются грубыми).

Последними по частотности следуют эвфемизмы, заменяющие табу-слова. Найдено 7 примеров: *An Albanian lost his life this morning in Patra, Greece* (Politico, 03/14/24) ('потерять жизнь' вместо *to die* для смягчения наименования смерти).

Проведенный анализ показал, что в первую очередь в англоязычных СМИ эвфемизмы используются для манипулирования, сокрытия правды, приукрашивания, а затем уже для замены грубых и неприятных слов.

Н. В. Мурашко

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕРМИНОВ С ГРЕКО-ЛАТИНСКИМИ ПРЕФИКСАМИ (на материале научного стиля)

Англоязычные термины с греко-латинскими префиксами являются важной частью языка. Они формируются и используются в различных областях и оказывают влияние на способ восприятия и коммуникации. Термины с греко-латинскими префиксами являются достаточно распространенными

в области медицины и в сфере биотехнологий. Цель данной работы – выявление особенностей функционирования англоязычных терминов с греко-латинскими префиксами в научном стиле. Материалом для исследования послужили научные статьи в области биотехнологий, из которых методом сплошной выборки было отобрано 50 терминов с греко-латинскими префиксами.

В ходе анализа было обнаружено, что наиболее используемым префиксом является приставка *bio-*. Префикс *bio-* происходит из греческого языка и означает “жизнь”, “живой”. В английском языке этот префикс широко используется для указания связи с биологией, живыми организмами или биологическими процессами: *Bacterial cellulose is a promising sustainable leather alternative, on account of its material properties, low infrastructure needs and biodegradability.* – Бактериальная целлюлоза является перспективной экологичной альтернативой коже, благодаря своим свойствам материала, низкой потребности в инфраструктуре и биоразлагаемости. Согласно Cambridge Dictionary, *biodegradable* означает ‘able to decay naturally and in a way that is not harmful’.

Вторая группа – термины с приставкой *re-*. Этот префикс используется в основном в словах, заимствованных из латинского языка, и означает “снова” или “снова и снова”: *Ethanol solutions ensure the maximum replacement of water with ethanol from the cellulose matrix...* – Растворы этанола обеспечивают максимальное замещение воды этанолом из целлюлозной матрицы... Согласно Cambridge Dictionary, *replacement* означает ‘the process of replacing something with something else’. Можно отметить, что это замещение может происходить несколько раз.

Третья группа – термины с префиксом *micro-*, который имеет значение “маленький” или “микроскопический”. В английском языке этот префикс обозначает что-то очень маленькое или мельчайший масштаб: *The biochemical compounds produced by microorganisms strongly affect the soil environment.* – Биохимические соединения, вырабатываемые микроорганизмами, оказывают сильное влияние на почвенную среду.

Проведенный анализ показал, что использование терминов с греко-латинскими префиксами достаточно широко распространено, хотя частотность тех или иных префиксов различается. Подобные термины придают текстам научного стиля лаконичность и целостность.

А. С. Нарчук

СРЕДСТВА АДРЕСОВАННОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СТАТЬЯХ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ: ОСОБЕННОСТИ И ПЕРЕВОД

Научно-популярный стиль предполагает ознакомление читателя-неэксперта с научными явлениями и фактами. Данный стиль характерен для научно-популярных журналов и книг, сообщений «научного характера»

в СМИ. Особенности данного стиля выступают следующие: относительная лёгкость чтения, использование сравнения с привычными явлениями и предметами, значительные упрощения, рассматривание частных явлений без общего обзора и классификации (Разинкина, 1989). Немаловажной чертой научно-популярного стиля является адресованность. Адресованность – обращенность к кому-либо; является существенным свойством высказывания; законченное высказывание всегда имеет и автора, и адресата (Бахтин, 1979). Целью нашей работы является выявление средств адресованности в статьях психологической направленности.

К средствам адресованности в данных статьях относятся, прежде всего, **личные и притяжательные местоимения и обращения** (*You can't self-care away your burnout*. 'Вы не можете справиться со своим эмоциональным выгоранием самостоятельно'; *My dear* 'мой дорогой читатель'); большое количество **образных средств**, таких как олицетворения, метафоры (*Boredom can jolt you out of a rut* 'Скука может выбить вас из колеи'). Далее стоит отметить **усилительные частицы** (*you were so anxious* 'Вы так волновались'); **вводные слова и конструкции** (*say, a bear chasing us* 'скажем, медведь, преследующий нас'). Были найдены **предложения с осложнённым подлежащим**, которые при переводе будут содержать вводные конструкции: *It seems to function like an emotional stick* 'Кажется, она (скука) действует как эмоциональная палочка'. Также авторы статей используют **формы повелительного наклонения и вопросы**, адресованные читателю: *Do your wrists hurt from too much typing?* 'У вас болят запястья от долгого печатания?'. Для объяснения непонятого явления используются **тактики повтора информации и перефразирование**: *the HPA axis releases a hormone called cortisol. Cortisol helps the body run from whatever is threatening it* 'ось НРА выделяет гормон под названием кортизол. Кортизол помогает организму бежать от всего, что ему угрожает'.

При рассмотрении данных примеров заметно, что при переводе мы можем использовать добавления, опущения, перестановки, замены одних частей речи на другие, изменения порядка слов в предложениях. Таким образом, средства адресованности являются неотъемлемой частью англоязычных статей психологической направленности, и важно обращать на них особое внимание, чтобы они не «терялись» при переводе.

Я. А. Нижевич

ОСОБЕННОСТИ СОДЕРЖАНИЯ БРИТАНСКИХ НОВОСТНЫХ СТАТЕЙ О ФУТБОЛЬНЫХ ТРАНСФЕРАХ (на материале информационного портала Sky Sports)

Новостная статья о футбольных трансферах представляет собой особый, национально-специфический вид британского спортивного медиадискурса. Мы

проанализировали содержание 20 статей о трансферах с сайта skysports.com, выделили 6 тематических компонентов, входящих в их состав, установили их частотность и специфику.

Тематический компонент «Общая характеристика трансферного субъекта» обладает самой высокой частотностью (присутствует в 75 % статей). Как правило, он является вводным и размещается в первом абзаце статьи. Его отличают краткость и предельная четкость изложения, поскольку информация об игроке достаточно объёмная, и авторам требуется охватить все первостепенные факты, при этом не перегружая этот абзац.

Тематический компонент «Причины трансфера» (выявлен в 55 % статей) является смысловым продолжением вводного абзаца. В нем рассматривается непосредственно трансферный субъект. Осуществляется переход от более общей информации об игроке к конкретным причинам трансфера, а также событиям, повлиявшим на ход трансфера. Речь в нем чаще всего идёт о стоимости игрока и об условиях, которые готов предложить будущий клуб.

Компонент «Актуальное состояние команды» (40 % статей) является синтезом статистических данных и их оценки экспертом-аналитиком. Содержание этого компонента имеет достаточно субъективный характер, поскольку каждый оценивает состояние команды исходя из своих знаний и аналитических способностей. Он может включать следующие подкомпоненты: положение в турнирной таблице, состояние ключевых игроков, финансовое положение клуба, прочие проблемы: травмы, скандалы в команде и др.

Компонент «Трансферные альтернативы» выявлен в 40 % статей, что связано с фактическим отсутствием конкуренции на приобретение игроков в современном футболе. Лишь в 30 % статей представлен компонент «Ожидаемый результат трансфера». Судя по его низкой частотности, можно сделать вывод о том, что действительно значимых приобретений в современном футболе немного и клубы подстраиваются под стандартную систему покупки и продажи игроков (купил дешевле – продал дороже).

Особое место в британских новостных статьях о футбольных трансферах занимает компонент «Мнение экспертов». Его высокая частотность (75 % статей) обусловлена тем, что в большинстве статей выражается субъективное мнение их авторов, которые являются, по совместительству, экспертами-аналитиками.

В. И. Никитченко

СТРУКТУРА И СЕМАНТИКА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С СОБСТВЕННЫМИ ИМЕНАМИ И СПЕЦИФИКА ИХ ПЕРЕДАЧИ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Цель данной работы – выявить структурно-семантические особенности англоязычных фразеологизмов, имеющих в своем составе собственные имена, и определить специфику их передачи на русский язык.

Материалом для исследования послужили извлеченные методом сплошной выборки из словаря А.В. Кунина фразеологические единицы, содержащие собственные имена (61 ФЕ).

В зависимости от структурных характеристик все отобранные ФЕ можно распределить по нескольким группам, выделяемым А. В. Куниным. Самой представленной оказалась группа субстантивных ФЕ (39 ед.): *perfidious Albion* – коварный Альбион, *Adam's apple* – адамово яблоко. К глагольным ФЕ можно отнести 17 ед.: *say Amen to smth.* – соглашаться с чем-либо, *laugh like little Audrey* – смеяться от души. Адвербиальными являются 3 ФЕ: *since Auntie had her accident* – давненько. По 1 ед. входит в группу адъективных ФЕ и ФЕ междометного характера: *(as) old as Adam* – старо как мир, *the best of British luck to you!* – неудачи вам!

Что касается семантических особенностей отобранных ФЕ, то можно отметить, что многие из них относятся к человеку или к различным сферам жизни людей, могут нести положительную или отрицательную оценку (*a smart Aleck* – самоуверенный наглец, *grin like a Cheshire cat* – улыбаться во весь рот).

Согласно классификации А. В. Кунина, существует несколько способов перевода ФЕ. Проведенный нами анализ показал, что самым частым оказался описательный перевод, который был применен в 29 случаях (47,54 %): *a Dutch bargain* – сделка, выгодная лишь для одной стороны, *singe the beard of the King of Spain* – опустошать берега Испании. При помощи эквивалента, полностью сохраняя свою структуру и значение, переведены 15 отобранных фразеологизмов (24,5 %): *in the arms of Morpheus* – в объятиях Морфея, *Adam's apple* – адамово яблоко. При помощи фразеологического аналога передаются 8 единиц (13,11 %): *Kilkenny cats* – смертельные враги. Калькирование встретилось в 1 случае (1,63 %): *Jack the Ripper* – Джек Потрошитель. В 2 случаях (3,27 %) был использован антонимичный перевод: *a wise man of Gotham* – недалекий человек, простака. Лексемный перевод встретился в 6 случаях (9,83 %): *Botany Bay* – ссылка, каторга, *the Arab of the gutter* – беспризорник.

Итак, проведенный анализ показал, что англоязычные ФЕ, имеющие имена собственные в своем составе, с точки зрения структуры в большинстве случаев являются субстантивными, а самым частотным способом передачи их на русский язык является описательный перевод.

К. А. Никифорова

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ПОХВАЛЫ И КОМПЛИМЕНТА В КОММЕНТАРИЯХ К ПОСТАМ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Социальные медиа стали неотъемлемой частью жизни, источником новостей и местом, где люди могут выражать свои мысли и эмоции.

Основными единицами коммуникации являются подписи и комментарии к посту, где пользователи при помощи языковых и графических средств выражают мнения и оценки.

В рамках нашего исследования мы рассматриваем англоязычные комментарии содержащие похвалу и комплименты, то есть положительную оценку качеств адресата, как природных (внешность), так и зависящих от сознания, воли и желаний (поведение, поступки, позиция).

Похвала и комплименты могут быть выражены разнообразными лексическими средствами. В ходе анализа мы классифицировали их в зависимости от части речи и выяснили, что наиболее часто для выражения комплимента и похвалы пользователи соцсетей прибегают к прилагательным (*beautiful, gorgeous, stunning, amazing, perfect*). Их можно увидеть в выражении и прямой похвалы (*gorgeous as always*), и косвенной (*Could this woman be any more beautiful*). Частотность указанных прилагательных можно объяснить тем, что в комментариях чаще всего превозносятся именно внешние данные адресата.

Похвала и комплимент также могут быть выражены существительными. Интересно отметить, что одним из наиболее часто встречающихся из них является слово '*queen*' (королева). Причем оно используется для выражения положительной оценки и внешних данных автора поста, и его поведения или позиции (*You are my queen forever. – Ты моя королева навеки*).

Еще один интересный пример выражения положительной оценки в комментариях это использование нейтральных по значению существительных в сочетании с эмоджи (пиктограммой или рисунком, обозначающим оценку или эмоцию). В таком случае существительное указывает на объект похвалы или комплимента, а эмоджи – на оценку и ее степень. Например, если рядом со словом '*hair*' стоит изображение огня, то всю конструкцию можно воспринимать как наивысшую степень похвалы состоянию волос или причёске.

К другим частотным лексическим способам выражения похвалы и комплимента в комментариях можно отнести междометия (*wow, aww, gee*) и усилительные наречия (*so pretty, so hot, she's so fantastic*). Они также часто сопровождаются эмоджи, как правило, дублирующими значение лексической единицы.

М. Д. Ннеджи

О ПЕРЕДАЧЕ ИМЁН СОБСТВЕННЫХ ПРИ ПЕРЕВОДЕ РЕЧЕЙ ПОЛИТИКОВ (на материале выступлений Терезы Мэй)

Неполный или неточный перевод политического текста вследствие искажения оригинала может привести к усложнению политической ситуации, политическому конфликту. При переводе такого рода дискурса необходимо учитывать особенности культуры и традиций.

Речи Тэрэзы Мэй, премьер-министра Великобритании, которая вступила на этот пост в 2016 году и занимала его на протяжении 3-х лет. отличаются лаконичностью и тщательным подбором лексики, на что особое внимание следует обратить переводчику. Анализируя речи Терезы Мэй и их переводы на русский язык, мы обратили особое внимание на передачу имён собственных, которая в основном осуществлялась с помощью транскрипции: *For many years the great humanitarian Sir Nicholas Winton – who saved the lives of hundreds of children by arranging their evacuation from Nazi-occupied Czechoslovakia through the Kindertransport – was my constituent in Maidenhead.* ‘Великий гуманист сэр Николас Уинтон, который спас жизни сотен детей, организуя их вывоз из оккупированной нацистами Чехословакии в ходе операции «Киндертранспорт», в течение многих лет был моим избирателем в Мейденхеде’. Однако при переводе параграфа *Similarly we should gather evidence of Daesh’s crimes worldwide, so ensuring justice for their victims and deterring those who might conduct such crimes in the future* для передачи названия террористической организации *Daesh* переводчику пришлось отступить от способа транскрипции. *DAESH* – эвфемизм, придуманный СМИ и политиками, который используется с целью замены привычной аббревиатуры *ISIS* ‘ИГИЛ’, так как для нее характерно наличие слов «ислам», «исламский», что дискредитирует саму религию, не имеющую отношения к терроризму и насилию. Слово *ДАИШ* – это акроним арабского словосочетания, который имеет оскорбительный оттенок и переводится ‘топчущий’. Перед переводчиком стоял выбор, который он сделал в пользу привычного наименования ‘ИГИЛ’, так как *ДАИШ* – новое и не всем известное обозначение. В данном случае способом передачи имени собственного при переводе стала контекстуальная замена.

Таким образом, речь политика и её перевод, с одной стороны, требует толерантного отношения к другим культурам, идеям, стремлениям, что позволяет нам говорить о возрастающей вероятности использования средств реализации политической корректности – эвфемизмов, а с другой стороны, характеризуется агрессивностью с целью получения и сохранения власти, стремлением к личной адресности для создания доверительной и благоприятной обстановки, что является предпосылкой для использования в речи и особенно в её переводе дисфемизмов.

Я. А. Пашковская

СЛОЖНЫЕ ИМЕНА СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА В АСПЕКТЕ ПЕРЕВОДА

Перевод сложных имён существительных немецкого языка нередко может вызывать трудности у переводчиков. Проблема перевода заключается в том, что немецкий и русский языки имеют множество различий между собой в грамматике, лексике и семантике. Эти различия нередко являются

причиной затруднения в поиске эквивалента в переводимом языке и передаче немецкого сложного слова на русский язык, так как немецкие имена существительные могут иметь более широкий диапазон значений или содержать уникальные культурные оттенки, которые не всегда легко передать на русский.

Материалом исследования сложных имён существительных немецкого языка является роман немецкого писателя Теодора Фонтане “Эффи Брист” и его перевод на русский язык, выполненный Ю. Светлановым и Г. Егерманом. Методом сплошной выборки было выявлено и проанализировано 200 сложных имён существительных в аспекте перевода.

Для достижения адекватности перевода с немецкого языка на русский язык, при этом, соблюдая языковые нормы двух языков, появляется необходимость в использовании определённых способов перевода.

Первым способом является эквивалентный перевод: *die Dachklappe* ‘люк’; ко второму способу относится перевод словосочетаниями, которые соответствуют немецким сложным словам. Способ перевода, когда немецкие двухкомпонентные слова переводятся на русский язык словосочетанием из двух слов прилагательное + существительное: *das Taschentuch* ‘карманный платок’; к третьему способу относится перевод словосочетанием, где второй компонент – определительное слово в Родительном падеже: *der Brandungslärm* ‘шум прибоя’; способ перевода словосочетанием, где при переводе на русский язык присутствует предлог: *das Schlafmittel* ‘лекарство от бессонницы’; пятый способ – перевод двойными существительными, которые соединены между собой дефисом: *das Reisehandbuch* ‘справочник-путеводитель’; способ перевода посредством описания: *die Ausstattungs- und Wirtschaftseinrichtungsfragen* ‘вопросы о приданом и о делах, касающиеся хозяйственного обустройства’; перевод многокомпонентных сложных существительных: *die Gemütlichkeitsrangliste* ‘семейный табель рангов’.

В результате исследования был проведён анализ частотности употребления способов перевода. Были выявлены доминирующие модели: эквивалентный перевод [60 сложных слов, 30 %]; перевод словосочетанием прилагательное + существительное [73 сложных слова, 36.5 %]. Наименее частотными являются следующие модели: перевод словосочетанием существительное + существительное, где второй компонент – определительное слово в родительном падеже [30 сложных слов, 15 %], перевод словосочетанием с предлогом [13 сложных, 6.5 %]. В соотношении с другими моделями, такие способы, как перевод двойными существительными, соединёнными между собой дефисом [5 сложных слов, 2.5 %], перевод многокомпонентных слов [11 сложных слов, 5.5 %]; описательный перевод [8 сложных слов, 4 %] использовались реже всего, так как применение перечисленных моделей может затруднить понимание слов при переводе с немецкого на русский язык, поэтому предпочитают более простые и лаконичные варианты перевода.

К. В. Пчёлкина

СОХРАНЕНИЕ ЖАНРОВО-СТИЛИСТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ АНГЛИЙСКОГО ЛИМЕРИКА В ПЕРЕВОДЕ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Классический английский лимерик как жанр поэтического произведения состоит из пяти строк с рифменной схемой ААВВА, написанных анапестом, причем финальные части первой и последней строк обычно повторяют друг друга. Юмористическая природа лимерика осложняет его перевод, т.к. требует от переводчика не только глубоких лингвокультурологических знаний, но и поэтического таланта.

Анализ переводов английских лимериков, выполненных С. Я. Шоргиным, М. И. Фрейдкиным, Б. В. Архипцевым и В. П. Ковалевским, позволяет говорить о следующих стратегиях работы с таким произведением. Переводчик может взять за основу лишь главную характеристику персонажа или его действие и внести свои детали в лимерик. Однако в таком случае можно говорить о создании нового *произведения на основе оригинала*. Напротив, применение стратегии сохранения как содержания, так и формы оригинального произведения позволяет получить непосредственно стихотворный *перевод*, в котором стиль, задумка и мастерство владения словом автора передаются с максимальной точностью, при этом сохраняется и прагматический юмористический эффект.

Применение второй стратегии позволяет представить следующий стихотворный перевод лимерика Р. Киплинга “A Boy in Quebec”: *Однажды мальчонка в Квебеке // Был снегом засыпан по веки // На вопрос «Как дела?» // Отвечал: «Холода, // Но видали похлеще в Квебеке».*

В таком переводе рассматриваемого лимерика сохраняется форма, которая является основной характеристикой стихотворения – 1-я, 2-я и 5-я строки рифмуются между собой и написаны трехстопным анапестом, 3-я с 4-й рифмуются соответственно и написаны двустопным анапестом. Здесь также сохраняется кольцевой прием оригинального лимерика. Несмотря на некоторые потери в пользу сохранения формы, главная характеристика персонажа и юмористический эффект лимерика были сохранены с помощью следующих приемов и трансформаций. Характеристика возраста главного персонажа передается с помощью уменьшительно-уничижительного суффикса *-онк* в русском языке, в семантике которого присутствует эмоциональный компонент небрежности: *a small boy – мальчонка*. Чтобы передать гиперболу при описании действия персонажа во второй строке, пришлось подобрать соответствие, отражающее величину сугроба и одновременно подходящее по рифме: *Who was buried in snow to his neck – Был снегом засыпан по веки*.

Сохранение жанрово-стилистических особенностей английского лимерика в переводе, таким образом, возможно при условии точной передачи как содержания произведения, так и его формы. Юмористический эффект оригинала может быть сохранен посредством применения переводческих трансформаций.

В. С. Рабчаева

ЛИТЕРАТУРНАЯ АДАПТАЦИЯ РОМАНА ДЖЕЙН ОСТИН «ЭММА» К ЕГО ОДНОИМЕННОЙ ЭКРАНИЗАЦИИ 2020 ГОДА

Понятие «адаптация» в переводоведении охватывает широкий спектр смыслов и применяется для описания разнообразных аспектов процесса перевода и литературных преобразований. В общем смысле, адаптация представляет собой процесс изменения и приспособления текста, подлежащего преобразованию, для того чтобы он стал более понятным и релевантным для целевой аудитории.

Фильмы по художественным произведениям всегда интересны зрителям. Успешная киноадаптация книги включает множество любимых моментов из оригинала, созданных на основе захватывающих визуальных эффектов и яркой актерской игры. Важным фактором является популярность произведения, по мотивам которого создается фильм. Только когда книга завоевала сердца своих читателей, можно быть уверенным, что многие захотят увидеть ее киноверсию. При этом, верность исходному материалу – ключевой момент, поскольку негативные отзывы о фильмах, снятых по литературным произведениям, часто связаны с отклонениями от оригинального сюжета и описания персонажей.

В нашем исследовании рассмотрено понятие литературной адаптации на примере романа Джейн Остин «Эмма» и его экранизации 2020 года «Эмма». Тема романа «Эмма» Джейн Остин – коллизии семьи и брака.

Романы Джейн Остин по сей день популярны у читателей, а режиссеры переносят произведения Джейн Остин на экраны кино.

В 2020 году американский режиссер Отэм де Уайлд подарила миру современную интерпретацию книги «Эмма» с Аней Тейлор-Джой в главной роли. В фильме сюжет многократно перекликается с оригинальным произведением. Очаровательная и состоятельная Эмма предлагает свою помощь друзьям в поиске идеальной пары, полностью уверенная при этом, что справится со сватовством на отлично. Она осознает, что и ее собственная любовь находится где-то рядом. Фильм «Эмма» с точкой в конце названия является фигурой юмористической иронии. Слово «точка» в американском английском языке соответствует слову ‘period’, что также указывает на исторический фильм. Таким образом, название фильма само по себе является игрой языковых знаков. Роман «Эмма» Джейн Остин и его современная экранизация 2020 года вызывают интерес у широкой аудитории как пример классического литературного произведения и его современной киноадаптации.

МЕТАФОРИЗАЦИЯ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ КОМПЬЮТЕРНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

Компьютерная терминология – это специфический язык, который используется для описания различных процессов, функций и устройств в области информационных технологий. В этом контексте метафоризация англоязычной компьютерной терминологии играет важную роль, помогая перевести сложные абстрактные технические понятия в формы, более доступные для восприятия пользователей.

Т. А. Сытникова выделяет следующие модели образования терминов-метафор в английском языке:

- *антропоморфная модель*, подразумевающая человека со всеми его биологическими и психоинтеллектуальными характеристиками, а также различными проявлениями его деятельности. К данной модели относятся профессиональные инструменты и действия, предметы повседневного обихода, поступки человека, социальное положение и т. д.;

- *неантропоморфная модель*, подразумевающая явления и предметы окружающей человека действительности: флора и фауна, природные явления и водная стихия, ландшафт, звук, цвет и т. д.

Рассмотрим данные модели на конкретных примерах, которые взяты из словарей и различных публикаций, адресованных как профессионалам, так и пользователям.

Например, такие термины, как *backdoor* ‘бэкдор’, *data warehousing* ‘хранилище данных’, *enter key* ‘клавиша перевода строки’, *window* ‘окно’, *folder* ‘папка’, *wallpaper* («обои», фоновый рисунок), *bookmark* (закладка), *data glove* (управляющая перчатка), *test bed* ‘испытательная установка’ образовались путём такого переноса значения, как «предметы повседневного обихода». Термин *smart home* ‘умный дом’ построен сразу по двум аналогиям: «интеллектуальная характеристика человека» и «предмет обихода». К терминам, образованным путём переноса значения биофизических характеристик, относятся следующие: *smiley face* ‘смайл эмоджи’, *thin client* ‘тонкий клиент’ и *fat binary* ‘двоичный код в таблице распределения файлов’. Также среди терминов-метафор информационно-технологической сферы представлены термины со значением «еда»: *cookie* ‘куки’, *menu* ‘меню’, *menu bar* ‘строка меню’, *vanilla* ‘базовый’, *hot potato routing* ‘высокоскоростная маршрутизация’, *pizza-box* ‘компьютерный блок высотой 1–2U’, *breadboard card* ‘макетная плата’.

Таким образом, при помощи метафоризации сложный мир компьютерных технологий открывается непрофессионалам.

К. Д. Раткевич

СПЕЦИФИКА УСТНОГО ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОГО ПЕРЕВОДА РАЗНОЯЗЫЧНОГО ОБЩЕНИЯ

(на примере международной пресс-конференции)

Устный перевод является одним из самых сложных видов переводческой деятельности. Особые трудности при устном переводе вызывают переводческие ситуации, среди которых можно выделить международную пресс-конференцию. Стандартная пресс-конференция состоит из двух частей: публичного выступления и дискуссии. Публичное выступление представляет собой процесс, когда оратор выступает перед журналистами и предоставляет информацию. Дискуссия характеризуется многосторонней коммуникацией между участниками мероприятия. При работе с данной частью переводчик имеет дело с различными точками зрения и культурными различиями.

В рамках данной работы мы проанализировали перевод ежегодной пресс-конференции Владимира Владимировича Путина, которая состоялась 20 декабря 2018 года в Москве и была посвящена итогам года. Нами был создан собственный перевод данного фрагмента пресс-конференции, а также проведен сравнительный анализ с официальным переводом. Рассмотрим следующие примеры.

При переводе фрагмента *he made that very clear* используется прием конкретизации для сужения значения англоязычного словосочетания с более широким значением. Такое переводческое решение мы считаем грамотно подобранным, так как оно делает перевод более приятным и понятным для восприятия.

Перевод англоязычного термина *contractors* был осуществлен профессиональным переводчиком при помощи лексического соответствия ‘контрактные сотрудники’, которое, на наш взгляд, не совсем корректно использовать в данной ситуации. Мы рекомендуем использовать лексическое соответствие ‘исполнители’ как более подходящее с учетом широкого и узкого контекстов переводческой ситуации.

Фрагмент *страны исхода, откуда они приехали* переводится как ‘home countries’. При переводе используется прием смыслового развития, поскольку перевод является логическим продолжением оригинала. Такое переводческое решение мы считаем грамотно подобранным, так как оно делает перевод более понятным для восприятия и позволяет сократить время его реализации.

Таким образом, во время подготовки к устному переводу на пресс-конференции, переводчик должен учитывать возможность возникновения описанных трудностей и предпринимать меры для их предотвращения.

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПЕРЕВОДА
В ЖАНРЕ ФАНТАСТИКИ (на примере фильма «Дюна»)

Рассматривая киноадаптацию книги «Дюна» Франка Герберта режиссером Дени Вильневым в 2021 году, было выявлено множество разнообразных переводческих приемов, используемых различными студиями и переводчиками. Исследование базировалось на анализе цитат из фильма и их переводов.

Один из основных приемов, использованных переводчиками, была замена грамматической структуры (ЗГС). В рассмотренных 50 цитатах этот прием встретился 19 раз. Например, фраза *Dreams Make Good Stories, But Everything Important Happens When We're Awake* была переведена различными студиями по-разному, отражая индивидуальное понимание и передачу смысла: «Сны хороши как истории. Но все важное происходит только наяву», «Сны – это увлекательно. Но важно то, что происходит наяву».

Контекстуальная замена также широко использовалась в переводах. Этот прием был замечен 19 раз в исследованных отрывках. Примером может служить фраза *A Great Man Doesn't Seek To Lead!*, которая в разных переводах звучит по-разному, отражая особенности переводческого подхода каждой студии: «Истинный лидер не ищет власти. Его призывают», «Великий не ищет себе правления. Оно призвет его.»

Ещё одним часто встречающимся приёмом стало опущение. В ходе исследования было выявлено 14 случаев, когда переводчики опускали или сокращали части оригинального текста, стремясь передать смысл более кратко или интенсивно.

Отдельно стоит отметить «любительскую» студию, которая часто использовала вольные переводы, отличающиеся от официальных. Это создает интересные аспекты для исследования и сравнения с официальными версиями.

Особое внимание уделено предсмертной фразе Лето Атрейдеса, которая имеет важное значение для раскрытия философии персонажа и его дома: *Here I am, here I remain*. Вот несколько примеров ее перевода: «Здесь я стою. Здесь я и останусь», «На том стою, на том я и останусь», «Вот я здесь. Здесь и останусь». Результаты опроса более тридцати студентов показали предпочтение переводов, которые точнее передают эмоциональный фон и смысл таких ключевых моментов, как этот.

В заключение, полный анализ всех переводческих приемов и их влияния на восприятие и интерпретацию фильма представлен в таблице, вложенной в приложенный документ.

СПЕЦИФИКА ПЕРЕДАЧИ ДИМИНУТИВНОСТИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ С РУССКОГО ЯЗЫКА НА КОРЕЙСКИЙ

Актуальность выбранной темы объясняется широкой представленностью диминутивов в русскоязычных художественных произведениях и принципиальными различиями в способах выражения категории диминутивности в русском и корейском языках. Цель данной работы состоит в выявлении способов, к которым прибегают переводчики при передаче диминутивов с языка оригинала на язык перевода. Методом сплошной выборки были отобраны 102 примера употребления диминутивов в романе «Мы» Е. Замятина. В ходе анализа мы выявили, что диминутивы либо опускаются, либо используются разные способы их передачи.

Диминутивность не сохранилась (использовано опущение) ни в одном из случаев перевода наречий (2) и отсутствовала при передаче 66 существительных и 8 прилагательных: *мостик* ‘다리’, *колокольчик* ‘종소리’, *узенький* ‘좁은’.

Диминутивность среди существительных передана при помощи прилагательных со значением уменьшительности в 3 случаях: *складочка* ‘작은 주름’, *пятнышко* ‘작은 반점’, *столик* ‘작은 책상’.

Перевод диминутивов осуществляется с помощью частицы со значением «подобие» (существительное + частица 처럼) в 6 случаях: *комоч* ‘덩어리처럼’, *блюдечко* ‘접시처럼’. Перевод при помощи причастия со значением «подобие» (существительное + причастие глагола 같다) наблюдается в 7 случаях: *пузырьки* ‘물방울 같은’, *крючочек* ‘갈고리 같은’.

Перевод при помощи прилагательных со значением сложного цветообозначения зафиксирован в 7 случаях передачи прилагательных с диминутивными суффиксами: *голубоватый* ‘푸르스름한’, *серенькое* ‘흐릿한’.

В единичных случаях (по 1 разу) встретились перевод при помощи слова, в семантике которого заложена диминутивность (*низенький* ‘나지막한’); замена частей речи с последующим использованием частиц со значением «подобие» / по схеме существительное + частица / («*Всё зеленовато-стеклянное*». – «천지가 녹색 빛이 도는 유리 같다»); перевод с употреблением прилагательного в разговорном функциональном стиле («– *Неизлечимая душа! Бедненький мой!*» – «치유 불가능한 영혼! 가엾어라!»).

Итак, проведенный анализ показал, что, хотя при передаче диминутивов на корейский язык используются разные приемы, чаще применяется опущение.

**ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК
СТИХОТВОРЕНИЯ А. БЛОКА «НОЧЬ, УЛИЦА, ФОНАРЬ, АПТЕКА...»**

Стихотворение А. Блока «Ночь, улица, фонарь, аптека...» было написано в 1912 году. Стихотворный ритм – четырёхстопный ямб с пиррихием. Рифма точная, перекрестная, при которой четные стихи – мужская рифма, нечетные – женская. Тему цикличности и бессмысленности жизни подчеркивает кольцевая композиция стихотворения. Структурно-композиционные особенности усиливаются за счет повторяющегося перечисления предметов в начале и конце, но при этом повторении изменяется порядок слов, что является авторским приемом зеркального отражения предметов действительности – эти предметы словно отражаются в воде канала. Этот эффект создается и при помощи структуры стихотворения: оно состоит из двух строф. В первой описываются конкретные, «земные» явления, а во второй рассказывается о философских, «неземных» вещах.

Из 18 проанализированных вариантов перевода в 11 сохранены четырёхстопный ямб, перекрестная рифма и чередование мужской и женской рифмы. Во всех вариантах сохранена кольцевая композиция.

Интересно, что в 4 вариантах неопределённый или нулевой артикль при первом перечислении переходил в определённый артикль под конец стихотворения. Такое использование артикля добавляет оттенка цикличности и говорит читателю, что он видит ту же самую аптеку, улицу и фонарь (переводы Дины Беляевой, Дениса Джонсона и Кэти Льюис, Ю. Р. Боуи, Льва Янкевича).

В одном варианте порядок слов сохранился при обоих перечислениях. Такой вариант подчёркивает тему повторения, но исключает интерпретацию отражения этих предметов в воде (перевод Павла Мэги).

В одном варианте не упоминается аптека, а вместо неё используется слово “снег”. Такая замена кажется неоправданной, ведь в оригинальном стихотворении нет ни одного упоминания снега, а аптека является важной частью места, какое описывает Александр Блок (перевод Владимира Гурвича).

Таким образом, большинство вариантов предлагает максимально близкую к оригинальному тексту адаптацию (такие же художественные средства выразительности, стихотворный ритм, рифма, структура предложений), в то время как другие варианты вносят изменения. Такие изменения или способствуют адаптации на английский язык, или искажают смысл оригинального стихотворения.

А. В. Савицкая

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЯЗЫКОВЫХ ФОРМУЛ В НАРОДНЫХ СКАЗКАХ

В современном мире, где глобализация выступает ведущим трендом, важная роль отводится знанию и пониманию иных культур. Народная сказка выступает подходящей базой для изучения особенностей мировоззрения народа-носителя языка, так как она *отражает убеждения, доминирующие черты национального характера, обличает классовые отношения и описывает старинный быт.*

Перевод народных сказок – интересная и сложная задача. С одной стороны, перед переводчиком стоит задача сохранения содержания и функций сказки, с другой – адекватная передача реалий и традиционных структурных элементов, или языковых формул. Такие формулы появляются во вступлении и концовке и выполняют определенные функции (описание времени и места действия, знакомство с персонажем, поучение). Мы рассмотрели тексты английских и русских сказок, чтобы найти соответствующие формулы, которые можно было бы использовать как устойчивый вариант при переводе.

Отметим, что в русских сказках языковые формулы, используемые в присказке и зачине, отличаются большим разнообразием в плане языкового выражения, чем в английских. Их можно классифицировать на формулы времени (*давным-давно*), формулы пространства, формулы существования героев (*жили-были*), формулы наличия/отсутствия (*было у царя два сына*) и формулы недостоверности (*в некотором царстве, некотором государстве*). В английских сказках мы выделили две основных формулы: формулу времени (*once upon a time*) и формулу существования, которая выражается при помощи конструкции *there was/there were*. Также можно выделить и формулу наличия/отсутствия, которая выражается через конструкции с глаголом *to have*.

В ходе анализа мы установили, что англоязычную формулу существования можно использовать как устойчивое соответствие русскоязычным формулам существования героев и наличия/отсутствия и наоборот: *There was an old sow with three little pigs* – *Жила-была на свете старая свинья с тремя поросятами.*

Зачастую в английском языке обе выделенные в сказках формулы используются одновременно, и в таком случае соответствием для них могут служить различные комбинации формул русского языка в зависимости от параметров контекста. Например: *There was once upon a time a poor widow who had an only son named Jack, and a cow named Milky-white.* – *Жила когда-то на свете бедная вдова, и был у нее один-единственный сын Джек да корова Белянка.* В переводе формула уточняется за счет упоминания пространства, характерного для русского текста.

В целом, уместо говорить о том, при переводе на русский язык формул зачина английских сказок наблюдается стратегия доместикации. В зависимости от смысловых нюансов оригинальная формула уточняется за счет использования более точных устойчивых формул русскоязычного сказочного повествования.

Е. В. Садковская

СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫЕ, ПРОИЗВОДНЫЕ ОТ ФРАЗОВЫХ ГЛАГОЛОВ: ОСОБЕННОСТИ СТРУКТУРЫ, СЕМАНТИКИ И ПЕРЕВОДА

Существительные английского языка, производные от фразовых глаголов, обычно используются для описания определенных состояний или процессов в более конкретной и точной форме. Данные лексические единицы, характеризуются многозначностью, функциональной гибкостью и способностью к различным трансформациям. Цель проводимого исследования – выявить структурно-семантические особенности английских существительных, производных от фразовых глаголов, и специфику их перевода на русский язык. Существительные были отобраны методом сплошной выборки из статей англоязычных СМИ (Guardian, BBC и др.).

Существительные, производные от фразовых глаголов, обычно образуются путем слияния глагола и послелoga: например, от глагола *to check up* образуется существительное **check-up**. Такие существительные могут состоять из одного слова (*breakdown, hangout*) или из двух слов, объединенных дефисом (*drop-off*).

Семантика существительных, производных от фразовых глаголов, часто связана с действием или процессом, выраженным исходным глаголом. Например, существительное **break-up** обозначает ‘разрыв отношений’ или ‘распад’ чего-либо, что соответствует значению глагола *to break up*. Некоторые фразовые существительные являются, как и исходные глаголы, многозначными: *Many of us buy **makeup**, hair and skincare products...* ‘Многие из нас покупают **средства для макияжа**, ухода за волосами и кожей...’; *The first step for **making up** is realizing all mistakes.* ‘Первый шаг к **примирению** – это осознание всех ошибок’.

Многозначность подобных существительных ведет к тому, что их перевод зависит от контекста и от особенностей семантики. Например, в предложении “*Why Trump’s alarming **takeover** of the RNC is backfiring*” существительное **takeover** переводится как ‘захват’, ‘поглощение’, а в предложении “*The state **takeover** of Houston public schools is about more than school improvement*” данная лексическая единица переводится как ‘взятие под контроль’. В предложении “*Coastguard plane not cleared for **take-off**, transcripts show*” существительное **take-off** переводится как ‘взлет’, а в предложении “*The company experienced rapid **takeoff** after the new CEO took over*” оно переводится как ‘рост’.

Итак, английские существительные, производные от фразовых глаголов, обладают определенными структурно-семантическими особенностями. Они обычно сохраняют связь с исходным действием или процессом, выраженным фразовым глаголом. Перевод таких существительных на русский язык может вызывать определенные трудности из-за их многозначности, в связи с чем при переводе необходимо обращать особое внимание на контекст.

А. А. Слесарь

СРЕДСТВА ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В ПЕРЕВОДЕ РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Одним из ключевых инструментов рекламы, способствующих позиционированию бренда, является рекламный слоган. В связи с широким распространением средств массовой коммуникации и необходимостью брендов выводить свою продукцию на международный уровень следует отметить особое значение перевода рекламных слоганов. На разных уровнях языка в прагматических целях в слоганах используются лингвостилистические средства, которые могут представлять трудности для перевода.

Анализ фактического материала рекламы косметической продукции показывает, что одним из самых распространенных средств создания образности в рекламных слоганах является *метафора*, перевод которой зачастую требует применения трансформаций. Так, в переводе слогана *Define your own – Играй по своим правилам* для достижения оригинального прагматического эффекта используется прием добавления.

Реклама косметической продукции не может обойтись и без *эпитетов*. При работе с такими слоганами, в некоторых случаях переводчики прибегают к дословному переводу, в других – к заменам на эквивалентные по смыслу и стилистике словам. Например, *You'll look a little lovelier each day with fabulous pink Cataya.* – *Вы будете выглядеть немного красивее с каждым днем со сказочным розовым Cataya.*

Одним из самых сложных случаев перевода стилистических средств является *игра слов*, и здесь, как правило, не обходится без потерь. Можно передать содержание, но утратить экспрессивность. Или же сохранить языковую игру, но заменить образ и отклониться от задумки автора. К примеру, слоган *Maybelline Maybe she's born with it, Maybe it's Maybelline* в переводе потерял игру слов оригинала. Но новая образность также является достаточно запоминающейся: *Все в восторге от тебя, а ты от Maybelline.*

Перевод *метонимии* сопряжен с передачей имен собственных, а именно названий брендов. Переводчики либо оставляют название бренда в оригинале, либо прибегают к транскрипции или транслитерации. Передача *анафоры*, *эпифоры* или *лексического повтора* не вызывает больших затруднений. Переводчик сохраняет структуру слогана и использует дословный перевод.

Перевод рекламных текстов и слоганов, таким образом, требует сохранения лингвопрагматической организации переводимого слогана, компоненты которой призваны оказывать рациональное и эмоциональное воздействие на целевого потребителя и мотивировать его на покупку. Чтобы это сделать переводчики прибегают как к дословному переводу, так и применению широкого спектра лексических и грамматических трансформаций.

Д. Д. Смальцер

АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ ПАССИВНЫЕ КОНСТРУКЦИИ
И СПЕЦИФИКА ИХ ПЕРЕВОДА НА РУССКИЙ ЯЗЫК
(на материале публицистических и научных текстов)

В настоящее время наблюдается интерес специалистов к изучению особенностей перевода различных языковых явлений на материале текстов научного и публицистического стилей. Цель данной работы состоит в выявлении особенностей пассивных конструкций в английском языке, а также специфики их перевода на русский язык. Материалом послужили 110 микроконтекстов, содержащих пассивные конструкции, отобранные методом сплошной выборки из газеты 'The Guardian' и сайта 'National Geographic'.

В ходе анализа выяснилось, что наиболее часто в двух стилях в пассивных конструкциях используется глагол в форме *Present Simple* для выражения регулярных действий (37 %). Чаще всего такие формы переводятся действительным залогом или возвратным глаголом, оканчивающимся на *-ся*: ... *and tataki is the cooking method, where the fish is cooked on the outside while the inside is left raw.* – ...а «татаки» – метод приготовления, при котором рыба готовится снаружи, а внутри остаётся сырой.

Далее по частотности следуют конструкции с глаголом в форме *Past Simple*, которые используются в 24 % случаев и описывают регулярные, постоянные процессы и действия в прошлом. Такие формы переводятся или глаголом в действительном залоге, или глаголом-связкой в сочетании со страдательным причастием: *Her letter was passed on to the home ministry, triggering the police investigation.* – Её письмо было передано в министерство внутренних дел, что положило начало полицейскому расследованию.

Чуть реже встречается глагол в форме *Present Continuous* (19 %) для описания длительного действия. Может переводиться действительным залогом, глаголом на *-ся*, страдательным причастием: *My cheeks, however, feel like they're being kissed by the fire of a thousand suns.* – А вот мои щеки словно поцелованы огнем тысячи солнц.

В 14 % случаев встретилась пассивная форма инфинитива после модальных глаголов. Переводится словами *необходимо, нужно* и др.: ...*remaining forest needs to be preserved...* – ...оставшиеся леса необходимо сохранить...

Меньше всего найдено пассивных конструкций с глаголом в форме *Past Perfect* (6 %):... *allegations were made by a number of Bangladeshi mothers ...that they had been duped into giving up their children...*—...несколько бангладешских матерей ... заявили, что их обманом заставили отдать своих детей... Переведено при помощи неопределенно-личного предложения.

Проведенный анализ показал, что пассивные конструкции имеют широкое распространение в научных и публицистических текстах, а способы их перевода могут различаться в зависимости от глагольной формы.

В. А. Стреж

ОБРАЗ ШЛЯХТЫ В ПОВЕСТИ В. КОРОТКЕВИЧА «ДИКАЯ ОХОТА КОРОЛЯ СТАХА»

Действие повести «Дикая охота короля Стаха» белорусского писателя Владимира Короткевича происходит в период, когда «падыходзіў да канца доўгі і балючы працэс вымірання нашай шляхты» (У. Караткевіч, 2018). Методом сплошной выборки в тексте повести нами было выделено 287 слов и выражений, участвующих в репрезентации этого социального слоя. Затем была разработана их семантическая классификация, в результате чего было установлено, что шляхта представляется в трех аспектах (характеристика ее представителей; описание их окружения, среды; характеристика их социально-экономического статуса) единицами 10 семантических групп: 1) внешний вид (*блізка або занадта далёка адзін да аднаго пасаджаныя вочы; на вуснах незразумелая тонкая і непрыемная з'едлівасць; паношаны ўбор; турэцкі пас вясёлкавых колераў*); 2) интеллектуальные способности (*выблюдкі; дэгенераты*); 3) характер (*гонар іх быў нязмерны; прагная шляхта; ганарысты індык*); 4) образ жизни, занятия (*брыдкія, часам крывавыя ўчынкi; сядзелі, як павукі, у сваіх халодных пакоях*); 5) жилье (*палац; замак; альтанка; парк; бельведэр; вежкі; бібліятэка; партрэты*); 6) предметы быта (*срэбная супавая міса; келіхі з вясёлкавага старажытнага шкла, якога зараз на вагу золата не знойдзеш; вазкі старыя, з пакарабачанай скурай, зусім без рысор*); 7) еда (*пампушкі з часнаком, ласіныя губы, пірагі з гусінай пячонкай*); 8) происхождение и титулы (*шляхціц, дваранін, арыстакрат*); 9) экономическое положение (*жабракі; насілі ледзь не кажухі; калісьці адзін пан ехаў на шасці конях, а зараз шэсць паноў на адным кані*); 10) социальное положение (*паміранне; вымарачнасць беларускай шляхты; гнаенне зажыва*).

В результате анализа количественного состава выделенных семантических групп установлено, что основным ракурсом представления шляхты является описание ее жилья (в эту группу входит 53% выделенных единиц). При описании жилья создается образ его запустения: то, что когда-то было величественным, большим (*вялізная зала; агромністая драўляная статуя;*

ложак, широкі, як поле бою над Койданавам) и красивым (вітая, виключна тонкай работы агароджа; выдатная на прыгажосці люстра; беламармуровыя сходы), пришло в упадок (напаўразбураныя палацы; запушчаныя накоі; закінуты парк; выбіты паркет; вісюлькі [люстры] абабіты больш чым напалову), стало неуютным (вечная пройма; змрочныя залы; пах пылу і мышэй). Жилье олицетворяет то, что произошло с самой шляхтой – ее величие и богатство остались в прошлом, а в описываемый в произведении период происходит деградация и вымирание.

Е. В. Трасикова

ВЫСКАЗЫВАНИЯ С ИМПЛИЦИТНОЙ СЕМАНТИКОЙ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Аналитическую базу исследования составили 50 микроконтекстов с имплицитной информацией, отобранных методом целенаправленной выборки из социальных сетей «Facebook» и «Instagram». Данные электронные ресурсы представляют собой площадки для общения различных социальных групп, отличающихся по полу, возрасту, роду занятий, уровню образования и т.д. Под имплицитным высказыванием следует понимать высказывание с неявным, скрытым смыслом, не выраженным в его поверхностной культуре. Имплицитный характер высказывания является отражением асимметрии формы и содержания, несоответствия категорий языка и форм мышления.

Авторы сообщений в социальных сетях также часто скрывают собственную позицию, используя фразеологизмы: *Pot calls kettle black: NYT frowns @ CNBC for promoting Santelli's Tea Party «tirade»*. New York Times осуждает CNBC за трансляцию «тирады» Сантелли под названием «Чаяпитие».

На восприятие высказываний с имплицитной семантикой влияют:

- эмоциональное состояние получателя. Человек, находящийся в плохом настроении, может склоняться к более негативному толкованию сообщения *Bad luck! I feel bad for you*, в то время как человек в хорошем настроении может воспринять его как шутку или приглашение к общению.

- культурные различия. Некоторые шутки или подразумеваемые смыслы могут быть специфичны для определенных культур. Например, для жителей Индии будет непонятно и даже оскорбительно такое сообщение: *Today was a very hard day, the only thing that brightened it up was a juicy beef steak for dinner*.

- эмодзи, хэштеги и другие символы, которые уточняют имплицитную семантику высказывания и помогают получателям понять намерения автора: 😡 'I'm so angry'. ❤️ 'Love you'.

- контекст. Отсутствие невербальных сигналов и контекстуальной информации может привести к неправильной интерпретации смысла сообще-

ния. Подтекст высказывания может быть вариативным. Так, за сообщением *I hurry to the hospital* может стоять несколько смыслов: ‘я болен’; ‘я там работаю’, ‘тороплюсь’, ‘мне некогда с вами разговаривать’.

Таким образом, высказывания с имплицитной семантикой являются распространенными в англоязычных социальных сетях и могут скрывать иронию, сарказм, подтекст и скрытые намеки.

Е. И. Ткаченко

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛИЙСКИХ ОБРАЗНЫХ СРАВНЕНИЙ ИЗ РОМАНА Г. ГРИНА «ТИХИЙ АМЕРИКАНЕЦ» НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Методом сплошной выборки нами было выделено 100 компаративных конструкций из романа Г. Грина «Тихий американец» и проанализированы особенности их перевода на русский язык.

Установлено, что лишь 8 из них переведены дословно (*the marble floor glittered like water* – мраморный пол блестел, как вода). При передаче остальных сравнений был применен широкий спектр переводческих приемов: 1) изменение порядка слов (*the last colours of sunset, green and gold like the rice were dripping over the edge of the flat world* – по краю плоского мира стекали вниз зеленые и золотые, как сам рис, краски заката); 2) замена частей речи (*she seemed invisible like peace* – она казалась невидимкой, совсем как мир и покой); 3) замена членов предложения (*it was as if we had been forgotten by war* – стало казаться, будто война забыла о нас); 4) членение (*I put out my hand and touched her arm – their bones too were as fragile as a bird's* – Я вытянул руку и дотронулся до ее локтя. Косточки у нее тоже были хрупкие, как у птички); 5) добавление (*The battle was only picturesque, fixed like a panorama of the Boer War in an old Illustrated London News* – Война выглядела живописной и неподвижной, как панорама Бурской войны в старом номере «Иллюстрированный Лондон Ньюс»); 6) опущение (*their voices rose and fell as though they were singing together* – их голоса стали звучать громче, будто они хором затянули песню); 7) смысловое развитие (*I stood like a crane on one leg trying to relieve Pyle of my weight* – я по-журавлиному балансировал на одной ноге, предоставляя Пайлу отдых); 8) конкретизация (*the sound fell on us like icicles* – звон посыпался на нас, как осколки льда); 9) генерализация (*with a return ticket courage becomes an intellectual exercise, like a monk's flagellation* – с обратным билетом в кармане смелость становится интеллектуальным упражнением, вроде монашеского самоистязания); 10) антонимический перевод (*darkness, when once it fell, fell like a stone* – тьма здесь не наступала, а падала, как камень).

В ходе анализа нашего фактического материала была выявлена ошибка в переводе одной компаративной конструкции: переводчик заменил имя

одного персонажа именем другого, сказав таким образом смысл исходной единицы (*she clamped her hand heavily down on Phuong's knee like a chairman with his gavel marking a point of order* – мисс Хей тяжело опустила руку Пайлу на колено, как председательствующий, отбивающий ударом молоточка очередной пункт повестки).

И. А. Точицкая

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВВОДНЫХ КОНСТРУКЦИЙ В НАУЧНЫХ И ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Интерес исследователей к переводу текстов разных стилей не ослабевает. Поскольку как в научном, так и публицистическом стилях употребляются конструкции, которые могут вызывать сложности при переводе, тема нашей работы представляется достаточно актуальной.

Цель данной работы – выявить особенности вводных конструкций в научных текстах и текстах СМИ и специфику их перевода на русский язык.

Методом сплошной выборки из научных и публицистических текстов были отобраны 229 вводных конструкций, которые можно отнести к следующим группам: предложные сочетания, выполняющие функцию организации авторского рассуждения (42 контекста: *for instance, on the one hand, as a result, in particular, etc.*); наречия, выражающие противопоставление (86 примеров: *instead, although, however*); наречия, выражающие контраргументацию (2 случая: *for this reason, for some reason*); наречия, которые могут вводить дополнительную информацию (12 примеров: *moreover, additionally*); вводные предложения, сообщающие дополнительную информацию (47 случаев); вводные предложения, указывающие на источник информации (22 контекста: *based on, according to*); словосочетания, выполняющие функцию обобщения (10 примеров: *overall*); наречия, указывающие, насколько, по мнению автора, вероятно то, о чем говорится в предложении (8 контекстов: *consequently, in my view*).

Для передачи вводных конструкций на русский язык мы использовали **подбор эквивалента, добавление, изменение порядка слов**. Метод подбора эквивалента применили в 204 примерах: *'However, in solving the problem of how to create the goods and services at minimal cost, there is some risk of myopic focus that dismisses opportunities to make the best use of core competencies'*. – **‘Однако**, при решении проблемы, как создать товары и услуги с минимальными затратами, существует определенный риск близорукого фокуса, который отбрасывает возможности наилучшего использования ключевых компетенций’.

Метод добавления был использован в 15 примерах: *'The rivers of Britain and Ireland are in a desperate state from the impact of pollution,...a report*

said on Monday’. – ‘Как указывается в докладе, опубликованном в понедельник, реки Британии и Ирландии находятся в безнадежном состоянии из-за загрязнения...’. В данном примере, помимо добавления, используется еще и изменение порядка слов, которое мы применили в 11 случаях.

Проведенный анализ показал, что наиболее удобным способом перевода вводных конструкций является подбор эквивалента. Добавление и изменение порядка слов как способы перевода мы использовали гораздо реже.

К. И. Трацевская

ПРЕДПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕКСТА ПО СИНХРОННОМУ ПЛАВАНИЮ

Приступая к переводу любого текста, переводчик должен хорошо понимать его тематику, время создания, авторские намерения, целевую аудиторию, знать используемый в тексте оригинала глоссарий и др., что относится к предпереводческому анализу текста (И.С. Алексеева).

Покажем, какие аспекты мы включаем в предпереводческий анализ на примере англоязычного текста L. Morgan *How 'artistic' swimming is actually one of the world's most brutal sports?* (‘Почему синхронное плавание один из самых жестких видов спорта в мире?’).

Тематика текста оригинала: синхронное плавание как вид спорта, где спортсмены выполняют различные движения в воде синхронно с музыкой. Этот вид спорта предполагает высокую степень физической подготовки у спортсменов для выполнения сложных элементов в воде и под водой.

В 2017 году Международная федерация плавания (FINA) переименовала название вида спорта “*synchronized swimming*” ‘синхронное плавание’ на “*artistic swimming*” ‘артистическое плавание’ для повышения его популярности. В Беларуси синхронное плавание развивается с 1982 года.

Несмотря на зрелищность и красоту этого вида спорта для зрителя, он представляет опасность для спортсменов, что описано в указанной статье.

Данная статья относится к научно-популярному стилю, поскольку в ней преобладают точные специализированные термины. Вместе с тем, текст написан доступным языком, понятным для широкой аудитории. Целевая аудитория статьи – специалисты по спортивной медицине, тренеры и спортсмены,

Посыл данной статьи – раскрыть иную сторону синхронного плавания, которая обычно скрыта за блестящей и грациозной презентацией на соревнованиях.

Лексический состав статьи: термины, связанные с синхронным плаванием (80 %); названия организаций и мероприятий (11,2 %); имена собственные (8,8 %). По морфологическому составу самой распространенной частью речи являются существительные (41,8 %); далее следуют глаголы (33,3 %), прилагательные (16,0 %) и наречия (8,7 %). Это указывает на то, что текст

ориентирован на описание объектов, концепций и событий, а также выполняемых действий, в то время как описательные характеристики и дополнительные признаки действий используются в меньшей степени.

Полагаем, что предпереводческий анализ текста, помогает выполнить перевод текста (переводческий этап) и его коррекцию (постпереводческий этап).

А. В. Трубей

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛИЙСКИХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ НА ШВЕДСКИЙ ЯЗЫК

Актуальность выбранной темы обусловлена широким распространением английских терминов в шведской системе терминологии в результате активного развития экономики.

Цель данной работы состоит в выявлении особенностей перевода английских экономических терминов на шведский язык на материале доклада Международного валютного фонда ‘Global Financial Stability Report’.

Термины – слова или словосочетания, обозначающие понятия специальной области знания или деятельности. Основными особенностями терминов являются однозначность, системность, отсутствие экспрессии и стилистическая нейтральность.

Методом сплошной выборки были отобраны 157 экономических терминов. Проведя переводческий анализ, мы выявили следующие способы перевода: калькирование, функциональный аналог, транскрипция или транслитерация, а также описательный перевод и прямое включение.

Калькирование наблюдается в 76 примерах: *borrowing conditions* ‘lånevillkor’, *money laundering* ‘en penningtvätt’, *oversupply* ‘ett överutbud’. В двух примерах калькирование применялось в сочетании с прямым включением: *mark-to-market accounting* ‘en ‘mark-to-market’ bokföringsmetod’, *‘in-the-money’ option* ‘en ‘in-the-money’ option’. **Функциональный аналог** используется при переводе 67 терминов: *profit* ‘en vinst’, *slowdown* ‘en avmattning’, *tranch* ‘ett delbelopp’. **Транскрипция** и **транслитерация** применены в 10 случаях: *transaction* ‘en transaktion’, *inflation* ‘en inflation’. **Прямое включение** применялось единожды для аббревиатуры *SWIFT*. **Описательный перевод** встречается в 1 примере: *bid-ask spread* ‘skillnaden mellan säljkurs och köpkurs’.

Особенность перевода англоязычной терминологии на шведский язык состоит в том, что зачастую многокомпонентные английские термины передаются однокомпонентными единицами, образованными путем словосложения. Это связано с тем, что основосложение является наиболее продуктивным способом словообразования в шведском языке. Так, из 97 многокомпонентных единиц 72 передаются однокомпонентным термином: *clearing house* ‘ett klareringshus’, *supply chain* ‘en distributionskedja’, *utilization rate* ‘en utnyttjandegrad’.

Итак, наиболее употребляемыми способами перевода являются калькирование, функциональный аналог, транскрипция и транслитерация. Описательный перевод и прямое включение используются редко. Спецификой перевода английских терминов на шведский язык является передача многокомпонентных терминов при помощи сложных слов.

Н. Ю. Федорова

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОНЦЕПТА *MORE* В ПОВЕСТИ Э. ХЕМИНГУЭЯ «СТАРИК И МОРЕ» НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Методом сплошной выборки нами выделены 193 слова, участвующих в репрезентации концепта *more* в повести «Старик и море» Э. Хемингуэя и установлены их соответствия в переводе на русский язык Б. Изакова и Е. Гольшевой. Большинство из этих слов являются терминами, перевод которых предполагает использование эквивалентов, что и было сделано переводчиками (*eel* – *угорь*, *flying fish* – *летучая рыба*, *broadbill* – *рогоклюв*). Трудность перевода отдельных терминов заключалась в наличии в русском языке нескольких соответствий, что требовало выбора наиболее адекватного из них. Так, английское слово *dolphin* даже в рамках одной предметной области «Обитатели моря» имеет как минимум два соответствия в русском языке – схожее с ним по форме *дельфин* и несхожее *рыба-махи*, или *золотая макрель*. В этом случае для адекватного перевода требовались знания переводчика о том, что именно *рыба-махи* – крупная, хищная рыба, обитающая в тропических и субтропических водах, – является важным промысловым видом и ценится за вкусное и питательное мясо, поэтому в «Старике и море» Сантьяго ловит рыбу-махи, а не дельфинов: *I will get him to come out after dolphin* – *его можно будет уговорить отойти подальше за золотой макрелью*. В ряде случаев при передаче на русский язык терминов нами выявлено применение переводчиками генерализации: *he saw the phosphorescence of the Gulf weed in the water* – *он видел, как светятся в глубине водоросли*.

Еще одной особенностью повести является то, что, поскольку действие происходит на Кубе, где говорят на испанском языке, Э. Хемингуэй использует для представления концепта *more* не только английские, но и испанские слова. Б. Изаков и Е. Гольшева передают испанские включения с помощью прямого переноса, что соответствует общему правилу передачи этих единиц: *he always thought of the sea as la mar which is what people call her in Spanish when they love her* – *мысленно он всегда звал море la mar, как зовут его по-испански люди, которые его любят*. Единственное выявленное исключение – слово *galanos*, обозначающее вид акул. Оно используется в тексте пять раз и в четырех случаях передается прямым переносом, а в одном опускается: “Ay,” *the old man said. “Galanos. Come on galanos.”* – *Ай!* – *сказал*

старик. – Ну что ж, плывите сюда, *galanos*. Это опущение представляется нам неоправданным: оно не обусловлено нормами переводящего языка, а его применение, в результате которого не сохраняется повтор слова *galanos*, приводит к снижению эмоционального градуса текста, поскольку каждым упоминанием акулы автор показывает неприязнь или даже ненависть главного героя к этой рыбе.

М. А. Франюкевич

МЕТАФОРА КАК СРЕДСТВО СМЫСЛОПОСТРОЕНИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ И РУССКОЯЗЫЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Метафоры проникают в различные жанры медиадискурса, обогащая их смысловое содержание и способствуя эмоциональной и когнитивной обработке информации.

Метафорические конструкции, содержащиеся в 100 микроконтекстах, исследовались посредством сбора данных, выделения, анализа их смыслового содержания и обобщения полученных результатов, на основании которых можно сделать вывод, что метафоры чаще встречаются в журналистских репортажах, но помимо этого нередко используются в общественно-политических и экономических статьях, а также в публичных выступлениях.

Любопытными примерами смыслопостроения в англоязычном медиадискурсе являются следующие метафоры: *a breath of fresh air* ‘глоток свежего воздуха’, используемая с целью подчеркнуть новизну, освежающий характер и положительное воздействие чего-то нового или обновленного; *light at the end of the tunnel* ‘свет в конце туннеля’ применяется с целью выражения надежды, оптимизма и возможности позитивных изменений после периода трудностей. Некоторые метафоры отличаются неоднозначностью при смыслопостроении: так, метафора *a black eye* ‘пятно на репутации’, проводящая параллель между гематомой под глазом и испорченной репутацией, используется с целью подчеркнуть негативные последствия или ущерб, который может быть причинен определенным действием или событием; *a double-edged sword* ‘палка о двух концах’, употребляется с целью подчеркнуть как положительные, так и отрицательные стороны или последствия чего-либо.

В русскоязычном медиадискурсе метафора *перпетуум-мобиле/вечный двигатель*, может использоваться для описания идеи бесконечного процесса, который не требует внешних источников энергии; *край пропасти*, используется для предупреждения о серьезных последствиях или рисках определенных действий; *ключ к успеху* подчеркивает важность или необходимость определенного действия, качества или ресурса для достижения успеха; *шахматная доска* используется для указания на стратегический и сложный характер каких-либо процессов или действий, где каждое решение имеет значение и последствия.

Таким образом, смыслопостроение при помощи метафорических конструкций позволяет понять специфику механизмов воздействия на восприятие информации, формирования общественного мнения и воздействия на аудиторию, а также важность осторожного и внимательного использования и перевода метафор.

Е. С. Холупова

ЛОКАЛИЗАЦИЯ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР В ЖАНРЕ ФЭНТЕЗИ

На сегодняшний день издателям важно заинтересовать как можно больше потребителей, расширить рынок и поднять показатели продаж продукта. С целью успешной реализации современных компьютерных игр на рынках других стран издатели прибегают к локализации. Чем качественнее перевод и адаптация игры под потребности региональных рынков, тем больше пользователей привлечет проект.

По словам Бернала Мерино, «Локализация, с точки зрения языковедения относящаяся к переводческой области, – это специфический вид перевода, при осуществлении которого учитываются культурно-специфические особенности адресата, а адаптация считается ключевым компонентом всего процесса» (Бернал Мерино, 2014).

Фэнтези-игры являются особым жанром, который предлагает игрокам увлекательные истории, захватывающие приключения и волшебные миры с различными фантастическими существами.

В локализации игры Genshin Impact с английского на русский были выявлены следующие особенности:

1. Перевод имен. При переводе имен переводчики в большинстве случаев прибегали к приему транскрипции. Так же при переводе японских имен была использована система Поливанова: *Kuki Shinobi*-*Куки Синобу*.

2. Перевод специфических терминов игры. В основном при переводе использовался метод калькирования (*Energy recharge*-*восстановление энергии*, *elemental mastery*-*мастерство стихий*, *signature weapon*-*сигнатурное оружие*).

3. Культурная адаптация. В одном из диалогов переводчик перевел слово ‘*stowaway*’ (безбилетный пассажир) как ‘*заяц*’ в значении проехать зайцем.

4. Безэквивалентная лексика. Чаще всего использовался метод калькирования (*Speedrun*-*спидран*), реже встречается метод лексического добавления (*melt*-*реакция «таяние»*), метод транскрипции (*Blink*-*блинк*).

В заключение следует отметить, что для достижения качественной локализации компьютерных игр переводчики прибегают к различным переводческим трансформациям. Выяснилось, что часто используемой трансформацией является- калькирование.

ПЕРЕВОД ПРЕДВЫБОРНЫХ РЕЧЕЙ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПОЛИТИКОВ

Дискурс следует понимать как исторически специфическую систему значений, встроенную в набор социальных практик, из этого следует, что вся человеческая реальность имеет определенный смысл и состоит из норм, систем, правил, воспроизводимых и трансформированных в результате социальной деятельности. Рассмотрим данное явление на конкретных примерах.

Рассмотрим особенности предвыборной речи Дональда Трампа от 06.11.2016.

Одной из отличительных черт речи Дональда Трампа считается Нью-Йоркский акцент, а точнее то, как он его употребляет и в какие моменты его речи он выражен особенно ярко, т.е. его идиолектные особенности, например, произношение *thirty third* как 'тоти-тод'.

Д. Трамп использует короткие, а порой даже рубленые предложения, например, *We've got a real problem* 'У нас серьезная проблема', *There's a huge hatred* 'Существует сильнейшая ненависть'.

Говоря о выборе грамматических конструкций, Д. Трамп часто прибегает к использованию прошедшего времени, так, создавая виртуальную реальность, в которой слушатель уже согласился с его идеями.

Что касается особенностей речи Хиллари Клинтон, то в выступлении политика зафиксированы пики ритмичности. Этот факт свидетельствует о том, что речь Х. Клинтон была хорошо подготовленной, грамотно поставленной. Что касается лексико-синтаксических особенностей, стоит отметить частое использование оратором прилагательных в сравнительной, а также в превосходной степени. Таким образом оратор достигает эмоциональной окрашенности речи. Примерами тому могут послужить следующие высказывания: *one of the greatest progressive leaders* 'один из величайших прогрессирующих лидеров', *this most recent very difficult problem* 'это действительно кризисная ситуация', *more dangerous matters* 'весьма опасные последствия'.

В речи политиков существуют универсально-типологические лексико-стилистические характеристики и специфические особенности. Индивидуальные и универсальные речевые характеристики являются наиболее ярко выраженными в политической речи.

В. А. Хроменкова

ОТДЕЛЬНЫЕ ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ И ГРАММАТИЧЕСКИЕ
ХАРАКТЕРИСТИКИ ЯЗЫКА НОВОСТНЫХ СТАТЕЙ
НА ОФИЦИАЛЬНОМ ПРАВИТЕЛЬСТВЕННОМ САЙТЕ США,
РЕЛЕВАНТНЫЕ ДЛЯ ПЕРЕВОДА»

Среди исследованных лексико-стилистических и грамматических характеристик языка 50 новостных статей официального сайта Белого Дома, которые требуют особо пристального внимания переводчика, наиболее ярко представлены следующие: 1. Идиомы: *more Americans are taking the act of faith of starting a business*. Перевод идиоматического выражения *to take an act of faith* ‘предпринять действие с надеждой на положительный результат, не имея никаких гарантий’, осуществляется способом описательного перевода. В примере *We all must do our part to keep communities safe* для перевода на русский язык идиомы *to do one's part* существует функциональный аналог ‘сделать все, что в наших силах’. 2. Неологизмы: *The liquid nicotine used in e-cigarettes can be deadly*. Сложносокращенный неологизм *e-cigarettes* не будет сокращаться при переводе и, соответственно, будет представлен на русском языке эквивалентом ‘электронная сигарета’. *Congressional Republicans have instead proposed giveaways to the wealthy*. Неологизм *Giveaway* в русском языке не имеет соответствующего ему эквивалента, поэтому в данном случае уместно применить описательный перевод – ‘безвозмездная финансовая помощь’. 3. Терминология, свойственная институциональному политическому дискурсу: *Memorandum for the secretary of state*. В данном примере термин *memorandum* транслитерируется как ‘меморандум’, а термин *the secretary of state* имеет эквивалент ‘государственный секретарь’. *The President's Budget Cuts Wasteful Spending on Big Pharma, Big Oil, and Other Special Interests*. Термину *cut* подбирается функциональный аналог ‘сокращение финансирования’. 4. Препозитивно-атрибутивные словосочетания: *three evidence-based strategies, over-the-counter use*. Перевод препозитивно-атрибутивных словосочетаний, типичных для английского языка, требует применения грамматических трансформаций. В словосочетании *three evidence-based strategies* существительное с определением *evidence-based* переводится причастным оборотом ‘три стратегии, основанные на фактических данных’, словосочетания *over-the-counter use* и *whole of government response* переводятся описательно как ‘применение лекарств, отпускаемых без рецепта,’ ‘ответные меры всех правительственных структур’. Таким образом, основные лексико-стилистические и грамматические характеристики новостных статей на официальном сайте правительства США требуют трансформационного перевода, хотя при переводе фразеологических словосочетаний и терминов в большинстве случаев необходим поиск эквивалентов или функциональных аналогов.

СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА ИГРЫ СЛОВ В ПЕСНЯХ ЭМИНЕМА

Тема способов перевода игры слов в песнях Эминема представляет собой актуальное исследование, которое имеет большое значение в области перевода и музыкальной лингвистики. В контексте данной работы было рассмотрено, как переводчики сталкиваются с вызовами передачи сложных стилистических приемов, таких как игра слов, используемых Эминемом, в другие языки, а также как эти переводы влияют на восприятие и интерпретацию оригинальных текстов песен. Данное исследование позволяет более глубоко понять переводческие стратегии в контексте музыкальной лингвистики и обогатить наши знания о влиянии культурных и лингвистических особенностей на процесс перевода.

Целью данного исследования является выявление способов перевода игры слов в песнях Эминема для более глубокого понимания особенностей этого процесса. В ходе данной работы были анализированы конкретные примеры игры слов в текстах песен, сравнивались оригинальные выражения с их переводами.

Например, в песне «Gnat», альбом «Music To Be Murdered By – Side B» Эминем говорит *They say these bars are like COVID, you get 'em right off the bat*, что в переводе на русский язык звучит ‘Они говорят эти строчки как КОВИД, ты получаешь их от летучей мыши’. *Right off the bat* может иметь как буквальное, так и переносное значение. Буквальное значение ‘от летучей мыши’. В данном контексте отсылка к довольно известному факту, как начался этот вирус. Но, в переносном смысле *right of the bat* означает ‘с самого начала’. Тогда перевод может быть ‘Они говорят, что эти строчки как КОВИД, ты получаешь их с самого начала (трека)’. Таким образом Эминем говорит о том, что как только песня начинается, слушатель сразу же «заражается» строчками как вирусом. Также Эминем часто использует метафоры, аллюзии и культурные отсылки, которые могут быть непонятны для носителей других языков. Например, в песне *Stan*. Слово *Stan* – игра слов, основанная на сочетании слов *stalker* ‘преследователь’ и *fan* ‘фанат’. Такая игра слов вряд ли будет иметь тот же эффект при переводе на другие языки, где это сочетание не представляет собой идиому.

В результате данного исследования были сделаны следующие выводы. Перевод игры слов в песнях Эминема требует глубокого понимания языковых, культурных и стилистических особенностей исходного и целевого языков. Анализ переводческих стратегий выявляет различные подходы, включая использование эквивалентов, адаптацию, компенсацию и другие техники, учитывая контекст для передачи максимального количества смысловых и стилистических нюансов оригинального текста.

А. А. Чайкина

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ПЕСЕННОЙ ЛИРИКИ КАК ЭЛЕМЕНТА КИНОТЕКСТА

Кинотекст представляет собой связное семиотическое пространство, состоящее из последовательности кадров и звукового ряда. Он формируется из лингвистических и нелингвистических знаков при помощи кинематографических кодов (ракурс, сюжет, монтаж и др.).

Песенная лирика является частью кинотекста, призванной подчеркнуть эмоциональную составляющую сцены или передать определенное настроение. В некоторых жанрах песни играют ключевую роль, так как являются элементом повествования наравне с монологами и диалогами персонажей.

Перевод песенных текстов осложнен взаимозависимостью песни и сюжета. Фильмы являются аудиовизуальными продуктами и, следовательно, объектами аудиовизуального перевода (АВП). Являясь частью кинотекста, песни подлежат переводу в виде субтитрования или дублирования. Однако в зависимости от разновидности АВП переводческая стратегия будет отличаться.

При переводе субтитрами отражается основное содержание реплик или иных текстовых составляющих. Субтитры, как правило, сопровождают визуальный ряд внизу экрана. Количество символов для одной «порции» субтитров строго ограничено. Такой вид АВП ориентирован прежде всего на точную передачу смысла, поэтому при субтитровании песенная лирика может терять свои характеристики ритма и рифмы и связь с мелодией.

При переводе дублированием музыкальная составляющая будет оказывать большее влияние на перевод песенного текста, так как этот вид АВП предполагает полную замену иноязычной речи актёров на речь на целевом языке. Это значит, что мелодические аспекты будут диктовать выбор единиц для перевода: переводчик отказывается от дословного воспроизведения в пользу передачи общей образности и соблюдения ритма и рифмы.

Рассмотрим в качестве примера фрагмент текста песни из мультфильма «Холодное сердце»: *Do you wanna build a snowman? / Come on, let's go and play! / I never see you anymore, / Come out the door. / It's like you've gone away.* В дублированной версии данный отрывок звучит так: *За окном уже сугробы. / Снеговик нас ждет давно. / Но не вижу я с тобой теперь. / Открой же дверь.* Такой вариант не является точным в строгом понимании, но идеально вписывается в мелодию.

В версии с субтитрами текст теряет ритм и рифму, характерные для песни: *Хочешь, слепим снеговика? Давай пойдём поиграем! Теперь я не вижу с тобой. Выйди за дверь.* Текст воспроизведен точно, однако он воспринимается в отрыве от мелодии и проигрывает в плане эмоционального воздействия.

Если учесть тот факт, что кино и анимация – это жанры с доминирующей воздействующей и эстетической функцией, то перевод песенной лирики с учетом мелодических аспектов (как при дублировании) будет эффективнее в их реализации.

Н. Н. Чехович

НЕКОТОРЫЕ ПРИЁМЫ ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЙ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ФИЛЬМОВ

Цель данного исследования заключается в выявлении особенностей перевода названий англоязычных и русскоязычных художественных фильмов. Объектом исследования являются наименования художественных фильмов, которые мы вслед за Ю. Н. Подымовой называем фильмонимами, и их переводы с английского языка на русский и с русского на английский.

Оригинальные названия фильмов отобраны на сайте IMDb, перевод на русский язык – на сайте Kinopoisk.ru ‘КиноПоиск’. Критерием отбора стали дата выхода и рейтинг кинокартины. В список анализируемых названий были включены 100 наименований англоязычных фильмов и 100 – русскоязычных с рейтингом от 8 до 10 по 10 балльной шкале, а также с учётом отзывов зрителей, чтобы выявить влияние перевода на восприятие и оценку фильмов различными аудиториями. Анализ проводится с учетом функциональных, семантических, синтаксических и стилистических аспектов названий фильмов.

С точки зрения переводческих методов адаптации и сопоставления тенденций перевода фильмонимов можно выделить следующие приёмы:

1. Прямой перевод: *True Love* ‘Настоящая любовь’, *Home Alone* ‘Один дома’, *What's Up, Doc?*; ‘В чём дело, дядя?’ *Sleepless in Seattle* ‘Неспящие в Сиэтле’, *Очень страшное кино* ‘Scary Movie’.

2. Трансформационный перевод, обусловленный лексическими, стилистическими, прагматическими факторами, вплоть до полной замены названия: а) *Some Like It Hot* ‘В джазе только девушки’. По причинам прагматического характера пришлось отказаться от дословного перевода ‘Некоторые любят погорячее’ и прибегнуть к полной замене для соответствия русскому культурному контексту; по аналогичным причинам название русскоязычного фильма *Бриллиантовая рука* было трансформировано в ‘The Man with the Golden Gun’, чтобы привлечь американскую аудиторию; б) название фильма *Anchorman: The Legend of Ron Burgundy* при помощи трансформации опущения при переводе на русский язык сокращено до более короткого и запоминающегося названия. ‘Анкормен’.

3. Возвращение к первоисточнику: так, при переводе фильмонима *American Reunion* ‘Американский пирог: Все в сборе’, где фильм является продолжением одной из культовых историй, хорошо знакомой русскому зрителю, поэтому слово ‘пирог’ было добавлено в название.

Таким образом, на выбор переводческих приёмов влияют аттрактивность, реклама и эмоциональное воздействие названий фильмов, а удачный перевод названий с учетом особенностей национального компонента принимающей культуры влияет на коммерческий успех фильма.

М. И. Шаблинская

ГРАММАТИЧЕСКИЕ И ЛЕКСИЧЕСКИЕ ЗАМЕНЫ
ПРИ ПЕРЕВОДЕ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА
(на материале романа М. Пьюзо «Крестный отец»)

Перевод художественной литературы является сложным и творческим процессом, требующим от переводчика не только знания языка, но и глубокого понимания культуры, идеологии и контекста произведения. При переводе художественного текста, необходимо учитывать стиль автора, а также сохранить и передать смысл и эмоциональную окраску оригинала.

Объектом настоящего исследования является перевод художественного текста. **Предмет** исследования – грамматические и лексические замены при переводе романа М. Пьюзо «Крестный отец». **Цель** исследования – выявить особенности применения таких переводческих трансформаций как грамматические и лексические замены при переводе романа М. Пьюзо «Крестный отец». **Материалом** исследования послужил роман М. Пьюзо «Крестный отец» и его перевод на русский язык М. Кан. Всего было отобрано 90 примеров для анализа грамматических и лексических трансформаций.

В ходе анализа **грамматических замен** было выявлено, что наиболее распространенным видом замен при переводе художественного текста являются замены частей речи (22 единицы). Данный способ замены позволяет сохранить семантическую и стилистическую целостность текста при переводе на русский язык. *The Don had bowed his head to show respect for the man's grief.* – Дон слушал, склонив голову в знак уважения к чужому горю. На втором месте по частотности применения оказались замены формы слова (12 единиц). Далее синтаксические замены (10 единиц), самыми редко применяемыми стали замены членов предложения (6 единиц).

А ходе анализа **лексических замен** было выявлено, что конкретизация является наиболее частотно используемы способом замены при переводе художественного текста (14 единиц). Данный вид замены позволяет добавить в перевод детали, помогающие лучше понять контекст и визуализировать описанные события. *She is in the hospital still.* – Она все еще **лежит** в больнице. На втором месте по частотности употребления оказалась генерализация (13 единиц), далее антонимический перевод (10 единиц), наименее часто используемым способом применения замен оказалась замена причинно-следственной связи (3 единицы).

Таким образом, грамматические и лексические трансформации являются важным инструментом, позволяющим сохранить художественную ценность текста, стиль и идею автора.

Г. О. Шеванова

**АНГЛОЯЗЫЧНАЯ И РУССКОЯЗЫЧНАЯ ТЕРМИНОСИСТЕМЫ
ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КРИЗИСА В СТРАНАХ ЗАПАДА
(на материале электронной прессы)**

В ходе исследования англоязычной и русскоязычной терминосистем энергетического кризиса в странах Запада с использованием описательного и статистических методов, а также анализа словарных дефиниций, тематического и компонентного анализа выявлена возможность классификации соответствующих английских и русских терминов по следующим принципам:

1. Структурно-морфологическая классификация: термины-слова и термины-словосочетания. Термины-слова, в свою очередь, подразделяются на производные – *decarbonization, investment, to arbitrage* и т.д./газовый, обезуглероживание, недоинвестирован и т.д.; непроизводные – *gas, oil, coal* и т.д./бензин, дизель, пеллеты и т.д.; аббревиатуры – *LNG, EV, DAC* и т.д./СПГ, ВИЭ, ГЭС и т.д.; и сложные – *baseload, bioenergy, hydropower* и т.д.; газопровод, электроэнергия, нефтепродукты и т.д.. Термины-словосочетания подразделяются на простые – *green energy, oil patch, carbon tax* и т.д./нефтяные котировки, высоковольтный трансформатор, резервные мощности и т.д.; и сложные – *liquefied natural gas, negative emission technologies* и т.д./трансформатор высокого напряжения, возобновляемые источники энергии и т.д.

2. Классификация по семантическому характеру структурных компонентов заключается в распределении терминов по принципу однозначности: *baseload, bioenergy* и т.д./конденсат, деиндустриализация и т.д. и многозначности: *subsidy* ‘money granted by one state to another’ или ‘a grant by a government to a private person or company to assist an enterprise deemed advantageous to the public’; *пеллеты* – ‘одна из цилиндрических гранул, получаемых из прессованных древесных отходов и используемых в качестве топлива’ или ‘лекарственная форма в виде капсулы’.

3. Классификация по тематическим группам: общие энергетические процессы: *energy crisis, energy security* и т.д./энергобаланс, энергетический переход и т.д.); традиционное энергопроизводство: *fossil fuels, LNG* и т.д./нефтяная отрасль, газодобывающая промышленность и т.д.; производство на основе возобновляемых источников: *hydropower, fracking* и т.д./ветроэнергетика, биотопливо и т.д.), макроэкономические процессы: *investment, supply and demand* и т.д./фьючерсы, эмбарго и т.д.), названия организаций, агентств, программ: *ОПЕС+, API* и т.д./Минэнерго, МЭА и т.д.) и единицы измерения: *metric tons, kWh* и т.д./баррель, гигаджоуль и т.д.

Таким образом, терминосистема энергетического кризиса в странах Запада совмещает в себе элементы терминосистем электроэнергетики, различных отраслей экономики, финансов и экологии и природоохраны.

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ПЕРЕДАЧИ ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТИЛЯ
ПОЛИТИЧЕСКОГО ДЕЯТЕЛЯ В ПЕРЕВОДЧЕСКОМ АСПЕКТЕ
(на материале англоязычных и русскоязычных публичных выступлений)

Известно, что задачами переводчика являются адекватная передача смысла, определение стилистических особенностей текста и сохранение обращенности к аудитории. Все лексические средства, «формирующие» индивидуальный стиль политика и представляющие трудности для переводчика во время перевода, можно свести к трем категориям: идиоматические выражения, способные стать средством формирования определенных образов и стереотипов в сознании человека, эмоционально-окрашенные лексические единицы, позволяющие выражать широкий спектр субъективных оценок и эмоционального состояния, реалии, передача колорита которых при переводе текста с одного языка на другой составляет главную проблему переводчика при работе с реалиями.

В работе с фразеологизмами подходят методы фразеологического эквивалента, фразеологического аналога, описательный перевод. Для перевода реалий необходима компетенция переводчика, а также для перевода чаще всего используются такие приемы, как транслитерация и транскрипция, калькирование, описательный перевод. Для работы с эмоционально-окрашенной лексикой можно снизить, повысить уровень экспрессивности, или же оставить его на том же уровне, подобрав наилучший вариант перевода.

Примером использования метода фразеологического аналога является следующее: *Governors are looking forward – they're **chomping at the bit** to get going.* – *Руководство ждет с нетерпением – лезут из кожи вон.*

Представленная политическая реалия переведена через метод транслитерации: *He's always wanted to be a **congressman**.* – *Он всегда хотел быть конгрессменом.*

В данном примере слегка снижена степень экспрессивности: *Подобные высказывания делали и лидеры «калибром поменьше» и не только в Соединенных Штатах. – Some **lower-level** leaders, and not only in the United States, made similar statements as well.*

В заключении следует отметить, что перевод политической речи требует особых навыков и компетенции для достижения грамотного и адекватного результата. Наше исследование показывает, что в большинстве случаев переводчикам удается решить поставленную перед ними задачу и добиться успеха в переводческом деле.

М. А. Шкрабкова

**ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ
ФЭНТЕЗИЙНОГО МИРОУСТРОЙСТВА В ПЕРЕВОДЕ
(на материале романов Шеннон Мессенджер)**

Популярностью жанров детского и подросткового фэнтези как в англоязычном, так и в русскоязычном пространстве постоянно растет. Поэтому для адекватного перевода текста необходимо знание особенностей мироустройства в произведениях данного жанра, а также умение определить наиболее подходящие стратегии перевода реалий. Они являются основой любого успешного фэнтезийного произведения. Их удачный перевод не только влияет на легкость восприятия и глубину понимания текста читателем, но и играет важную роль в популяризации произведения с точки зрения маркетинга.

Фэнтезийные произведения содержат в себе множество окказионализмов (неологизмов, которые придуманы автором для конкретной ситуации, но не закрепились в языке), а также говорящих названий. В большинстве случаев, хотя и не всегда, внешняя форма отражает внутреннюю, важную для полного понимания произведения и погружения в придуманный автором мир. Поэтому очень важно соблюсти баланс между сохранением как значения, так и формы таких слов при переводе, и понять, в каком случае можно пожертвовать тем или иным аспектом.

На примере двух переводов – любительского и профессионального – мы рассмотрели особенности перевода выявленных реалий и соответствие выбранных стратегий рекомендациям для перевода неологизмов, предложенным В. В. Виноградовым. Результаты исследования показали, что чаще всего была использована стратегия калькирования. Это объясняется необходимостью передать при переводе внешнюю форму слова, которая частично или полностью соответствует внутренней на языке оригинала. Можно привести следующие примеры: 1) *Splendor plains* ‘Великолепные равнины’; 2) *Blur* ‘Блик’; 3) *Dreamlilies* ‘Сонные лилии’; 4) *Wooly Mammoth* ‘Шерстистый мамонт’; 5) *Youth* ‘Молодость в бутылке’; 6) *Beguiler* ‘Очарователь’. Другими распространенными стратегиями перевода являются транслитерация и транскрипция, а также поиск эквивалента.

Согласно результатам исследования, перевод реалий в фэнтезийных произведениях нацелен на полную передачу смысла и сохранение эффекта, который должен быть произведен на читателя. Для достижения этих целей переводчики прибегают к таким способам перевода, которые позволяют сохранить либо как внешнюю, так и внутреннюю форму слова, либо только внутреннюю форму.

СТРАТЕГИИ ЛОКАЛИЗАЦИИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ МЕМОВ

В современном мире интернет культура становится все более важной и влиятельной частью нашей повседневной жизни. Одним из наиболее заметных явлений в этой культурной сфере являются мемы. Термин «мем», согласно Оксфордскому словарю, – это культурный элемент, передающийся между людьми путем имитации.

По мере того как мемы пересекают языковые и культурные границы, возникает потребность в их адаптации к различным аудиториям. В этом контексте возникают новые термины и стратегии, такие как *адаптация*, *субституция* и *транскреация*, которые помогают переносить англоязычные мемы на другие языки и культурные контексты. Рассмотрим, как эти стратегии работают. Адаптация в переводе – это приспособление исходного текста для аудитории, на которую он не был рассчитан. Адаптированный текст учитывает прагмалингвистические параметры и изменяет оригинальный текст. Например, мем на английском языке: *my face when somebody says cookie; my face when somebody says biscuit*. Локализация этого мема для русскоговорящей аудитории: *мое лицо, когда говорят толстовка; мое лицо, когда говорят байка*.

Субституция – это замена одного языкового элемента другим, сохраняя функцию, но с различной формой или содержанием. Субституция применяется к различным языковым явлениям, включая лексику, грамматику и звуки. Например, интернет-мем, который связан с популярной методикой упражнений для улучшения формы лица, известной как «*mewing*». Это правильное положение языка во рту, которое позволяет менять форму челюсти, при этом убирая второй подбородок. При переводе этого мема с английского на русский язык используется стратегия субституции, где термин «*mewing*» может быть заменен на аналогичный русскоязычный – «*мьюинг*», который передает смысл и контекст методики.

Транскреация – это воссоздание контента на новом языке для новой аудитории с сохранением посылов и воздействия. Результат должен передавать ключевые идеи и эмоциональное содержание исходного текста с учетом особенностей целевой аудитории, включая культурные и социальные аспекты. Например, мем на английском языке: «*Films need to cast a Hispanic character*». Картинка: типичный испанский актер, который снимается практически в каждом фильме. Локализация этого мема на русский язык: «*Русские режиссеры, когда нужен актер на роль мажора*». Картинка: типичный мажор в русских сериалах.

В современном мире умение адаптировать англоязычные мемы к различным языкам и культурным контекстам не только улучшает коммуникацию, но и способствует созданию взаимопонимания и сближению различных культурных групп в онлайн-пространстве.

СРАВНИТЕЛЬНЫЕ КОНСТРУКЦИИ В ТЕКСТАХ СМИ
И ОСОБЕННОСТИ ИХ ПЕРЕВОДА

Цель данной работы – выявить средства выражения английских сравнительных конструкций в текстах СМИ и специфику их перевода на русский язык.

Методом сплошной выборки было отобрано 82 примера сравнительных конструкций из статей на тему политики (12), культуры (26), экологии (25) и бизнеса (19). Среди сравнительных конструкций встретились сравнения со служебными словами, со знаменательными словами, морфемные сравнения, сравнения с повтором и сравнения степени. Что касается способов передачи сравнительных конструкций с английского языка на русский, то выявлены следующие: перевод при помощи эквивалента, прием лексических добавлений, прием опущения, лексико-семантические замены, отсутствие стилистического приема сравнения.

Перевод при помощи эквивалента наблюдается в 52 примерах: *He called for **more** transparency.* – Он призвал к **большей** информационной прозрачности. // *The film's soundtrack was almost **as** ubiquitous last summer **as** the movie itself.* – Саундтрек к фильму был почти **так же** популярен прошлым летом, как и сам фильм.

Прием лексических добавлений встретился в 3 примерах: *“Indeed, they are growing **bigger** as we speak,” says Leal.* – “**Действительно, по мере того как мы говорим, они становятся все больше и больше**”, – говорит Леаль.

Прием опущения встретился в 2 примерах: *“I’m not a big fan of Trump, but I think he’s **better than** Biden,” Thomas Cuddy said....* – “Я не большой поклонник Трампа, но думаю, что он **лучше** Байдена”, – сказал Томас Кадди... (опущен союз чем).

Лексико-семантические замены мы обнаружили также в 2 примерах: *Though “the voice in the robocall **sounds like** the voice of President Biden, this message appears to be artificially generated based on initial indications,” the NHAG's office said.* – Хотя “голос в звонке **похож** на голос президента Байдена, это сообщение, судя по предварительным данным, сгенерировано искусственно”, – заявили в офисе генерального прокурора Нью-Гэмпшира.

Отсутствие стилистического приема сравнения встречается в 23 примерах: *...the resulting price shock would make it **more** expensive to operate factories...* – ...ценовой шок приведет к удорожанию работы заводов....

Итак, проведенный анализ показал, что наиболее часто для передачи сравнений на русский язык используются перевод при помощи эквивалента и опущение сравнения как стилистического приема. Остальные же способы перевода встречаются гораздо реже.

Е. В. Яцкевич

О НЕКОТОРЫХ СПОСОБАХ ДОСТИЖЕНИЯ РЕПРЕЗЕНТАТИВНОСТИ ПЕРЕВОДА РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ

Репрезентативность перевода – это достижение переводчиком максимальной близости перевода к той части информации оригинала, которая должна повлиять на языковое поведение реципиента. В данном исследовании репрезентативность перевода рассматривается на микроуровне – на уровне отдельных компонентов текста.

На основе анализа жанрово-стилистических характеристик рекламы определены следующие способы достижения репрезентативности перевода англоязычных рекламных текстов туристической тематики на русский язык: на фонетическом уровне это приемы транскрипции *Grand Canyon* ‘Гранд Каньон’, *Eiffel Tower* ‘Эйфелева башня’ и транслитерации *Louvre* ‘Лувр’, *Colosseum* ‘Колизей’; на словообразовательном уровне это приемы аффиксации *beautiful* ‘красивый’, *accessible* ‘доступный’, *neighborhood* ‘район’; аббревиации *ETA (Estimated Time of Arrival)* ‘предполагаемое место прибытия’, *UNESCO (United Nations Educational Scientific and Cultural Organization)* ‘Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры’, *RT (Round Trip)* ‘поездка туда и обратно’; на грамматическом уровне репрезентативность достигается при помощи грамматических трансформаций: синтаксического уподобления (дословного перевода) *The travel agent can assist you with your travel arrangements* ‘Туристический агент может помочь вам с организацией путешествия’, перестановок (изменения порядка слов) *They are planning to hike in the mountains* ‘В их планы входит поход в горы’; на лексическом уровне для достижения репрезентативности используются лексические трансформации, такие как: конкретизация *Immerse yourself in the turquoise waters and pristine white beaches of the Bahamas* ‘Окунитесь в бирюзовые воды и непорочно белые пляжи Богамских островов’; генерализация *Beautiful beaches and crystal-clear waters* ‘Прекрасные пляжи и прозрачные воды’; опущение и добавление *Winter rains in the Jordan are violent, while they last.* ‘Зимой в долине Иордана бывают страшные ливни’.

Трудность для обеспечения перевода представляют такие лексические единицы, как неологизмы, метафоры, слова, образованные от фразовых глаголов и слова, которые образованы из словосочетаний и предложений: *glamping* ‘отдых на открытом воздухе’, *foodie* ‘человек, увлекающийся едой и гастрономией’, *a paradise on Earth* ‘рай на земле’, *check-in* ‘регистрация заезда’, *check-out* ‘регистрация отъезда’, *eco-friendly* ‘экологически чистый’.

Таким образом, предпереводческий анализ является одним из главных факторов достижения репрезентативности перевода. Он помогает избежать переводческих ошибок и повысить качество переводимых текстов и, следовательно, репрезентативность перевода.

Круглый стол
«СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ:
ВЗГЛЯД МОЛОДОГО ИССЛЕДОВАТЕЛЯ»

И. М. Ануфриев

К ПРОБЛЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ
ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА У ОБУЧАЮЩИХСЯ
В СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Феномен эмоционального интеллекта не теряет актуальности и признается все большим числом исследователей. Неоспорима и важность развития эмоциональных компетенций как факторов, способствующих личностному и профессиональному росту индивида. Рувен Бар-Он определяет эмоциональный интеллект как «совокупность некогнитивных способностей, компетенций и навыков, которые влияют на способность человека успешно справляться с требованиями и давлением окружающей среды» (R. Bar-On, 1997). Такая дефиниция, в силу своей комплексности, наилучшим образом раскрывает педагогический аспект проблемы формирования эмоционального интеллекта. Педагогическая практика, стремясь к формированию когнитивных навыков, не должна игнорировать формирование и развитие некогнитивных способностей у обучающихся.

Д. Гоулман, предлагая свои модели образования, склоняется к индивидуализированному обучению, не учитывая невозможность на определенных ступенях образования обеспечить индивидуальный подход к ученику и развивать его сильные стороны в рамках общей образовательной программы. Ученый сосредоточивает свое внимание на обучении в раннем возрасте, не обращаясь в высшей школе. На наш взгляд, эмоциональный интеллект развивается на протяжении всего периода обучения.

Несмотря на наличие исследований, направленных на анализ эмоционального интеллекта у учеников и учителей, цельной модели образования на основе развития эмоционального интеллекта в Беларуси предложено не было.

В качестве решения проблемы необходимо пересмотреть школьный процесс обучения в пользу технологий социально-эмоционального обучения (SEL), интегрировать в образовательный процесс психогимнастику, дискуссионные методы и игры, направленные на развитие эмоциональной сферы.

В процессе академического обучения уровень развития эмоционального интеллекта студентов существенно не изменяется. Однако интеграция в образовательный процесс акмеологической программы, сочетающей в себе проблемно-ориентированный и активный социально-психологический методы обучения, является действенным средством развития эмоционального интеллекта студентов.

Е. И. Сахашик

К ПРОБЛЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ ДИВЕРГЕНТНОГО МЫШЛЕНИЯ УЧАЩИХСЯ

Дивергентное мышление – это метод творческого мышления, характеризующийся движением мысли в различных направлениях, чтобы рассмотреть решение одной проблемы с разных углов. Формирование данного стиля мышления является проблемой современного образования, поскольку в школах, как правило, делают упор на развитие логического конвергентного мышления, который предполагает жестко определенный ход мысли и действие по образцу. Таким образом, взрослея, дети теряют способность мыслить дивергентно.

Кен Робинсон – выдающийся современный британский ученый, автор книг и один из ведущих специалистов в сфере образования. Он является всемирно признанным экспертом по развитию дивергентного мышления. На одной из своих конференций, вызвавшей резко повышенный общественный интерес, ученый утверждал, что школы убивают в детях креативность, являющуюся ключом к эффективности обучения.

Робинсон подчеркивает наличие у детей разных способностей и проявлений талантов, что необходимо учитывать для развития креативности, однако это не принимается школами во внимание. Отсюда вытекают важнейшие по мнению ученого проблемы современного образования – его стандартизация, линейность и однообразие.

Можно выделить некоторые методы, содействующие развитию дивергентного мышления. Первый из них – диалог, в ходе которого учащиеся интерпретируют материал и возвращают его оппонентам в обогащенном виде. Диалог тесно связан с методом мозгового штурма, когда участники генерируют максимальное количество идей для решения задачи. Следующим необходимым фактором развития креативности является творческая атмосфера, где поощряются задаваемые вопросы. При этом задача для ребенка должна быть преподнесена так, чтобы позволить ему задать как можно больше вопросов. Заключительным методом является вовлечение ученика в творческую деятельность, которая расширяет границы дивергентного мышления.

Таким образом, подкорректировав систему образования и используя данные методы, школа сможет заинтересовать и эффективнее обучать, а учащиеся с высоким уровнем развития дивергентного мышления будут способны достигать высоких результатов в обучении.

Е. И. Сахащик

**К ПРОБЛЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ
УЧЕБНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ У СТУДЕНТОВ
ПРИ ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА
(на примере МГЛУ)**

Изменения в различных сферах общества требуют от современного выпускника ВУЗа потребности в достижениях и успехе. Поэтому важной задачей учреждений является привитие интереса к накоплению знаний. Для ее выполнения у студентов должна быть сформирована мотивация к обучению.

В работе рассмотрены внутренняя (активность личности исключительно ради удовольствия) и внешняя (активность личности, которая определяется внешними причинами) мотивации.

Анализ педагогической литературы позволил выделить познавательные, коммуникативные, профессионально-ценностные, статусно-позиционные, традиционно-исторические и неосознанные мотивы к изучению иностранного языка.

Учебная мотивация зависит от ряда факторов. К ним относятся особенности обучающегося (характер, темперамент и пр.), особенности преподавателя (любовь к педагогической деятельности, отношение к студентам, характер и пр.), организация педагогического процесса, специфика предмета (рассматривается иностранный язык).

Анкетирование среди 100 человек, проведенное с целью установить мотивы студентов МГЛУ в изучении иностранного языка, показало, что подавляющая часть опрошенных движима внутренним мотивом (около 90 % респондентов указали, что им нравится изучение иностранного языка). Из них у 45 % студентов в приоритете интерес и желание, что указывает на внутренний мотив и сформированность учебно-познавательной мотивации. Остальные 44 % опрошенных указали, что изучают язык для достижения карьерных целей, и это подчеркивает наличие внешнего мотива, подкрепленного внутренним. И лишь 11 % студентов отметили, что изучают иностранный язык, чтобы их не отчислили, – ими управляет внешний отрицательный мотив. Важно упомянуть, что опрос не претендует на всеобъемлющий охват ситуации и требует дополнительной проверки.

Для поддержания в студентах учебно-познавательной мотивации необходимо создавать условия, при которых возникает заинтересованность в изучении иностранного языка, с чем, по всей видимости, МГЛУ успешно справляется, судя по проведению тематических мероприятий, наличию научных кружков и коллективов, деятельность которых

предполагает использование языков. Также каждому преподавателю важно помнить о факторах, влияющих на учебно-познавательную мотивацию.

Опрос показал, что изучение иностранного языка для большинства студентов МГЛУ – это не вынужденное поведение, а наоборот. А благодаря стратегиям, поддерживающим мотивацию, процесс обучения будет продолжать вызывать интерес и приносить удовольствие.

Круглый стол «ФОРМИРОВАНИЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ НАВЫКОВ СТУДЕНТОВ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН»

Д. И. Гилимович

ИССЛЕДОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ СТАРШЕКЛАССНИКОВ

Целью исследования являлось выявление эффективности использования Интернет-ресурсов в обучении старшеклассников. Результаты опроса позволяют понять актуально ли использование Интернет-ресурсов в современной школе, улучшается ли деятельность учащихся при использовании современных технологий, используют ли ученики источники самостоятельно, чтобы отыскать необходимую информацию.

Большинство учащихся (95,6 %) используют выход в Интернет для поиска информации и пользуются такие браузеры как Google, Yandex, а также сервер Wikipedia. Примерно одинаковое количество голосов имеют варианты ответов «Для интерактивного обучения (Kahoot!, Quizlet, Wordwall, др.)» и «Для общения с учителями и одноклассниками (Google Classroom, Mail.ru, др.)» (28,9 % и 26,7 % соответственно). На основе данного количества голосов, можно выявить то, что данные серверы для интерактивного обучения не очень популярны среди учащихся, но тем не менее они знакомы с ними и используют их самостоятельно. Также имеют актуальность серверы для общения с учителями и одноклассниками, с помощью которых ученики могут получать домашнее задание, обсуждать совместные проекты и делиться опытом и знаниями. Наименьшее число (11,1 %) получил ответ «Для электронного обучения (Coursera, Khan Academy, Udacity, др.)». Можно сделать вывод, что в старшей школе данные образовательные ресурсы не пользуются особой популярностью среди старшеклассников.

Наибольшее количество учащихся (77,8 %) выбрало вариант ответа «Более интерактивное и увлекательное обучение». Большинство считает, что главное преимущество использование Интернета и Интернет-ресурсов в образовательном процессе то, что таким образом обучение становится интерактивным и увлекательным, соответственно, ученикам интереснее учиться и получать информацию на уроках.

Немного меньшее количество голосов (75,6 %) получил вариант ответа «Свободный доступ к информационным ресурсам». Имея такие данные, можно сделать вывод, что для учащихся важно использование Интернета, чтобы найти нужную информацию и иметь доступ к различным информационным ресурсам, которые могут им помочь в обучении.

РАЗВИТИЕ ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВ БУДУЩЕГО СПЕЦИАЛИСТА

В современном мире требования к специалистам в области образования становятся все более сложными и разнообразными. Одним из ключевых качеств, которое требуется от будущего преподавателя, является лидерство. Развитие лидерских качеств у студентов, обучающихся на педагогических факультетах, играет важную роль в формировании успешной карьеры и эффективной профессиональной деятельности.

Лидерство – это способность личности влиять на каждого из участников определённой группы, при этом объединяя их усилия для достижения общей цели. Соответственно, лидер – человек, способный объединить группу людей для успешного выполнения общей задачи. Как показывают исследования, лидерские качества лучше всего развиваются в студенческую пору, то есть во время обучения будущих специалистов в высших учебных заведениях.

Развитие лидерских качеств будущих специалистов – это совместная работа как преподавателя, так и студента, однако, стоит уточнить, что большая часть работы всё же лежит на студенте. Конечно, для того, чтобы начать развивать лидерские качества, преподавателю стоит стимулировать студента самому их развивать, например, поощрением инициативы и активности. Такой вариант успешно применяется на практике: самые активные студенты получают денежные вознаграждения, они первые в списке на заселение в общежитие, их кандидатуры первыми рассматривают на стажировки, на отработку в хорошие места. Студент должен показать себя как инициативная, коммуникабельная, творческая личность, как человек, способный решать проблемы сам, брать на себя ответственность и проявлять навыки управления группой людей.

Преподавателям стоит обращать внимание на то, как студенты выступают перед публикой с проектами, докладами, рефератами. Действительно, на такой аспект успешного развития лидерских качеств, как развитие харизматичности, почти не уделяется внимание. Студента стоит обучить выступать перед публикой: научить правильно расставлять интонационные ударения, выделять голосом главные части доклада, развивать его жестикуляцию.

Помимо ранее упомянутых активности, харизматичности, инициативности и коммуникабельности, понятие лидерство включает в себя и способность человека влиять на других людей. Студенту нужно рассказать несколько способов или манипуляций для влияния на людей. Обучение студента способам влияния, в том числе манипуляциям, поможет развивать его лидерские качества.

Лидерские качества, которые развиваются у будущих специалистов, особенно у будущих педагогов, являются одним из ключевых факторов их профессионального роста. Если преподаватель обладает навыком вести и вдохновлять своих учеников, он может создать благоприятные условия для обучения и помочь ученикам раскрыть свой потенциал.

В. Д. Петрулёва

ВЗАИМОСВЯЗЬ МЫШЛЕНИЯ И ТВОРЧЕСТВА В ЛИЧНОСТНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ РАЗВИТИИ СПЕЦИАЛИСТА

Для полноценной жизнедеятельности человеку необходимо предвидеть варианты развития событий в сложившейся ситуации, базируясь на прошлом опыте. Однако для успешного разрешения проблемы помимо опыта человек применяет аналитические функции. Развитие мыслительных функций возможно благодаря творческому отражению действительности. Таким образом мышление неразрывно связано с творчеством. Психиатры и нейрофизиологи трактовали мышление и творчество, исходя из изучаемой области. По Фрейду мышление состоит из трёх пластов: сознательный, предсознательный и бессознательный. Бессознательный пласт состоит из подавленных желаний. Творчество – это способ урегулирования конфликта между латентными стремлениями личности и внешними установками. Фрейд установил взаимосвязь между творчеством и личностной динамикой.

Далее рассмотрим этап проявления мышления в продуктах творчества из литературы и музыки. По мнению Юнга, бессознательное отражает с помощью символов и сновидений архетип. В книге “Преступление и наказание” Раскольникову снится сон о лошади, отражающий его внутренние переживания. В “Ромео и Джульетте” наблюдается мотив красной розы, символизирующий любовь и бесконечность души. В литературе используются архетипы для отражения коллективного бессознательного, которое находит отклик у читателя. Оливер Сакс изучал влияние музыки на мышление. В мозге нет изолированного представления о мире. Он сам создаёт свою реальность. Световые волны отличаются только длиной, а мозг воспринимает свет как двумерное понятие. Основываясь на коллективном опыте, человек с рождения привыкает к определенным аккордам. На обманутом ожидании строится музыкальная индустрия. Музыка активизирует определённые зоны мозга. И вследствие потери музыкальной активности, например, при глухоте, возможны галлюцинации. В личностно-профессиональном развитии специалист улучшает продуктивность благодаря творческому мышлению. Творческая личность может предложить креативные способы решения проблемы. Для развития творческого потенциала необходимо совершенствовать функции мышления.

ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ У ПОДРОСТКОВ

Участие во внеклассной деятельности является важным компонентом формирования социальной активности у подростков. Исследование для определения уровня социальной активности у подростков было проведено среди подростков в возрасте от 14 до 17 лет. В проведенном исследовании приняли участие 50 подростков. Получение и обработка данных в ходе исследования осуществлялась с помощью анкетирования.

Результаты анкетирования позволяют понять уровень удовлетворенности подростков текущими формами социальной активности в школе и выявить их потребности и предпочтения в этом вопросе. Согласно результатам, 30 % подростков проявили интерес и участие в волонтерстве, 40 % принимают участие в школьных клубах и секциях, 20 % участвуют в социальных проектах, 50 % подростков заинтересованы в акциях и мероприятиях. Это показывает, что подростки, занимающиеся волонтерством, могут чувствовать удовлетворение от помощи другим и вклада в общественное благо. Они могут также получать удовлетворение от развития своих навыков и характера. Участие в школьных клубах и секциях может приносить подросткам удовлетворение от занятий, которые соответствуют их увлечениям и интересам. Развитие навыков, способностей и признание в рамках таких мероприятий также способствуют укреплению самооценки и удовлетворению. Участие в социальных проектах может приносить подросткам глубокое удовлетворение от возможности помогать другим и влиять на общественные проблемы. Чувство участия в чем-то важном и значимом, а также развитие социальных навыков и ответственности могут повышать уровень удовлетворенности. Участие в мероприятиях и акциях может принести подросткам эмоциональное удовлетворение от взаимодействия со сверстниками, разнообразных форм отдыха и позитивные эмоции. Возможность выразить себя, принять участие в ярких событиях и оказать влияние на окружающую среду также способствует чувству удовлетворения. Эти результаты подчеркивают важность вовлечения подростков в общественную деятельность и добровольческую работу. Подобные активности не только способствуют развитию чувства ответственности и эмпатии у подростков, но и способны укрепить их самооценку, уверенность в себе и чувство принадлежности к сообществу. Благодаря этому подростки могут не только поддерживать свои психологическое благополучие, но и положительно влиять на окружающих и общество в целом.

К. А. Чепляева

ОРГАНИЗАЦИЯ ВНЕУРОЧНОЙ ПРИРОДООХРАННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ДЕТСКИХ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ ЛАГЕРЕЙ

В современном мире проблема сохранения окружающей природы и рационального использования природных ресурсов становится все более актуальной. Одним из способов активного участия в этом процессе является внешкольная природоохранная деятельность.

Внешкольная природоохранная деятельность – это деятельность, проводимая вне учебного заведения и направленная на сохранение и охрану природы. Она может включать в себя уборку мусора в лесах, парках, реках и других природных объектах, организацию экологических мероприятий, посадку деревьев и цветов, создание и уход за природными насаждениями, проведение экскурсий и образовательных программ по охране окружающей среды.

Эффективным способом для формирования экологической культуры являются игры. Дидактические игры помогают педагогом заинтересовать учащихся, активизировать их познавательную активность, развить их самостоятельность и мышление. Такие игры удобно проводить не только на уроках, но и во внеурочное время. Метод проектов позволяет подросткам самостоятельно выбирать и исследовать проблемы окружающей среды, разрабатывать и реализовывать проекты по их улучшению. Проектная деятельность может включать в себя следующие этапы: 1. Анализ проблемы: подростки выбирают конкретную экологическую проблему, которую они хотели бы решить, например, загрязнение воды или вырубка лесов. 2. Исследование: подростки изучают причины и последствия выбранной проблемы, а также возможные способы ее решения. Они могут провести опросы, собрать статистику, изучить литературу и т.д. 3. Планирование проекта: подростки разрабатывают план действий, определяют цели, задачи, сроки и ресурсы, необходимые для реализации проекта. 4. Реализация проекта: подростки начинают выполнять свой план, проводят мероприятия, собирают информацию и ресурсы, необходимые для решения проблемы. 5. Оценка результатов: подростки анализируют, насколько успешно был реализован их проект, оценивают его результаты и собирают обратную связь от участников и заинтересованных сторон. При сравнении форм организации экологического обучения и воспитания, можно отметить, что основную роль играют уроки и внеурочная деятельность. Экскурсии в природную среду имеют большое значение для формирования правильных ценностных ориентаций обучающихся, так как в процессе их осуществления происходит формирование знаний о взаимосвязи объектов природы, человека и среды обитания. В ходе экскурсий учащиеся учатся устанавливать причинно-следственные связи в природе и понимают, что жизнь организмов зависит от различных факторов окружающей среды, включая человеческое воздействие.

ГРАЖДАНСКОЕ ВОСПИТАНИЕ СТАРШЕКЛАССНИКОВ

Наиболее эффективными формами работы с учащимися по идеологическому и гражданско-патриотическому воспитанию является участие в районных, городских и внутришкольных мероприятиях, акциях, приуроченных праздничным и памятным датам: «День Города», «Освобождение города Лепеля от немецко-фашистских захватчиков», «День памяти воинов-интернационалистов», «День защитника Отечества», «День Конституции Республики Беларусь», «День единения народов Беларуси и России», «День Государственного герба и Государственного флага», «День Независимости Республики Беларусь».

В учреждениях образования активно используются возможности республиканских акций гражданско-патриотической направленности, планируются и проводятся мероприятия, связанные с важными для Республики Беларусь юбилейными датами: День государственного герба и флага Республики Беларусь, День Конституции Республики Беларусь, освобождения Республики Беларусь от немецко-фашистских захватчиков и День единения народов Беларуси и России («Сімвалы Бelay Русі», «Наш город, улицы дома хранят героев имена», «С памятью в сердце – с верой в будущее», «Адна у нас калыска – зялены край, славянская зямля»).

В школах создаются условия для полноценного участия учащихся в различных видах социально-значимой и общественно-полезной деятельности.

Одной из действенных форм является проведение внеурочных тематических мероприятий, экскурсий, походов. В последние годы учащиеся побывали на экскурсиях в Хатыни, Брестской крепости, Республиканском музее Великой Отечественной войны, мемориальном комплексе Красный Берег. С целью активного вовлечения учащихся в общественно-политическую, социально значимую деятельность в учреждениях образования проводятся акции, направленные на развитие молодежных инициатив: «Жыву ў Беларусі і тым ганаруся», «Собери Беларусь в своем сердце», «Служим Беларуси», «Вместе за сильную и процветающую Беларусь», «Молодежь. Здоровье. Образ жизни», «Вместе против СПИДа», «Спорт против наркотиков», «Молодежь против табака», «Поверь в себя – следуй за мечтой» (предупреждение суицидов), «Творим добро на всей земле», «Поделись теплом своим» ко Дню пожилых людей, «Дружим с законом», «Безопасный переход», «Спасибо солдатам Победы за то, что не знаем войны», «Молодежь – ветеранам», «Подвигам героев верны».

Круглый стол «РУССКИЙ ЯЗЫК: ТЕОРИЯ, ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ, ПРАКТИКА ПРЕПОДАВАНИЯ»

А. Н. Войтюк

УЧЕБНЫЙ ПОДКАСТ В ПРАКТИКЕ ПРЕПОДАВАНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО

Подкаст – «это аудио- или видеозапись, сделанная любым человеком и доступная для прослушивания или просмотра во всемирной сети» (П. В. Сысоев, 2014). Подкасты посвящены обсуждению общественно значимых проблем, достижений науки и техники и пр. Использование подкастов как учебных материалов на занятиях по иностранному языку в настоящий момент становится повседневной практикой. Однако на начальном этапе обучения, и особенно русскому языку как иностранному (РКИ), в силу сложности усвоения русской грамматики, понимание обучающимися аутентичных подкастов представляется проблематичным. Включение подкастов в процесс обучения могло бы повысить эффективность довузовской подготовки, поскольку приобщило бы иностранных обучающихся к восприятию и пониманию устной речи в социально-культурной, научной и профессиональной сферах. Решение проблемы видится в разработке преподавателями учебных подкастов.

Обобщив материалы по теме исследования, мы сформулировали методические рекомендации по разработке учебного подкаста для начального этапа обучения РКИ: 1) определите тему подкаста, исходя из перечня ситуаций и тем общения, подлежащих изучению на уровнях А1 и А2; 2) выберите форму подкаста (монолог, диалог, полилог) и его жанр (история, лекция, дискуссия, интервью и пр.); 3) составьте текст подкаста. Он должен вызывать у обучающихся интерес и желание его обсуждать; 4) проверьте текст на соответствие объему и лексическому минимуму. В тексте должны быть только знакомые обучающимся грамматические структуры; 5) включите в текст стандартные фразы для выражения различных интенций; 6) запишите текст, соблюдая скорость не выше 150 слогов в минуту для А1 и 210 слогов в минуту для А2; 6) разместите подкаст в социальной сети или мессенджере, где обучающиеся смогут его комментировать.

В рамках исследования нами был разработан учебный подкаст для уровня А1 на тему «Сладкое: полезно или вредно?». Подкаст был использован для закрепления темы «Продукты, еда» (грамматическая тема «Винительный падеж прямого объекта», лексико-грамматические модели *есть что, пить что, любить что* и др.). Форма подкаста – полилог. Жанр – дискуссия «экспертов» по правильному питанию (спортсмена, врача и бабушки), стили

речи – разговорный, научно-популярный. Апробация подкаста в иностранной аудитории показала, что такой материал, с одной стороны, учит воспринимать изученные языковые единицы в текстах разных речевых регистров, а с другой – стимулирует коммуникативную активность обучающихся.

Ван Жань

СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА

Рекламный текст – это текст, содержащий рекламную информацию. Согласно исследователям теории рекламы, синтаксис рекламного текста характеризуется компрессией и лаконичностью, динамизмом и экспрессивностью, смещенным фокусом внимания и императивностью.

Особую роль в рекламном синтаксисе играет использование простых, односоставных предложений, вводных конструкций (комментирующих ситуацию); противопоставление и сопоставление; использование разного рода подчинительных связей (причинно-следственной, условной, временной); вопросов и восклицаний; прямой речи.

Для анализа языковых особенностей рекламного текста мы отобрали 100 рекламных текстов продуктов питания, которые представлены на белорусском рынке. В ходе анализа мы установили, что в рекламных текстах изобилуют номинативные (назывные) предложения, в которых фиксируется наличие описываемого, рекламируемого предмета «здесь и сейчас»: *Больше фруктов, лучше вкус!* («Добрый» сок). *Нежная пенка* (Nescafe). *Тройное удовольствие* (Сыр).

В рекламных текстах также активно используются определенно-личные предложения: *Посмотри, как вкусно!* *Попробуй, как красиво!* («TESS» чай). *Лови свежий замес!* («Sprite» напитки). *Попробуй новый яркий вкус!* («Maxwell house» кофе). Несомненно, важной задачей рекламного сообщения является привлечение внимания к рекламируемому товару, что объясняет использование повелительных глагольных форм с целью побуждения к действию в таких предложениях. Глаголы в повелительном наклонении способствуют созданию впечатления, что рекламное сообщение адресовано каждому из нас. Из 100 отобранных для анализа текстов четверть (25 %) содержат глаголы в повелительном наклонении.

Эффективно употребление в рекламе восклицательных предложений, которые играют роль своеобразных сигналов, призывов к действию. Они способствуют созданию необходимого эмоционального настроения, подготовке потребителя к совершению действия: *Настроение вверх!* («ТОП» мороженое).

Частотны в рекламных текстах также неполные предложения – это предложения с лексически незамещенными синтаксическими позициями: те или иные формально организующие его члены – главные или второ-

степенные – понятны из контекста или речевой ситуации. Например: *Заправляйся (Snickers). Изготовлены из 100 % натурального картофеля (Lays)*. Использование в рекламе неполных предложений связано с их динамичностью и разговорной окраской.

Привлекают внимание в рекламе слоганы и заголовки, построенные на основе синтаксического параллелизма – это одинаковое синтаксическое построение фразы, например: *Открой Dirol, открой позитив! Посмотри, как вкусно! Попробуй, как красиво! Фьюжн есть. Сахара нет.*

В. В. Гакуть

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЙ НАГЛЯДНОСТИ В ОБУЧЕНИИ РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ

В настоящее время в учебниках по русскому языку как иностранному ощущается нехватка наглядности. Учитывая этот факт, мы бы хотели предложить использование карикатур, мемов, инфографики на занятиях по РКИ в качестве дополнительного материала.

В данной статье мы предлагаем свою разработку на тему «Погода», рассчитанную на уровень А2. Приведем ее фрагмент.

На этапе введения в тему мы используем карикатуру «У погоды нет плохой погоды», давая возможность студентам ее обсудить, высказать свое согласие или несогласие с ней.

Следующий этап предполагает снятие лексико-грамматических трудностей. Для семантизации лексики используется наглядный материал. На отработку лексики мы предлагаем следующие упражнения: 1) соедините картинки с подходящим природным явлением; 2) посмотрите на людей на картинках и определите, с каким природным явлениям они столкнулись.

На основном этапе мы берем инфографику «Прогноз погоды». Перед первым изучением инфографики мы даем следующую установку: *определите, в какое время года бывает такая температура; какая погода будет в эти дни?* После второго прочтения они отвечают на вопросы по содержанию инфографики: 1) *в какой день самая высокая температура?* 2) *ждать ли сильный ветер?* 3) *можно ли ждать солнечной погоды?* 4) *как Вы думаете, сильные ли дожди будут в эти дни?*

Следующий этап предполагает предоставление вопросов на понимание смысла прочитанного. Мы предлагаем следующие: 1) *как бы Вы оделись в эти дни?* 2) *прогноз погоды – надёжный источник информации?* 3) *есть ли другие способы узнать погоду?* 4) *можно ли узнать погоду по тому, как одеты люди на улице?*

На этапе вывода в речь мы предоставляем студентам возможность рассказать о своей любимой и нелюбимой погоде, объяснить причины.

В заключении хотелось бы отметить, что применение средств наглядности на занятиях РКИ вызывает интерес, повышает мотивацию, способствует усвоению материала. В связи с этим целесообразно создавать большое количество материалов для работы с наглядностью.

А. В. Жук

ЭМОДЗИ КАК ОСОБЫЕ СИМВОЛЫ ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИИ

С появлением возможности мгновенного обмена сообщениями письменная коммуникация между людьми существенно изменилась: интернет-переписка оформилась в отдельный вид речи с использованием новых знаковых систем. Цель данной работы – выявить и описать эмодзи как особые знаки онлайн-коммуникации. В ходе исследования мы выяснили, что эмодзи подлежат использованию и в качестве пиктограмм, и в качестве идеограмм в зависимости от контекста и интенции говорящего. Существуют разные виды эмотиконов, в число которых входят и эмодзи. В быту их называют «смайлы», «смайлики». Одной из основных функций смайла является выражение на письме невербальной информации (эмоций, чувств и реакций), передаваемой в устной речи мимикой и интонацией.

Эмодзи – наиболее распространенный вид эмотиконов. Лексикографические источники фиксируют разные определения этого термина: поскольку из-за своей новизны он мало представлен в русскоязычных словарях, в этом исследовании были использованы данные и англоязычных словарей. Cambridge Free English Dictionary and Thesaurus фиксирует его определение как «цифровое изображение, которое добавляется к сообщению в электронном общении, чтобы выразить определённую идею или чувство».

Широко распространены эмотиконы, составленные из типографских (компьютерных) знаков – символов, которые можно напечатать нажатием одной клавиши или их комбинации. Обычно в качестве таковых используются буквы, знаки препинания, цифры: абв, 123, .,?! , «»)*^&; и т.п.

Другие виды эмотиконов включают в себя каомодзи – азиатский тип эмотиконов, которые можно понять, не поворачивая их. Они изображают эмоции по образу не реальных человеческих прототипов, а по образам из аниме и манги: (n_n) (^_^) (>_<) (-_#) (-.-)Zzz. (=^.^=) и т.п.

В связи с тем, что эмодзи являются закрытой системой, уже существующие символы со временем «перенасыщаются» и претерпевают сдвиги в своем значении, вплоть до приобретения нового значения, которое может быть противоположно старому, и становятся своего рода семантическими неологизмами – причем только у определенных социальных или возрастных групп, что может вызывать недопонимание между ними.

Способность эмотиконов из типографских символов менять свою внутреннюю форму напоминает строение синтетических языков, в то время как эмодзи-иконки представляют неизменные единицы, которые могут сочетаться для получения нового значения подобно аналитическим языкам.

Таким образом, эмотиконы проявляют характерные свойства знаковой системы, в том числе способность изменяться, дополняться и вступать в смысловые отношения с другими компонентами системы.

С. А. Крапивная, Л. А. Козловская

ЭТНОНАЦИОНАЛЬНАЯ СИМВОЛИКА В ПРАКТИКЕ ПРЕПОДАВАНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО

Преподавание любого языка как иностранного невозможно без изучения этнонациональных особенностей его носителей. Образовательный процесс при этом в базовой части опирается на представление об основных признаках этноса, к которым относятся: общность языка, общность территории, общность экономической жизни, общность культуры и этническое самосознание. В современном глобализированном мире не все перечисленные признаки являются обязательными, например, нет общей территории у цыган, у южных и северных корейцев, жители некоторых провинций Китая говорят на значительно семантически и структурно отдаленных друг от друга диалектах китайского языка и др. Однако не существует этносов без единой культуры и единого этнического самосознания – представления некоторой группы людей о себе как о едином народе.

Маркирующими элементами культуры любого народа являются этнонациональные символы. По критерию происхождения их типология включает следующие позиции: географические объекты; герои, мыслители, правители; символика переломных исторических событий; религиозно-этнические символы; символика национальной культуры; мифы и их символизация и др. Этнические символы проявляются в различных формах: в архитектуре, живописи, кино- и театральном искусстве, в традиционных комплексах национального костюма, музыкальном и словесном фольклоре, в обрядовых практиках, в этническом искусстве и ремеслах, в быту др.

Отдельного внимания, в том числе и в практике преподавания русского языка как иностранного на территории Республики Беларусь, заслуживает государственная символика. Как суверенное государство Республика Беларусь имеет свои государственные символы – Государственный флаг, Государственный герб, Государственный гимн. Визуально все эти символы представлены в стенах всех учебных заведений страны, что делает знакомство с ними для студентов-иностранцев легким и доступным. Что касается трактовки смысловой нагрузки отдельных элементов герба и флага, то этот аспект может стать объектом изучения в практике преподавания русского

языка как иностранного с привлечением широкого набора методических приемов и средств обучения. Так, в основе композиции Государственного герба находятся изображения земли и восходящего солнца как двух символов жизни: земля – основа всего живого, солнце – древний космический символ, тысячелетиями отождествлявшийся у многих народов с божеством, источником жизни, жизненной силой. Географический контур Беларуси в центре символизирует суверенитет, территориальную целостность страны в юридически признанных границах. Пятиконечная звезда на гербе является одним из древнейших символов человечества, символом вечности, счастья, устремлений к лучшей жизни, символом охраны, безопасности. Кроме того, пятиконечные лучи символизируют связь людей всех пяти континентов. Идея плодородия и изобилия нашла воплощение в венке из ржаных колосьев, украшенном цветами клевера и льна, обвитом лентой цветов Государственного флага.

Цвета Государственного флага – красная, зеленая и украшенная орнаментом белая полоса – имеют исторические и национальные корни. В символике различных культур и эпох трактовка каждого цвета не одинакова, однако существующая классическая традиция в европейской геральдике, которая принята в настоящее время во всем мире, придает соответствующие символические значения различным цветам. Применительно к белорусскому Государственному флагу его цвета можно расшифровать следующим образом: белый (серебро) – чистота, непорочность, радость; красный – право, сила, мужество, любовь, храбрость; зеленый – свобода, радость, надежда, здоровье.

При изучении государственной символики страны пребывания следует актуализировать представление студентами государственной символики своей страны, что, как правило, вызывает у них высокую активность и стимулирует практически все виды речевой деятельности.

Помимо государственных символов все страны, как правило, имеют и неофициальные символы, отражающие этнонациональные культурологические, религиозные, психологические, нравственные и иные особенности конкретного этноса, которые, безусловно, взаимосвязаны и взаимообусловлены историческими условиями его существования. К таким символам Беларуси относятся *зубр*, обитающий преимущественно в Беловежской пуще, *белый аист* (бел. *бусел*), *василек* (бел. *валошка*), *лен*, *картошка* (бел. *бульба*), *озера и болота* и др. Например, в белорусском фольклоре, во фразеологии, пословицах и поговорках аист представлен в образах священной птицы, соединяющей небо и землю, распорядителя и хранителя урожая, небесного огня и других небесных стихий.

Актуальным для иностранных студентов, обучающихся в столичных вузах, является знакомство с культовыми символами Минска, на первом месте среди которых находятся герб, флаг и гимн города. Как на гербе, так и на флаге города размещено изображение Девы Марии (мать Иисуса Христа). Сюжет называется «Вознесение Богородицы» и отображает

знаменитую сцену, повествующую о том, что Дева Мария после своей смерти вознеслась на небо и попала в рай. На этом пути ее сопровождали ангелы и херувимы. Герб был присвоен городу в 1591 г.

В Минске сосредоточено достаточно большое количество архитектурных достопримечательностей, которые отражают историческую память народа, его национальный характер и этническое самосознание. К таким знаковым местам города относятся Ворота Минска, Верхний город, Троицкое предместье, Дворец Республики, Площадь Победы, Музей Великой Отечественной войны, Национальная библиотека Беларуси и многие другие символические места, знакомство с которыми традиционно следует совмещать с визуальным (экскурсионным) и аудиторным (текстовым) форматом в практике преподавания русского языка иностранным учащимся.

Каждый из приведенных символов подробно описан в соответствующей справочной литературе, в том числе в учебниках для иностранных студентов, изучающих русский язык в вузах Беларуси. При этом следует подчеркнуть важность эмоциональной составляющей, связанной с привлечением в учебный процесс информации об этнонациональной символике стран проживания иностранных учащихся, которую им рекомендуется самостоятельно подготовить и представить в рамках как аудиторной, так и внеаудиторной работы.

А. Н. Маевская

АНГЛИЦИЗМЫ В СОСТАВЕ СОВРЕМЕННОГО МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА

Использование англицизмов становится все более распространенным и неизбежным. Англицизмы – это слова или выражения, заимствованные из английского языка и используемые в других языках.

В ходе данного исследования мы поставили задачу выявить англицизмы наиболее часто используемые в современном молодежном сленге и установить специфику их структурно-семантических трансформаций.

Для эксперимента были выбраны преимущественно именные и глагольные формы английского происхождения, респондентам в Google Форме было предложено 24 единицы (16 –имена существительные, 8-глаголы).

В списке анализируемых единиц можем выделить 6 слов с отрицательной характеристикой, 3 слова с положительной характеристикой, 14 слов с нейтральной, лексему «рофл» оказалось затруднительным распределить к группе с отрицательной характеристикой или с положительной, так как все зависит от коммуникативной ситуации и интенции говорящего.

Результаты опроса показали, что наиболее востребованными оказались слова: *вайб* (94.1 %), *кринж* (92.2 %), *буллинг* (92.2 %), *треш* (88.2 %), *фейк* (86.3 %), *чекать* (70.6 %).

Малоупотребительными оказались слова: *лайтнинг* (19.6 %), *лонгслив* (17.5 %), *чатиться* (13.7 %), *флор* (5.9 %), *пэнтсы* (3.9 %).

Следует отметить, что зачастую при заимствовании молодежным сленгом англицизмы могут менять свое значение и коннотативные характеристики.

Также необходимо помнить, что избыточное использование англицизмов может привести к потере уникальности и культурного наследия родного языка, в связи с чем важно сохранять баланс между использованием англицизмов и развитием собственного языка.

Исследование англицизмов в современном молодежном сленге позволяет нам лучше понять влияние иностранных языков на развитие речи и особенности коммуникации среди молодежи. Следует отметить, что некоторые англицизмы приобретают популярность и широко используются, в то время как другие остаются менее распространенными. Важно помнить, что значение и восприятие этих слов может зависеть от контекста и ситуации общения.

Анализ результатов опроса позволяет выделить наиболее актуальные и востребованные слова среди молодежи, что отражает текущие тенденции и предпочтения в использовании сленга.

Т. Н. Рублевская

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С ГЛАГОЛАМИ ПЕРЕМЕЩЕНИЯ В РУССКОМ И ИСПАНСКОМ ЯЗЫКАХ

Движение и перемещение являются универсальными категориями бытия, вербальная репрезентация которых представлена во всех естественных языках. Исследование фразеологизмов с глаголами перемещения в неблизкородственных языках представляется значимым для выявления универсального и национально-специфического в языковых картинах мира.

Материалом для нашего исследования послужили 240 фразеологических единиц русского и испанского языков (по 120 единиц в каждой выборке). Лексико-семантический и сопоставительный анализ позволил сделать следующие выводы:

1) наиболее частотными глаголами перемещения в составе русских фразеологизмов являются глагол *идти*, в составе испанских – *ir*. Частотность глаголов *идти*, *ir* в составе фразеологизмов подтверждает, что образное осмысление динамических фрагментов мира через метафору поступательного перемещения в горизонтальной плоскости характерно для обоих языков;

2) глаголы перемещения в составе фразеологизмов, полностью сохраняя свою форму, преобразуются в семантическом плане: они сохраняют центральную сему «движение, перемещение в пространстве», но при этом частично или полностью переосмысляются, метафоризируются (*опустить* / *bajar*, *падать* / *caérsele* в составе фразеологизмов приобретают значение

‘испытывать негативные эмоции’: *падать духом, caersele a uno el alma a los pies* ‘душа падает к ногам’, *опустить руки, bajar la cabeza* ‘опустить голову’);

3) значительная часть русских и испанских фразеологизмов с глаголами перемещения являются эквивалентами, что обусловлено, наличием универсального компонента в языковых картинах мира данных языков. Так, в 55 % отобранных фразеологизмов русские и испанские глаголы перемещения в составе фразеологизмов совпадают: *бежать без оглядки – correr sin volver la cabeza, бежать во всю мочь – correr a todo pulmón, выйти сухим из воды – salirse con la suya*. В 14 % случаев семантика фразеологизмов схожа, однако в них используются разные глаголы перемещения: *плыть по течению – ir a la deriva, идти навстречу – salir al encuentro*. Расхождения в компонентном составе фразеологизмов отражает особенности языковых картин мира и, следовательно, различий в мышлении и понимании мира народами, говорящих на данных языках. Так, в 25 % испанских фразеологизмов нет глагола перемещения, который наличествует в русском семантическом корреляте: *ветер ходит в голове – tener la cabeza vacía, голова идёт кругом – tener un casco*. В 6 % русских фразеологизмов нет глагола перемещения который имеется в испанском фразеологизме: *быть у всех на устах – andar de boca en boca*.

Хэ Яцзянь

НАЗВАНИЯ КОСМЕТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ БЕЛОРУССКИХ БРЕНДОВ КОСМЕТИКИ: СТРУКТУРНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Данное исследование посвящено анализу структуры названий косметических средств в русском языке (на материале названий косметических средств белорусских брендов). Цель исследования заключается в определении структурных особенностей названий косметических средств в современном русском языке.

Названия косметики относятся к различным по структуре единицам. Отобранные для анализа единицы (в количестве 100) представлены простыми, производными и сложными словами, а также словосочетаниями.

Для названия косметики используются словосочетания, состоящие из прилагательного (причастия) и существительного: *консилер светоотражающий, крем тональный*, и двух прилагательных (причастий) с существительным: *омолаживающий дневной крем; антибактериальный очищающий флюид*. Активна модель, в которой есть сочетание двух или трёх существительных с предложной связью: *блеск для губ с эффектом Icon lips glossy volume*.

По количеству компонентов все названия можно разделить на несколько групп. Первую группу составляют названия, в которых присутствует 3 компонента на русском языке и разное количество слов, написанных латиницей

(34 названия). Компоненты в данных названиях связаны по типу связи согласование или управление: *корректирующий и осветляющий консилер LUXVISAGE, тени для век жидкие, матовый блеск для губ PIN UP ULTRA MATT* и т.д. Эта группа наиболее многочисленная. Вторую группу составляют названия, которые состоят из 2-ух (21 единица) или 4-ёх компонентов (21 единица) на русском языке. Например, *консилер светоотражающий Ultra HD soft focus 12h, стойкий пудровый карандаш для бровей LUXVISAGE*. Третья группа (13 единиц) представлена словосочетаниями из 5 компонентов на русском языке. например: *матовая стойкая жидкая помада для губ Matt tattoo no transfer 12h*. Четвёртая группа – одиночные названия (на русском языке) (4 единицы). В эту группу мы отнесли названия типа *скульптор Ideal sculpting, хайлайтер Moonlight*. Пятая группа – словосочетания из 6, 7 или 8 компонентов (3 единицы, 2 единицы, 2 единицы): *питательный бальзам для губ медовый с прополисом и маслом чайного дерева*.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод: названия косметических средств можно отнести к именам, обладающим прозрачной внутренней формой, т.к. в названиях косметики присутствуют слова, указывающие на состав косметики, на его предназначение; эффекты от его использования, характеристики товара. Для названий косметики не характерны одиночные названия, т.к. для характеристики косметики недостаточно только одного компонента в названии, чтобы раскрыть ее состав, назначение и т.д., для покупателя будет непонятно назначение товара. В состав названий входит много иноязычных слов, как адаптированных к русскому языку, так и не адаптированных: *консилер, хайлайтер, тинт, лампер* и др.

А. Д. Шемякина

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ АНГЛИЦИЗМОВ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ

В ходе исследования нами были рассмотрены структурно-семантические особенности англицизмов в современном русском языке на материале бьюти-сферы, компонент «*бьюти*» сейчас активно участвует в образовании новых слов в русском языке: *бьюти-сфера, бьюти-индустрия* и т.п.

Методом сплошной выборки из текстов, нами было отобрано 50 слов, которые составляют актуальную бьюти-лексику, 37 из которых не фиксируются в лексикографических источниках: *бэйкинг* – техника макияжа, которая позволяет добиться идеально ровного и матового тона кожи; *праймер* – средство, которое подготавливает кожу на разных участках лица к нанесению тонального крема, помады и продуктов для макияжа глаз. 7 лексических единиц совпадают со словарными дефинициями: *липосакция* – лечебная или косметическая процедура, которая заключается в отсасывании жира при локальных отложениях в подкожной жировой клетчатке. (из латинского *lipos* – жир и английского *suction* – отсасывание), *брашинг* –

укладка волос в причёске с помощью фена и плоской щетки (из английского brush – щетка). Кроме того, зафиксировано 6 слов с разным значением в словаре и в текстах о бьюти-индустрии: слово *флюид* в словаре обозначается как «гипотетическая жидкость, которой до XVIII в. объясняли явления тепла, магнетизма, электричества», а в бьюти-сфере *флюид* – это средство, обладающее ультралегкой гелевой текстурой, его также можно назвать разновидностью крема или другого питательного средства по уходу за кожей лица; *филлер* в словаре – это венгерская денежная единица, а в косметологии – это инъекционные кожные наполнители.

Нами были выделены следующие лексико-семантические группы слов бьюти-сферы: средство: *спонж* – пористая губка, используется как для косметических процедур, так и для нанесения тональных средств на лицо, *шиммер* – средство, создающее на коже эффект сияния; процедура, процесс или состояние: *нидлинг* – процедура иглоукалывания кожи лица при помощи специального устройства; *пилинг* – процедура избавления от ороговевших клеток кожи; техника: *бэйкинг* – техника макияжа, которая позволяет добиться идеально ровного и матового тона кожи; *строббинг* – техника макияжа без четких границ; приспособление: *керлер* – зажим для закручивания ресниц; *бафф* – пилочка для ногтей в виде бруска; вещество: *липолитики* и *энзимы*; лицо: *амбассадор* – человек, который представляет бренд, но не является официальным сотрудником компании, *трендсеттер* и т.п.

Таким образом, англицизмы, используемые в текстах бьюти-сферы, характеризуются рядом структурно-семантических особенностей.

3. Ш. Шерматов

ЛЕКСИКА ТЕМАТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ «КИБЕРСПОРТ» В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Материалом исследования стали 120 единиц языка киберспорта, отобранные методом сплошной выборки из тематических глоссариев.

В результате проведенного исследования были сделаны следующие выводы:

1) по системной организации киберспортивная лексика представляет собой тематическую группу, поскольку соотносится с внеязыковой действительностью, что отличает ее от семантического поля, в котором единицы группируются по критерию семантической общности;

2) поскольку киберспорт является спортивной отраслью, в составе исследуемой тематической группы на основании компонентного анализа лексического значения слова «спорт» выделяются такие лексико-семантические группы, как: виды спорта / жанры видеоигр (*Fighting games, First-person shooters, Multiplayer online battle arena*), участники (*pro-gamers, captain, coach, referee, caster, streamer*), соревнования (вид соревнования:

league, cup; формат проведения соревнований: *online, Local Area Network (LAN)*; упражнения / действия (*zerg* 'бросок огромной массой на одного врага'; *grind, farm* 'многократное повторение одного и того же действия'; *nerf, buff* 'ослабление / усиление') и др. Специфика лексических единиц, входящих в исследуемую тематическую группу, определяется ее денотатом: киберспорт – это компьютерные соревнования по видеоиграм, что отражается в характере и содержании выделенных лексико-семантических групп;

3) тематическая группа «Киберспорт» включает однословные номинации, словосочетания, а также предикативные единицы (клише киберспортивной коммуникации). Наиболее частотными являются однословные наименования (76%), среди которых активно представлены аббревиатуры (*OP* 'Overpowered', *PvP* 'Player vs player', *AFK* 'Away from the keyboard' и др.): интенсивность киберспортивных игр предполагает динамичную коммуникацию между участниками, чему способствует аббревиация многословных номинаций;

4) единицы киберспортивного сленга демонстрируют способность к языковому творчеству, о чем свидетельствует тот факт, что в составе киберспортивного сленга присутствуют неологизмы (*noob* – от слова *newbie* 'новичок', которым называют неопытного геймера), а также единицы, изначально относящиеся к общеупотребительным словам, но подвергшиеся переосмыслению, в результате которого возникла вторичная номинация, или переносное значение (*anchor* 'якорь' – игрок, который защищает ключевую точку на карте; *boss* – наиболее сильный игрок во команде соперника; *tank* – персонаж игры со способностями или снаряжением, обеспечивающим наиболее эффективную защиту).

Круглый стол
«ЛИНГВОМЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЯЗЫКОВОЙ ПОДГОТОВКИ
СТУДЕНТОВ МЛАДШИХ КУРСОВ»

М. В. Багель

СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ МОДАЛЬНОСТИ
В РУССКОЯЗЫЧНОМ РЕЛИГИОЗНОМ ДИСКУРСЕ

Материалом исследования выступили русскоязычные проповеди предстоятеля Русской Православной Церкви, Патриарха Московского и всея Руси Кирилла, отобранные из официального сайта <http://patriarchia.ru> за 2020 – 2023 гг. Проанализировано 25 текстов проповедей, из которых отобраны маркеры объективной и субъективной модальности общим количеством 2004.

Объективная модальность включает реальную и гипотетическую модальность. Реальная модальность в русскоязычных проповедях эксплицируется грамматическими средствами, представленными глаголами в изъявительном наклонении (*празднуем, молимся*). Гипотетическая модальность выражается грамматическими средствами, представленными сослагательным и повелительным наклонениями (*не было бы, не слушайте*).

Субъективная модальность в русскоязычных проповедях представлена эпистемической, оптативной, деонтической и алетической модальностью. Средства субъективной модальности реализуют следующие прагматические функции: *косвенная побудительность, назидательность, мотивирование верующих к определенному поведению во всех сферах жизни для достижения вечного блаженства*.

Установлено, что объективная модальность характеризуется большей частотностью по сравнению с субъективной (74 % и 26 %).

Как показал проведенный анализ, глаголы в изъявительном наклонении доминируют над остальными модальными средствами (66,7 %), что обусловлено их семантико-прагматическим потенциалом.

Таким образом, в результате анализа русскоязычных проповедей установлено, что преобладающее большинство модальных средств репрезентируют реальную объективную модальность, которая реализуется на грамматическом уровне изъявительным наклонением глагола, что обусловлено учительской тональностью проповеди как жанра религиозного дискурса, стремлением адресанта (проповедника) представить информацию как абсолютно достоверную, не вызывающую сомнений. Субъективная модальность представлена лексико-грамматическими и синтаксическими средствами, употребительность которых детерминирована назидательным характером проповеди, который заключается в утверждении морально-этнических и религиозных норм, нравственном убеждении и оказании эмоционального воздействия на адресата.

П. П. Барановская

ГИПЕРО-ГИПОНИМИЯ В ЛЕКСИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

(на материале наименований артефактов)

Актуальность исследования определяется его обращением к общим вопросам теории семантических связей, к одной из важнейших областей семантического поиска – раскрытию закономерностей гиперо-гипонимической организации лексической системы современного английского языка.

Целью исследования является раскрытие характера категории гиперо-гипонимии как определенной организации лексических единиц в общеупотребительном современном английском языке посредством выявления структур, систематизирующих пространство английского лексикона, а также установление разновидностей данных структур.

В качестве исследуемых единиц из одного из авторитетных современных толковых онлайн словарей английского языка – Oxford Learner's Dictionary было отобрано 374 лексических единицы, образующих 5 ЛСГ: наименований средств передвижения (141 ЛЕ), наименований одежды (95 ЛЕ), наименований музыкальных инструментов (59 ЛЕ), наименований мебели (44 ЛЕ), наименований обуви (35 ЛЕ).

Исследование гиперо-гипонимических иерархий продемонстрировало, что самой сложной из них является гиперо-гипонимическая структура ЛСГ наименований средств передвижения, где наблюдается пятиуровневая структура с максимальной шириной в 66 членов на третьем уровне иерархии. Самая простая организация выявлена в ЛСГ наименований обуви, которая характеризуется общим объемом – 35 лексических единиц, трехуровневой структурой, с максимальной шириной в 28 членов на втором уровне. Это связано с тем, что классификация обуви объективно беднее классификации транспортных средств. Транспортные средства подразделяются на сухопутные, водные и воздушные, а также дополнительно классифицируются по типу, назначению, техническим характеристикам и другим параметрам.

В лексико-семантическом поле наименований артефактов доминируют иерархии с радиально-цепочечной конфигурацией, т.е. сложные многоярусные образования, когда один или более гипонимов могут выступать в качестве гиперонимов к последующему ярусу гипонимов. Это связано с технологическим прогрессом, а также историческим и культурным развитием общества. Современное общество характеризуется быстрым развитием технологий и появлением новых артефактов, особенно в области транспорта, одежды и мебели. Это приводит к необходимости создания новых наименований, и, следовательно, усложнению существующих иерархий для точного описания и классификации новых предметов и их функций.

Т. И. Дегтеренко

ТАКТИКА СОЗДАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ОБРАЗА В АКАДЕМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Целью работы является рассмотрение тактики создания положительного образа абитуриента. Материалом исследования послужили 27 мотивационных писем, которые прилагаются для поступления в зарубежные вузы, на международные курсы по обмену студентами, различные стажировки и т.д.

Мотивационное письмо – это документ, составляющийся претендентом на место в учебном заведении или стипендиатом, с целью убедить адресата в том, что автор является достойным кандидатом на конкурсную позицию (М. М. Блинкина-Мельник, 2004). Мотивационное письмо позволяет конкурсанту продемонстрировать навыки, зарекомендовать свою кандидатуру и обосновать заинтересованность в соответствующем учебном заведении.

Результаты исследования показали, что тактика создания положительного образа реализуется при помощи следующих коммуникативных ходов, способствующих созданию благоприятного имиджа, который должен понравиться экспертной комиссии.

1. Использование большого количества маркеров вежливости (93 %) дает возможность оставить приятное впечатление о кандидате и выражается при помощи таких языковых средств, как *'to be grateful for'*, *'kindest regards'* и др. (*Thank you in advance for considering my application*).

2. «Преувеличение значимости адресата» (85 %) позволяет расположить к себе членов комиссии. Этот коммуникативный ход реализуется посредством *'would like'*, *'to meet this demand'* и др. (*I would like to use me stay in XY for further developing my skills in empirical research and starting working on my diploma project*).

3. Аппеляция к своим чувствам (75 %) при выражении желания обучаться в университете задает темп дальнейшему восприятию всей письменной работы и вербализуется при помощи *'to be thrilled to have an opportunity'*, *'to value the opportunity'* и др. (*With this letter, I would like to express my interest in studying at the University of XY as an Erasmus student*).

4. «Комплимент» (43 %) используется, чтобы убедить читателя мотивационного письма в уникальности и особенностях их учебного учреждения. Для реализации этого коммуникативного хода характерно употребление превосходной степени прилагательных (*the biggest, the best, the largest*). (*XXXX University is the biggest innovative center which takes active part in the filed of fundamental and applied sciences*).

Таким образом, выделенные коммуникативные ходы, реализующие тактику создания положительного образа абитуриента, способствуют установлению доверия и положительного восприятия кандидата, что в свою очередь увеличивает его шансы на успешное зачисление в выбранное учебное заведение.

И. А. Доморацкий

БЕЗЭКВИВАЛЕНТНАЯ ЛЕКСИКА В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ И ЕЕ ТЕМАТИЧЕСКОЕ РАЗНООБРАЗИЕ

Настоящее исследование посвящено изучению тематического разнообразия безэквивалентной лексики в английском языке.

Под безэквивалентной лексикой, мы, вслед за А.О. Ивановым, понимаем отсутствие у лексических единиц исходного языка аналогов в языке перевода.

Для проведения исследования методом сплошной выборки нами были отобраны 258 безэквивалентных лексических единиц из толкового словаря современного английского языка издательства *Oxford University Press* (2010). В ходе проведения анализа были получены следующие результаты.

Все отобранные лексические единицы можно разделить на 21 тематическую группу: «Государство и политика», «Образование», «Культура и общество», «Закон и порядок», «Еда и напитки», «Организации», «Финансы», «Географические названия и объекты», «Праздники и торжества», «Валюта», «Одежда», «Транспорт и инфраструктура», «Здравоохранение», «Медиа», «Профессии», «Военные наименования», «Развлечения», «Религия», «Единицы измерения», «Жильё» и «Спорт».

При этом наиболее репрезентативной является группа «Государство и политика», удельный вес которой составляет 22,87 % от общего количества отобранных для анализа лексических единиц, например: *Green Paper* '(in the UK) a document containing government proposals on a particular subject, intended for general discussion', *Whitehall* 'a way of referring to the British government or the officials who work for it' и т.д.

Наименее репрезентативными являются группы «Единицы измерения», «Жильё» и «Спорт». Удельный вес каждой из этих тематических групп составляет менее 1 %, а именно 0,78 % от общего количества отобранных для анализа лексических единиц, например: *pint* 'a unit for measuring liquids and some dry goods, equal to 0.568 of a litre in the UK', *bothy* 'a small building in Scotland for farm workers to live in or for people to shelter in', *the Premiership* 'the former name for the football league in England and Wales that has the best teams in it'.

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что безэквивалентная лексика в современном английском языке демонстрирует высокую степень тематического разнообразия.

Д. А. Донда

ЭКЗОТИЧЕСКАЯ ЛЕКСИКА В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ И ЕЕ ОСНОВНЫЕ ИСТОЧНИКИ

Настоящее исследование посвящено изучению основных источников заимствования экзотической лексики в английский язык.

Под экзотической лексикой, мы, вслед за С.А. Тиминой, понимаем слова иноязычного происхождения, которые обозначают реалии национальных культур и не имеют эквивалентов в заимствующем языке.

Для проведения исследования методом сплошной выборки нами были отобраны 466 экзотических лексических единиц из толкового словаря современного английского языка издательства *Oxford University Press* (2010). В ходе проведения исследования были получены следующие результаты.

1. Все отобранные нами единицы можно разделить на 2 группы: узкие, т.е. используемые на территории одного государства, и широкие, т.е. используемые в определенном регионе на территории нескольких государств.

Первая группа составляет 57,7 %. К ней относятся такие лексические единицы, как *ciabatta* (страна происхождения – Италия), *fiesta* (страна происхождения – Испания), *sashimi* (страна происхождения – Япония), *tsar* (страна происхождения – Россия) и т.д.

Вторая группа составляет 42,3 %. К ней относятся такие лексические единицы, как *agbada* (используется на территории стран Западной Африки), *lira* (используется на территории таких стран, как Турция, Мальта, Сирия), *paisa* (используется на территории таких стран, как Индия, Пакистан, Непал), *loquat* (используется в Китае, Японии, а также на территории стран Ближнего Востока), *souk* (используется на территории арабских стран).

2. К языкам-источникам экзотической лексики можно отнести в порядке убывания их удельного веса французский язык (29 %, например: *aioli*, *armoire*, *frappé*, *gavotte*, *gratin*); хинди (18 %, например: *bindi*, *fakir*, *pujari*, *swami*, *tilak*); японский язык (14 %, например: *manga*, *mikado*, *romaji*, *wasabi*, *tatami*); китайский язык (12 %, например: *ginkgo*, *mahjong*, *renminbi*, *sampan*, *wok*); итальянский язык (8 %, например: *bruschetta*, *gnocchi*, *mozzarella*, *risotto*, *trattoria*); русский язык (5 %, например: *babushka*, *balalaika*, *blini*, *dacha*, *samovar*); немецкий язык (4 %, например: *kaffeeklatsch*, *strudel*, *zeitgeist*); испанский язык (3 %, например: *pelota*, *peseta*, *toreador*); греческий язык (2 %, например: *Arcadia*, *drachma*, *retsina*); португальский язык (1 %, например: *favela*); польский язык (1 %, например: *mazurka*); суахили (1 %, например: *ujamaa*); корейский язык (1 %, например: *tae kwon do*) и т.д.

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что экзотическая лексика современного английского языка очень разнообразна с точки зрения ее происхождения.

А. А. Ермаченко

МОТИВИРОВАННОСТЬ НАИМЕНОВАНИЙ ЯГОД В РАЗНОСТРУКТУРНЫХ ЯЗЫКАХ

(на материале белорусского, английского и немецкого языков)

В современной научной лингвистической парадигме фокус исследования падает на когнитивные аспекты организации и функционирования языка. В этой связи мотивированность как явление, при котором опыт и знание о предмете фиксируется в наименовании, приобретает особый интерес и значимость, что обуславливает актуальность исследования.

Целью исследования является выявление универсальных и специфических закономерностей объективации знаний в значении номинаций ягод в белорусском, английском и немецком языках.

В результате работы с английскими, белорусскими, немецкими словарями (Collins English Dictionary, Merriam-Webster Dictionary, Skarnik, Der deutsche Wortschatz) было отобрано 80 английских, 78 белорусских и 95 немецких наименований ягод. Для выявления мотивирующих признаков в слове мы опирались на метод компонентного анализа в его дефиниционной версии.

В результате исследования было установлено, что в трех языках соотношение мотивированных и немотивированных единиц приблизительно поровну: в английском языке мотивированных единиц 55 %, в белорусском – 53 %, в немецком – 52 %.

Среди принципов номинации собственные принципы преобладают в английском языке (55 %), то есть при номинации больше внимания уделяется внешнему виду ягоды. В белорусском и немецком языках данные принципы составляют 51 % и 42 % соответственно. В трех языках основным собственным признаком является окраска, однако в английском языке также популярны признаки вкуса и формы, чего не обнаружено среди белорусских и немецких номинаций. В трех языках при собственной номинации преобладают явные и общеизвестные признаки ягоды, которые обладают большой различительной силой.

Относительные принципы номинации преобладают в немецком языке (58 %), то есть характеристики, определяющие взаимосвязь с другими объектами, более популярны при номинации. В английском и белорусском языках данные принципы были выявлены приблизительно в равных количествах: 45 % и 49 % соответственно. В трех языках важным признаком является функциональный. В английском и белорусском языках также популярен признак связи ягоды с животным, тогда как в немецком больше распространен локальный признак. В белорусском отсутствуют признаки темпоральности, связи с именем создателя, что возможно объяснить национальной спецификой языков.

А. А. Заблотская

ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИИ РОЛЕВОЙ ИГРЫ

В современном мире благодаря процессу глобализации остается востребованным не столько знание самого английского языка, сколько умение использовать его в качестве способа общения, способа реализации социокультурной коммуникации, что невозможно без знания культуры, стоящей за изучаемым языком. Одной из приоритетных задач, поставленных перед учителем английского языка, является формирование и развитие у учащихся социокультурной компетенции.

Важно отметить, что в настоящее время ученик выступает субъектом образовательного процесса. Учителю необходимо создать условия для активной совместной учебной деятельности учащихся в группах, не забывая об индивидуальном подходе к каждому ученику. С этой целью на уроках английского языка рекомендуется использовать социальные технологии, наиболее эффективными из которых являются проектная технология, кейс-технология, технология творческих мастерских, учение в сотрудничестве и технология ролевой игры.

В основе ролевой игры лежит организованное речевое общение учащихся в соответствии с распределенными между ними ролями и игровым сюжетом. Для формирования и развития социокультурной компетенции при реализации технологии ролевой игры целесообразно руководствоваться следующими принципами: коммуникативности; наглядности; ситуативности; аутентичности; диалога культур. Следует остановиться на принципе диалога культур, который реализуется на протяжении всего процесса обучения иностранным языкам. Это сложный процесс, который включает в себя воспитание поликультурной личности и осуществляется в сознании носителя конкретной культуры, которому удалось постигнуть образы сознания чужой культуры. Диалог культур – это не столько общение разных сознаний, сколько общение образов разных культур в рамках одного сознания. Целью данного принципа является достижение взаимопонимания и взаимоуважения между носителями разных языков и культур. Диалог культур позволяет учащимся понять и оценить различия и сходства между своей собственной культурой и культурой страны, где говорят на изучаемом языке.

Таким образом, для эффективного формирования и развития у учащихся социокультурной компетенции в образовательный процесс целесообразно внедрить социальные технологии. Технология ролевой игры обладает значительными преимуществами в формировании социокультурной компетенции, так как позволяет ученикам разыгрывать различные роли представителей иной культуры и развивать коммуникативные умения в реальных контекстах общения. Кроме того, учащиеся обращают внимание на культурное своеобразие страны изучаемого языка и учатся строить общение с учетом его особенностей.

И. А. Короткая

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СРЕДСТВ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЭМОТИВНОСТИ В АНГЛО- И РУССКОЯЗЫЧНЫХ СКАЗОЧНЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЯХ

Эмотивность – это лингвистическая категория, которая описывает способность языка выражать эмоциональные состояния (В. И. Шаховский, 2008). Она важна для создания эффекта эмоциональной вовлеченности читателя, слушателя или зрителя в произведение.

Репертуар эмотивных элементов в сказках на двух языках представлен фонетическими, морфологическими, лексико-семантическими и формально-синтаксическими средствами (Е. В. Чупракова, Е. С. Попович, 2014).

Фонетические средства включают в себя аллитерацию, индивидуальные особенности речи персонажей и ономастопею; морфологические – диминутивы, прилагательные и наречия сравнительной и превосходной степени, междометия; лексико-семантические – эмотивно окрашенную лексику (как положительно, так и негативно) и собственно номинативные названия эмоций; формально-синтаксические – парентезу, параллелизм, асиндетон, риторические вопросы, повторения, инверсию, вводные слова, заглавные буквы.

Самыми частотными эмотивными средствами в англоязычных сказках являются лексико-семантические (36,7 %), как и в русскоязычных (32 %). Наименьшую долю всех эмотивных средств занимают морфологические – 13,2 %. Это может быть связано с тем, что в английском языке система слово- и формообразования не настолько гибкая, как в русском, и в целом не рассчитана на передачу эмоций. Меньше всего в текстах сказок можно найти заглавные буквы как средство выражения эмоций.

В русских сказках наименее употребительными средствами выступают фонетические – 14,6 %. Это может быть обусловлено тем, что фонетические средства выразительности и эмотивности сложны в использовании и гораздо реже воспринимаются читателями.

Русские сказки являются более эмоциональными, чем английские: анализ показал, что русскоязычные произведения содержат на 4,6 % больше эмотивных элементов, чем англоязычные. Между англо- и русскоязычными сказками в контексте эмотивности существует достаточно сходств, однако гораздо больше различий, что объясняется лингвокультурной спецификой.

При использовании средств эмотивности в тексте художественного произведения возникает непосредственный контакт между читателем и автором, достигается цель контакта – проникновение в суть передаваемых автором чувств и эмоций, понимание его мнения по обозначенной проблематике с возможностью использования опыта, полученного на основе мнения, в жизни.

А. Д. Кошель

РАЗВИТИЕ УМЕНИЙ МОНОЛОГИЧЕСКОЙ РЕЧИ УЧАЩИХСЯ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИИ ДЕБАТОВ

Одной из главных целей обучения иностранному языку на современном этапе является развитие коммуникативной компетенции учащихся. Говорение позволяет осуществлять обмен информацией, достигать взаимопонимания и оказывать определенное воздействие на собеседника. С лингвистической точки зрения монологическая речь представляет собой развернутый, продолжительный и организованный тип речи. К сожалению, в учреждениях общего среднего образования развитием умений спонтанной творческой монологической речи пока занимаются недостаточно. В рамках базового уровня зачастую практикуется преимущественно пересказ текстов.

Технология «дебаты» может быть наполнена любым содержанием, использоваться при изучении разных дисциплин, в том числе и иностранного языка. При применении технологии дебатов на уроке иностранного языка целесообразно следовать следующим методическим принципам: коммуникативной направленности, аутентичности, активности, индивидуализации, систематичности и последовательности.

Данная технология ориентирована в большей степени на учащихся III ступени продвинутого уровня учреждений общего среднего образования, однако не бесперспективны варианты реализации ее элементов и в учреждениях высшего образования. Для ознакомления с поставленной проблемой необходимо заранее предложить учащимся аутентичные материалы, которые затем послужат основой для построения аргументации, а также частотные для англоязычной лингвокультуры слова-связки (вводные слова, союзы). В целях экономии аудиторного времени представляется оптимальным начинать работу с данной технологией с тренировки ее отдельных этапов (аргументы, вопрос-ответ, контраргументы), чаще использовать на занятиях элементы дебатов или вариант экспресс-дебатов. В большинстве современных учебников практически на каждую тему есть задания, в которых учащимся предлагается высказать свое мнение по той или иной дискуссионной проблеме. Благодаря специально разработанной памятке ответ учащегося будет более полным и структурированным. Присутствие в дебатах состязательности стимулирует активизацию поисковой деятельности учащихся, тщательное изучение материала.

Являясь педагогической технологией, «дебаты» служат эффективным средством развития у учащихся умений монологической речи, что предопределяет целесообразность их применения в обучении иностранному языку. Кроме того, само умение логически выстраивать аргументацию востребовано в жизни, способствует развитию критического мышления, учит эффективно общаться, смотреть на вещи с разных точек зрения, подвергать сомнению факты и идеи, убеждать собеседника в справедливости своей позиции.

Е. В. Пархомук

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ БИОМОРФНОГО КУЛЬТУРНОГО КОДА
В БЕЛОРУССКОЙ И АНГЛИЙСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ:
СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ

В биоморфном коде как совокупности наименований флоры и фауны отражаются национально-культурные эталоны и стереотипы. Корпус белорусских и английских фразеологизмов с компонентом-зоонимом составляет 177 единиц в белорусском языке и 256 единиц в английском языке. Отобранные фразеологические единицы двух языков были распределены по фразеолексическим полям с микрополями «млекопитающие», «птицы», «земноводные», «пресмыкающиеся», «рыбы», «черви», «членистоногие». Наиболее репрезентативным в двух фразеосистемах является микрополе «Млекопитающие». Сравнительно-сопоставительный анализ показал отсутствие в белорусском фразеологическом корпусе микрополя «моллюски».

На основе анализа семантики фразеологизмов с компонентом-зоонимом в двух языках установлены тематические объединения фразеологизмов с компонентом-зоонимом в белорусском и английском языках. Общими для сопоставляемых единиц является обозначение ими особенностей поведения человека (*прыгрэць змяю на грудзях, to wriggle as a snake* 'хитрить'), черт характера и внешности (*as red as a boiled lobster* 'красный как рак', *мокрая курыца*), культурно-обусловленные реалии (*чорны воран* 'машина для перевозки арестованных'). Белорусская специфика заключается в обозначении зоонимическими фразеологизмами количественной характеристики объектов (*кот наплакаў* 'очень мало'), степени проявления признака (*як царкоўная мыш* 'сильно'), образа действия (*сядзець як на свінні набедрыкі* 'нелепо'). Для английского языка характерно наличие единиц, объективирующих блюда национальной кухни (*pigs in blankets* 'сосиски в тесте'), способы проведения досуга (*a clay pigeon shooting* 'стрельба по тарелочкам'), состояние здоровья (*goose bumps* 'гусиная кожа'). Установленные сходства в зоонимических картинах мира носителей сопоставляемых языков обусловлены универсальностью биоморфного кода. Национально-специфические особенности предопределяются историческими и географическими условиями формирования сопоставляемых лингвосообществ: более мягкие климатические условия и географическое положение Великобритании, ее колониальное прошлое обуславливает качественное и количественное разнообразие способов репрезентации биоморфного кода в английской фразеосистеме по сравнению с белорусским биоморфным фразеофондом, характеризующимся значительной сакрализацией и мифологизацией.

К. А Пенкина

**МОДАЛЬНЫЕ ГЛАГОЛЫ С СЕМАНТИКОЙ ПРЕДПОЛОЖЕНИЯ
В КРИМИНАЛЬНОМ РОМАНЕ ДЖ.РОУЛИНГ «ЗОВ КУКУШКИ»:
СЕМАНТИКО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

Модальные глаголы играют важную роль в художественном дискурсе, поскольку могут использоваться для усиления эмоционального эффекта.

Цель исследования – выявить особенности функционирования модальных глаголов с семантикой предположения в художественном дискурсе. Материалом для исследования послужила книга «Зов кукушки», написанная Джоан Роулинг под псевдонимом Роберт Гэлбрейт. Детектив впервые был опубликован в 2013 году и стал первым из серии романов о частном детективе Корморане Страйке.

Из 1220 высказываний с модальными глаголами выявлено 145 с семантикой предположения.

Модальные глаголы в детективных произведениях часто используются для выражения предположений, которые могут быть как уверенными, так и неуверенными. Предположение, основанное на неуверенности, выражается модальными глаголами *could, may, might*. Первое место по употребительности занимает глагол *could* – 49 %. Предположение, основанное на уверенности, выражается модальными глаголами *must, should, ought to, will / would*. Модальный глагол *must* является самым частотным – 52 %.

В исследуемом романе модальные глаголы с семантикой предположения, основанного на неуверенности, встречаются чаще, чем модальные глаголы с семантикой предположения, основанного на уверенности, – 54 % и 46 % соответственно. Это связано с неопределенностью и неизвестностью, необходимой для проведения расследования и поиска ответа на загадку, что выступает главным сюжетным элементом детектива. Прагматический потенциал модальных глаголов с семантикой предположения заключается в реализации ряда прагматических функций: *намек на возможность неожиданного поворота событий, выражение неуверенности и сомнений в гипотезах и предположениях героев в детективе, указание на недостаточность информации для определенных выводов.*

Таким образом, в результате проведенного исследования выявлен репертуар и частотность модальных глаголов в детективном романе Дж. Роулинг «Зов кукушки», их прагматические функции.

Круглый стол
«ПЕРЕПОДГОТОВКА ПЕРЕВОДЧИКОВ:
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ»

Н. С. Бемяк

ПЕРЕВОД АРАБИЗМОВ В ТЕКСТАХ МЕДИЦИНСКОГО ПРОФИЛЯ
(на материале статей интернет-портала «Medscape»)

Арабизмы представляют собой слова и выражения, заимствованные из арабского языка. Они широко используются в области медицины и играют важную роль при описании заболеваний и процедур лечебного характера.

В рамках анализа было отобрано 50 арабизмов, определены способы их передачи на русский язык, а также изучено влияние арабских заимствований на усвоение и толкование информации медицинского характера.

В примере *pharmacomechanical catheter-directory thrombolysis* ‘фармако-механический катетер-направленный тромболизис’ слово *catheter* образовано от арабского القسطرة (al-qstra). В английском языке *catheter* обозначает ‘катетер’, в арабском же القسطرة служит наименованием не столько изделия, сколько самого процесса его установки (катетеризация). На русский язык перевод осуществлен посредством транслитерации.

Заимствование *nuchal* в словосочетании *superior nuchal lines* ‘верхняя затылочная линия’ происходит от арабского نُخَاع (nkhhaa). Прилагательное *nuchal* ‘затылочный’ образовано в свою очередь от существительного *nucha* ‘затылок’, в то время как слово نُخَاع носит значение «костный мозг» и передается на английский с помощью транскрипции, а в русском – путем подбора эквивалента.

Терминологическое словосочетание *basilic vein* ‘медиальная подкожная вена’ происходит от арабского الوريد الـبازلي, где слово الوريد означает «вена», а الـبازلي – «медиальная подкожная». Соответственно, как в арабском, так и в английском языке у заимствования прослеживается схожая семантика, что также в определенной мере предопределяет выбор способа перевода в русском, а именно калькирование.

Примером арабизма из сферы традиционной медицины является процедура حجامة (hijama), которая передана на английский и русский языки описательным переводом: *cupping* ‘баночная терапия’, *wet cupping* ‘мокрая баночная терапия’ или *bloodletting* ‘кровопускание’.

В результате анализа установлено, что способ передачи арабизмов (транслитерация, транскрипция, калькирование или описательный перевод) с английского на русский язык обусловлен необходимостью установления этимологии заимствованной терминологии. Также правильный выбор способа передачи арабских заимствований зависит от особенностей грамматики исходного и переводящего языков, доступности соответствующих эквивалентов, контекста и культурных различий.

В. В. Берёзко

ВИДОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ АНГЛИЙСКОГО ГЛАГОЛА В ПЕРЕВОДЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

Анализ способов перевода видовременных форм глагола в англо-язычном научном дискурсе на русский язык особенно интересен, так как категории вида и времени в системе глагола английского и русского языков значительно отличаются. Этим и обусловлена широкая вариативность способов перевода глагольных единиц с одного языка на другой. Целью исследования было выявление и анализ особенностей перевода видовременных форм английского глагола в научном дискурсе. Материалом исследования послужили отрывки из научных статей журнала «*Biological Science*».

Анализ показал, что наибольшую вариативность способов перевода имеет форма **Past Simple** и **Present Simple**. Первая может переводиться глаголом прошедшего времени несовершенного вида (15,8 %), глаголом прошедшего времени совершенного вида (34,3 %), глаголом настоящего времени несовершенного вида (44,7 %) и глаголом будущего времени совершенного вида (5,2 %). Форма **Present Simple** была переведена глаголами настоящего времени несовершенного вида (87,5 %), глаголами будущего времени несовершенного вида (2 %), глаголами будущего времени совершенного вида (5,25 %), глаголами прошедшего времени совершенного вида (5,25 %), что, в принципе, соответствует правилам языка и переводческой практике. Форма **Present Continuous** переводилась глаголами настоящего времени несовершенного вида (94,7 %) и глаголами будущего времени несовершенного вида (5,3 %). Форма **Present Perfect** может переводиться глаголом прошедшего времени совершенного вида (50 %) и глаголом настоящего времени несовершенного вида (50 %), что, вероятнее всего, обусловлено «двусмысленностью» этой временной формы в английском языке. Формы **Future Continuous** и **Future Perfect** вместе с **Future Simple** переводятся глаголами будущего времени несовершенного вида (100 %) и глаголами будущего времени совершенного вида (100 %) соответственно. Также особый интерес может привлечь тот факт, что форма **Past Perfect** в двух случаях переводится глаголом настоящего времени несовершенного вида. А форма **Past Continuous** передавалась на русский язык глаголом настоящего времени несовершенного вида в одном найденном случае.

Таким образом, результаты исследования показывают нетипичность способов перевода глагольных единиц некоторых форм, что обусловлено, во-первых, различиями грамматического строя английского и русского языков, а во-вторых, особенностями текстов научного стиля.

ЭВОЛЮЦИЯ ПЕРЕВОДА ТЕРМИНОЛОГИИ В СФЕРЕ IT С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК

За последние десятилетия произошли существенные изменения в терминосфере информационных технологий, что обусловлено ростом этой сферы и эволюцией интернета. Множество IT-терминов в русском языке заимствованы из английского, что свидетельствует о широком проникновении последнего в данную отрасль. Быстрое развитие отрасли приводит к чуть ли не ежедневному появлению новых понятий и необходимости их передачи на другие языки мира. Например, термин *firewall* может быть переведен на русский язык как «брандмауэр», «межсетевой экран» или просто «файрволл». С течением времени каждый из перечисленных словарных соответствий появился в ответ на эволюцию и расширение функционала данной системы-фильтра вредоносного и потенциально опасного контента и соединений в сети. Приведенный пример хорошо демонстрирует различные способы формирования русских терминов в IT: транслитерацию (файрволл), описательный перевод (межсетевой экран) и расширение значения уже существовавшего понятия (как в случае с брандмауэром, первоначально означавшим противопожарную стену здания).

Помимо вариативности перевода англоязычных IT-терминов в среде специалистов существует проблема размытости границ между терминами и сленгом. В этой связи переводчику приходится постоянно искать оптимальное решение. Важно найти баланс между разговорным и официальным словарным соответствием, чтобы точно передать смысл термина в тексте.

Также следует учитывать, что при переводе с английского на русский язык может потребоваться изменение порядка слов в предложении, чтобы сохранить правильную грамматическую структуру и использовать синтаксическую образность, характерную для языка-реципиента. Важно учесть, что бездумное копирование синтаксиса может привести к неправильному пониманию. Примером может служить предложение *Button X opens the file*, которое стоит переводить не как «Кнопка X открывает файл», а как «Кнопка X служит для открытия файла» или «Чтобы открыть файл, нажмите кнопку X».

Переводчику требуется глубокое понимание контекста и специфики предметной области для работы со специализированной лексикой, особенно в такой быстроразвивающейся сфере как информационные технологии. Важно сохранять постоянную осведомленность и понимание тенденций в IT индустрии в преломлении к интересам русскоязычной аудитории. Это подчеркивает важность актуализации профильных глоссариев, а также необходимость дальнейшего изучения и систематизации IT-терминологии.

Д. В. Зобнина

НЕКОТОРЫЕ ПРИЕМЫ ПЕРЕВОДА ТЕРМИНОВ

Термин – это номинативная специальная лексическая единица (слово или словосочетание), принимаемая для точного наименования понятий.

При переводе терминов важно правильно определить соответствующую классификацию переводческих приёмов. Различные исследования, на границе теории и практики перевода, представляют свои подходы к переводу терминов в научно-технических текстах.

Классификация, разработанная В. Н. Комиссаровым и Я. И. Рецкером, включает следующие приемы:

1. Перевод с использованием лексического эквивалента в русском языке:
а) как эквивалент используется русский термин, форма которого не связана с формой английского термина «computer science»; б) эквивалент образуется через транскрипцию английского термина «smartphone»; в) эквивалент образуется с помощью дословного перевода (калькирования) английского термина «brain drain»; г) эквивалент образуется путем использования как транскрипции, так и дословного перевода «public relations».

2. Перевод через выбор одного из возможных лексических вариантов:
а) выбор между дословным переводом и соответствующим русским термином «House of Commons»; б) выбор между транскрипцией и русским термином «brainstorming»; в) выбор между транскрипцией и описательным переводом «freelancer».

3. Перевод при помощи описания значения термина.

Другая система приемов перевода терминов была предложена В. А. Судовцевым. Эта система включает в себя следующие приемы:

1. Приемы перевода однословных и составных терминов: а) подбор эквивалента «Foreign Office»; б) прием транслитерации «multimedia»; в) прием транскрипции «offshore».

2. Приемы перевода терминологических словосочетаний.

Двухкомпонентных: а) состоящие из существительных «power absorption»; б) прилагательных + существительных «specific activity»; в) причастий + существительных «reducing transformer».

Трехкомпонентных: а) наречие + причастие + (прилагательное) существительное «highly accurate machine»; б) существительное + причастие + существительное «distance measuring equipment»; в) существительное + прилагательное + существительное «voice accessible database»; г) с инфинитивов – «easy - to cut material»; д) с предлогом «fluid in coordinate system».

Классификация, предложенная В. Н. Комиссаровым и Я. И. Рецкером, является более универсальной и основана на возможности выбора оптимального решения при переводе терминологической единицы. Классификация, выделенная В. А. Судовцевым сфокусирована на формальном построении того или иного термина и предлагает более фиксированные и точные приемы перевода терминов и терминологических словосочетаний.

А. В. Ильюшенко

ДИСФЕМИЗАЦИЯ РЕЧЕЙ АМЕРИКАНСКИХ ПОЛИТИКОВ (на материале выступлений кандидатов в президента США)

Проблема политкорректности в современном политическом дискурсе является предметом повышенного внимания переводчиков, что объясняется использованием оппонентами таких приемов как дисфемизация, порой выходящих за рамки общепринятых норм.

Американские избиратели устали от навязанной им политкорректности, которая в реальности стала гласной цензурой, препятствующей обсуждению острых проблем в обществе. Этот вывод очевиден, исходя из успеха предвыборных кампаний Дональда Трампа и действующего президента США Джо Байдена, в выступлениях которых часто встречаются дисфемизмы.

В сфере политики дисфемизмы используются, с одной стороны, для унижения и оскорбления дискредитируемого объекта речи, а с другой – разоблачения и высмеивания действий общественных деятелей и правительства (Т. Н. Абакова, 2013).

Перевод дисфемизмов может осуществляться путем использования различных переводческих приемов с учетом контекста и лингвокультурной специфики. В частности, конкретизация предполагает более точное определение, указывающее на неприязнь и неодобрение, как в примере *Our opponent's policies are a complete disaster for this country* ‘Политика наших оппонентов – **полный крах** для этой страны’ (Joe Biden, 2023). Дословный перевод применяется в тех случаях, когда существует устоявшееся соответствие между лексическими единицами исходного и переводного языков: *If you count the legal votes, I easily win* ‘Если подсчитать **достоверные голоса**, то я легко одержу победу’ (Donald Trump, 2020). Использование добавления для раскрытия посыла оратора необходимо в случае, когда контекст является недостаточным для полноты понимания, как в следующем примере: *We are entering what may well be the toughest and deadliest period of the virus* ‘Мы вступаем в период **распространения вируса**, который вполне может оказаться **самым тяжелым и смертоносным**’ (Joe Biden, 2021).

Дисфемизация заключается в выражении эмоциональной оценки путем замены стилистически нейтрального слова или выражения более резким или грубым с целью намеренного нарушения политкорректности. Опасность прямого номинирования событий в политической сфере подчеркивает необходимость формирования и использования специфической лексики при переводе, поэтому перевод дисфемизмов, используемых мировыми политиками, представляет собой сложную задачу для переводчика.

Е. О. Климович

СПЕЦИФИКА ПЕРЕДАЧИ АМЕРИКАНСКИХ КУЛИНАРОНИМОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Термин «кулинароним» включает в себя название блюд, напитков и мучных изделий. Большинство гастрономических наименований создается путём сочетания одного или более компонентов, таких как ингредиент, способ приготовления, форма блюд или особенность национальной кухни.

В процессе перевода отобранных из американского журнала «Food & Home Magazine» названий 50 блюд и такого же числа ингредиентов были использованы четыре способа передачи кулинаронимов на русский язык, а также их сочетания. Анализ способов передачи гастрономической лексики на русский язык проводился с опорой на классификации В. Н. Комиссарова, Г. Д. Томахина, С. Влахова и С. Флорина.

Эквивалентный перевод использовался при передаче таких блюд и ингредиентов, как, например, *tasty spinach potato* ‘вкуснейший картофель со шпинатом’, *leek* ‘лук-порей’. По результатам анализа он оказался наиболее частотным способом передачи кулинаронимов: 42 % и 76 % названий блюд и ингредиентов соответственно.

Транслитерация применялась значительно реже (2 % блюд и 4 % ингредиентов): *succotash* ‘суккоташ’ (кукурузно-фасолевая похлебка), *mirin* ‘мирин’ (рисовое вино). Транскрипция использовалась преимущественно при передаче на русский язык названий ингредиентов (2 %), например, *Worcestershire sauce* ‘вустерширский соус’.

Описательный перевод вкупе с функциональным аналогом использовался переводчиком, чтобы дать подробное объяснение и вызвать соответствующую ассоциацию у адресата (6 % и 8 % названий блюд и ингредиентов соответственно): *Creole Jambalaya* ‘креольский плов с курицей’, *Buckeyes* ‘кондитерское изделие из помадки с арахисовым маслом, частично заливаемое шоколадом до образования кружка с арахисовым маслом’.

Сочетание транслитерации и калькирования встречается часто, особенно в случаях наличия в названии топонима (30 % блюд и 10 % ингредиентов): *Tangier Island Virginia Crab Cakes* ‘крабовые котлеты с острова Танжер’, *kosher salt* ‘кошерная соль’, *Cayenne pepper* ‘перец кайенский’.

Использование калькирования вкупе с лексической трансформацией добавлением или опущением отмечено в 20 % названий блюд: *Teriyaki Chicken and Pineapple Skewers* ‘куриные шашлыки с ананасами в соусе терияки’, *White Texas Sheet Cake* ‘техасский листовой пирог’.

Таким образом, основным способом передачи на русский язык американских кулинаронимов является эквивалентный перевод, в то время как частотность использования других способов во многом зависит от наличия в названиях блюд и ингредиентов топонимов.

В. А. Кондрашевская

ПРИЕМЫ ПЕРЕВОДА ТЕРМИНОВ ИНДУСТРИИ МОДЫ С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК

В переводческих трансформациях можно выделить несколько типов лексических изменений, таких как переводческое транскрибирование и транслитерация, калькирование, описательный перевод, комбинированный или смешанный перевод, замена лексической семантики. В рамках лексических трансформаций можно использовать конкретизацию, генерализацию, модуляцию и другие методы.

Пример калькирования:

Down-padded coat – предмет верхней одежды, куртка или пальто, предназначенный для ношения в холодное время года. Термин-эквивалент русского языка – ‘пуховик’.

Пример транслитерации:

Crop-top – это тип футболки, которая открывает талию, пупок или живот. В русском языке эквивалентным термином является ‘кроп-топ’.

Пример транскрипции:

Blazer – это разновидность пиджака полуприталенного либо свободного кроя, может быть двубортным или однобортным, выполненный из гладкой костюмной ткани. В русском языке используется термин ‘блейзер’.

Пример описательного перевода:

Middy – это ‘свободная женская блузка с глубоким и квадратным воротником сзади и сужающейся к передней части’.

Пример комбинированного перевода:

Teddy bear coat – изделие из искусственного меха, поверхность которого по текстуре напоминает плюшевую игрушку. Термин-эквивалент в русском языке – ‘пальто-тедди’.

Таким образом, при переводе терминологии индустрии моды используются различные приемы, такие как калькирование (перенос слова или выражения из одного языка в другой без изменения структуры), транслитерация (передача звуковой формы слова или выражения на другой язык), транскрипция (передача звукового представления слова или выражения на другой язык с помощью фонетических символов), описательный перевод (раскрытие существенных признаков лексической единицы с использованием развернутых словосочетаний) и смешанный перевод

Однако на практике часто используется симбиоз этих приемов. Это объясняется значительными различиями в фонетической и графической структуре различных языков. Использование комбинации различных приемов позволяет более точно и точно передавать значение и специфику терминологии при переводе между языками.

П. А. Курдюк

ТИПОЛОГИЯ И СТРУКТУРА ЭВФЕМИЗМОВ В БРИТАНСКИЙ СМИ

Проведение анализа фактического материала современной британской публицистики с опорой на статьи информационного службы Би-би-си позволило определить типологию эвфемизмов, учитывая их сходные характеристики.

Первый тип выявленных эвфемизмов связан с различными формами дискриминации (расовой, культурной, религиозной, половой, а также в отношении сексуальных меньшинств), например: *flight attendant* вместо *stewardess* ‘бортпроводник’, *congressperson* вместо *congressman* ‘конгрессмен’.

Эвфемизмы, обозначающие болезни, физические недостатки, умственные и психические расстройства, объединяются во вторую разновидность политкорректной лексики: *learning disability* ‘нарушение способности к обучению’, *mentally challenged people* ‘лица с ограничениями интеллектуального характера’.

К следующему типу относятся эвфемизмы, связанные с социальной жизнью людей. Они обозначают социальные пороки (наркоманию, преступность, алкоголизм и т. д.), военные действия, бедность, непрестижные профессии, а также учреждения государственного надзора, например: *(the) poor* ‘бедняк’ – *socially deprived person* ‘социально неблагополучное лицо’, *police department* ‘управление полиции’ – *law enforcement agencies* ‘правоохранительные органы’.

Ряд эвфемизмов служат описанием внешности и возраста человека. В частности, предпочтительным в отношении женщины вместо *fat* ‘толстая’ является употребление *[woman] of classic proportions* ‘[женщина] классического телосложения’, а вместо *old age* ‘преклонный возраст’ используется *golden years* ‘золотые годы’.

Дипломатические эвфемизмы применяют для замены слов с явно негативной коннотацией, как в случае употребления *involvement, conflict* ‘[военный] конфликт’ вместо *war* ‘война’, *air support* ‘авиационная поддержка’ вместо *bombing, bombardment* ‘бомбардировка’.

Структура эвфемизмов в британских СМИ основана на замене прямых и острых выражений более мягкими, менее провокационными аналогами. Это может включать в себя замену негативных слов и словосочетаний более нейтральными или вызывающими менее отрицательные эмоции, использование соответствующих оборотов для смягчения или обхода табуированных тем, адаптацию сленга и жаргонных выражений для более доступной и приемлемой для аудитории интерпретации явлений и событий.

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПЕРЕВОДА ПАРОНИМОВ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Паронимы, происходящие от греческих слов “para” (возле) и “onima” (имя), представляют собой слова с одинаковым корнем, схожие в звучании, но имеющие различные значения. Например, *вдох* – *вздых*, *одеть* – *надеть*, *дипломат* – *дипломант*, *диктант* – *диктат*, *hair* ‘волосы’ – *hear* ‘слышать’, *human* ‘человеческий, свойственный человеку’ – *humane* ‘гуманный’.

В лингвистической литературе существуют разные точки зрения по поводу понятия паронимии, что создает сложности в его точном определении. Не все лингвисты рассматривают паронимию как самостоятельный лексический феномен, многие склонны относить такие слова к синонимам или омонимам. В соответствии с данным разнообразием мнений, могут быть выделены общие характеристики паронимов: они относятся к словам одной части речи, имеют общий корень, различаются значениями и могут отличаться в лексической сочетаемости.

Исходя из семантического подхода выделяют три группы паронимов: полные паронимы (например, *эффективный (действенный)* – *эффектный (производящий впечатление)*), неполные паронимы (например, *гражданский* – *гражданственный*) и паронимы, которые являются синонимами во всех значениях (например, *анекдотический (анекдотичный) поход*, *апатическое (апатичное) состояние*).

Что касается перевода паронимов с русского языка на английский и наоборот, то сложности возникают из-за различий в фонетике, грамматике и семантике двух языков. Проблема заключается также в передаче нюансов в значениях и использовании паронимов.

Так, например, паронимы-существительные “*абонемент*” и “*абонент*” будут переведены на английский язык как ‘*subscription*’ и ‘*subscriber*’.

Сравнение перевода данных паронимов на английский язык приводит к выводу, что они образованы суффиксальным способом, как и большинство английских паронимичных имен существительных: “*melodic*” – “*melody*”, “*action*” – “*activity*”.

Исходя из вышеизложенного, можно сказать, что аффиксальное слово-производство является наиболее важным продуктивным морфологическим способом образования паронимов русского и английского языков.

А. В. Панасенко

ПЕРЕВОД ФРАНКО-НОРМАНДСКИХ ЗАИМСТВОВАНИЙ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Тесная связь между английским и французским языками установилась в XI в., периоде установления нормандского господства в Англии. Франко-нормандский язык (или точнее нормандский диалект французского языка) оказал значительное влияние на формирование английского словаря. В этой связи перевод франко-нормандских заимствований английского языка на русский имеет свои особенности.

Для передачи ряда заимствований использовался эквивалент, что позволяло проследить их этимологию: франц. *castel* → англ. и франц. *castle, chateau* ‘замок, шато’. Описательный перевод также активно применялся для перевода рассматриваемых лексем на русский язык как в случае со словом *receivership* (от франц. *recevere* + *-ship*) ‘внешнее управление имуществом в связи с неплатежеспособностью’.

В случаях, когда прямой перевод франко-нормандского заимствования не был возможен, в русском языке подбирался функциональный аналог, который передавал значение исходной лексемы. Например, английское *privacy* (от франц. *privauté*) в зависимости от контекста переводится как «личное пространство, личная жизнь, конфиденциальность, уединение», что говорит об отсутствии в языке-реципиенте понятия, включающего весь диапазон значений данного слова.

Ассимиляция заимствованных лексем заключается в уподоблении самых разнообразных языковых характеристик их первоначальных значений и форм характеристикам исконных единиц заимствующего языка (С. В. Мухин, 2007). Некоторые франко-нормандские слова также прошли процесс ассимиляции в соответствии с нормами русского языка. Под влиянием ассимилированных уже существующие в языке единицы могли сменить значение, доказательством чему служит появление синонимических пар исконных и заимствованных лексем, причем первые утратили отдельные из своих значений, а некоторые даже вышли из употребления. К примеру, *army* (от франц. *armée*) в значении «войска» вытеснило исконное *fyrđ*. Примечательно, что и в современном русском языке используется слово *армия* схожей этимологии.

Таким образом, перевод франко-нормандских заимствований английского языка на русский – это процесс, потребовавший в свое время глубокого понимания лингвокультурологических особенностей соответствующих языков, а также контекста, в которых эти слова используются по сей день.

«ТРАНСФОРМАЦИЯ» КАК ПОНЯТИЕ В ПЕРЕВОДОВЕДЕНИИ

Грамматические, лексические и другие различия в языках обуславливают необходимость использования трансформаций, которые широко распространены во всех видах перевода и являются его неотъемлемой частью, так как сам процесс перевода и есть трансформация материала исходного текста в текст перевода.

По мнению В. Н. Комиссарова, «переводческие трансформации – это преобразования, с помощью которых можно осуществить переход от единиц оригинала к единицам перевода в указанном смысле. Классическим в переводе принято считать определение Л. С. Бархударова: «переводческие трансформации – это те многочисленные и качественно разнообразные межъязыковые преобразования, которые осуществляются для достижения переводческой эквивалентности («адекватности перевода») вопреки расхождениям в формальных и семантических системах двух языков». Грамматические трансформации – преобразования при переводе, которые лежат в изменении структуры предложения из-за несоответствия грамматических явлений в языках. Они могут заключаться в замене (*I'm a very good golfer* – ‘Я очень хорошо играю в гольф’), членении и объединении предложения (*I saw him leave the house* – ‘Я видела, как он вышел из дома’), перестановке (*There were dark circles under her eyes* – ‘Под глазами – тёмные круги’), синтаксическом уподоблении (*He was in London two years ago* – ‘Он был в Лондоне два года назад’).

Говоря о грамматических трансформациях, причинах их применения в своей работе «Язык и перевод» Л. С. Бархударов считает, что их необходимо применять для достижения переводческой эквивалентности, что требует от переводчика умения произвести многочисленные и качественно разнообразные межъязыковые преобразования, переводческие трансформации, для того, чтобы текст перевода максимально полно передавал всю информацию, заключённую в исходном тексте, при строгом соблюдении норм переводящего языка. Согласно Н. Е. Никитиной, причинами использования грамматических трансформаций являются: необходимость замены глагола на существительное (и наоборот); различия, связанные с типологией порядка слов (английский – строгая система, русский – свободная); наличие определённого и неопределённого артикля, сложных инфинитивных конструкций, перфектных форм времени в английском; система падежей – в русском; отсутствие прямых эквивалентов; разная коммуникативная нагрузка в предложениях; необходимость лексически передать смысл, выраженный грамматически в оригинале.

Применения грамматических трансформаций обусловлены различием языковых систем, и исходя из причин использования трансформации, пере-

водчик выбирает именно то преобразование, которое будет максимально полно передавать информацию, заложенную в языке оригинала, с учётом культурных и языковых особенностей.

М. А. Синькевич

ОБОГАЩЕНИЕ РУССКОГО ЯЗЫКА СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЙ ЛЕКСИКОЙ В ОБЛАСТИ АЭРОНАВТИКИ

В мире авиации, где каждая деталь имеет свое значение, перевод терминов играет ключевую роль в обмене информацией между специалистами. Перевод авиационной терминологии – это сложный процесс, требующий глубокого понимания как самой технической сферы, так и особенностей языка-реципиента. В отношении передачи специализированной лексики существуют разные классификации, однако практически все они включают в себя калькирование, подбор функционального аналога, описательный перевод и транслитерацию.

Исследование путей обогащения терминосферы авиации основывается на анализе фактического материала из статей журнала *Aviation International News*, представляющего собой выборку из 50 терминов с опорой на переводческие классификации В. Н. Комиссарова, С. Влахова и С. Флорина.

Приемом калькирования передано 32 % терминов, например: *angled gearbox* ‘угловой редуктор’, *exhaust nozzle* ‘реактивное сопло’. На транслитерацию приходится 4 % лексем (*deflector* ‘дефлектор’, *stringer* ‘стрингер’); данный прием позволил сохранить «внешнюю узнаваемость» лексики для русскоязычных специалистов. В 40 % случаев переводчик подобрал функциональный аналог, представляющий собой лексическую единицу, вызывающую сходную реакцию у адресата, как например: *noise suppressor* ‘глушитель’, *skin* ‘обшивка’. Описательный перевод при всей своей громоздкости в случае отсутствия соответствующей номинации в языке-реципиенте является вынужденной мерой. В проанализированной выборке частотность его использования составила 24 %. Примерами данного приема служат *ditching* ‘вынужденная посадка на воду’, *rate of climb* ‘скорость вертикального набора высоты’.

Важно отметить, что выбор приема перевода зависит от контекста и целей, которые ставит перед собой переводчик. Порой необходимо сохранить точность технических данных, а в других случаях – облегчить восприятие информации рядовым читателем.

В заключение следует подчеркнуть, что обогащение русского языка специализированной лексикой в области авиации – это важная составляющая коммуникации в профессиональной среде. Передача авиационной терминологии требует тщательного подхода и учета множества факторов, но при правильном переводе она помогает сделать информацию более доступной и понятной для всех участников авиационного сообщества.

В. А. Черногорова

СПОСОБЫ ПЕРЕДАЧИ ТАБУИРОВАННОЙ ЛЕКСИКИ
В АРАБСКОМ МИРЕ

(на материале статей новостного канала «Аль-Джазира»)

В своей повседневной работе арабские СМИ сталкиваются с проблемой табуизмов, что вынуждает такие авторитетные новостные каналы как «Аль-Джазира» балансировать между свободой слова и соблюдением культурных и социальных норм.

Наиболее распространенным выходом из положения служит использование эвфемизмов, т. е. менее откровенных или более приемлемых слов и выражений. Например, словосочетание *growing ambitions* ‘растущие амбиции’ в предложении *ISIL's growing ambitions pose a significant threat to regional security* подразумевает, что ИГИЛ стремится расширить свое влияние в регионе, при этом автору удастся избежать явного упоминания актов насилия или терроризма, делая акцент на намерениях организации.

Не менее частотным способом передачи табуизмов является их замена метафорой или аллюзией. Метафора *rest and refit* ‘отдых и обновление’ в предложении *The Israeli military's troop reduction in the southern Gaza Strip appears to be a 'rest and refit' and not necessarily indicative of any new operations* <...> обозначает период времени, когда военные восстанавливают силы и выполняют необходимые работы по подготовке к новым операциям. Аллюзия – намек на литературное произведение, историческое событие или культурный контекст – в предложении *Whoever controls Punjab will always have a sword of Damocles hanging on their head, due to the divided result* представлена выражением *a sword of Damocles* ‘Дамоклов меч’, являющейся отсылкой на предание о Дамокле, иными словами, сохранение постоянной угрозы при видимом благополучии.

Можно выделить использование цитат и прямой речи физических лиц или представителей международных организаций как в примере *Once while playing in a basketball game, a player from the opposite team called him "a raghead terrorist Arab", Sheikh told Al Jazeera*, где обращение *raghead* ‘мужчина в тюрбане’ является оскорбительным для людей, которые носят традиционные головные уборы в знак их религиозной принадлежности к исламу.

Также в подобных случаях распространено использование аббревиатур. Например, в предложении *The pope has made reaching out to LGBTQ people a hallmark of his papacy, ministering to trans Catholics and insisting that the Catholic Church must welcome all children of God* аббревиатура *LGBTQ* ‘ЛГБТК’ заменяет слово *homosexual* ‘гомосексуал’, что звучит менее оскорбительным и не нарушает чувства верующих.

Анализ способов передачи табуированной лексики в арабском мире на материале статей новостного канала «Аль-Джазира» имеет большое значение для понимания культурных, социальных и этических аспектов арабского общества.

Круглый стол
«ОБУЧЕНИЕ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ:
МЕТОДИЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ И СОВРЕМЕННОСТЬ»
(к 80-летию профессора И. М. Андреасян)»

Е. А. Бако

ОБУЧЕНИЕ УЧАЩИХСЯ ВОСПРИЯТИЮ И ПОНИМАНИЮ
СОДЕРЖАНИЯ АУТЕНТИЧНЫХ ВИДЕОПОДКАСТОВ
НА ОСНОВЕ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ПОДХОДА

В настоящее время обучение иностранному языку (ИЯ) уже не представляется возможным без привлечения огромного количества существующих аутентичных и учебных подкастов, обладающих широкими возможностями для решения разнообразных лингводидактических задач на уроках ИЯ и в самостоятельной деятельности обучающихся. Применение аутентичных видеоподкастов содействует погружению учащихся в ситуацию знакомства с традициями взаимоотношений в культуре стран изучаемого языка, с языком жестов и мимики, с ценностями представителей иной культуры, а также позволяет обучать элементам речевого этикета.

В. А. Дугарцыренова предлагает следующую классификацию подкастов для обучения ИЯ: по технической платформе; по типу мультимедиа; по количеству авторов; по форме предъявления и количеству дикторов; по типу и целевому назначению; по конечной цели обучения, по доступности ресурсов подкаста.

При выборе материалов для обучения аудированию важно использовать аутентичные видеоподкасты, которые представляют реальные ситуации общения, передают разговорный стиль речи. Для обеспечения эффективной интеграции подкастов в процесс обучения ИЯ выделяют ряд критериев для их отбора: методические, структурные, технические и административные. В частности, методические критерии предусматривают степень аутентичности представленных материалов, характер предполагаемой аудитории, цели и задачи применения видеоподкаста, уровень его сложности, тематику и ситуацию общения и др.

В процессе развития умений понимания содержания видеоподкаста учащиеся могут столкнуться с рядом трудностей (Н. В. Елухина, 1991): языковыми, смысловыми, связанными с условиями предъявления видеотекста, обусловленными источниками информации. Для их преодоления необходимо использовать различные задания, прежде всего, на преддемонстрационном этапе. Например, предваряющий комментарий, касающийся специальной или национально окрашенной лексики. Учащимся можно также предложить высказать свои предположения в отношении возможного содержания видеоподкаста, обсудить это в парах или группах. Во время просмотра

целесообразно использовать стоп-кадр, например для уточнения содержания наиболее трудных моментов в видеотексте. В целом, эти задания определяются целью работы с видеоподкастом: развитие умения понимать только основное содержание видеотекста или достигать детального понимания.

А. А. Дудка

СПЕЦИФИКА КОМПЬЮТЕРНО-ОПОСРЕДОВАННОГО ПОЛИЛОГИЧЕСКОГО ОБЩЕНИЯ ИТ-СПЕЦИАЛИСТОВ

Согласно требованиям к компетентности специалиста, указанным в общеобразовательных стандартах учреждений высшего образования, современный специалист сферы информационных технологий должен обладать следующими универсальными компетенциями: решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе применения информационно-коммуникационных технологий, осуществлять коммуникацию на иностранном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, культурные и иные различия.

Данные компетенции подтверждают востребованность полилога как неотъемлемого компонента рабочего процесса в ИТ-сфере. Полилог является ключом к эффективному сотрудничеству в данной сфере, поскольку представляет собой совместное обсуждение проектов, выдвижение идей и решение проблем с продуктом или пользователем. Постоянная поддержка контактов и связей с большим количеством людей приводит к частому чередованию разных форм речевого взаимодействия – устного и/или письменного, из чего следует определенная гибридизация полилогической речи.

Компьютерно-опосредованная коммуникация (англ. Computer-mediated communication или СМС) представляет собой любое общение между людьми, осуществляемое с помощью двух или более компьютерных устройств. Учет лингводидактических характеристик компьютерно-опосредованной межкультурной коммуникации (мультимодальности и полилогичности), а также выбор жанров компьютерно-опосредованной коммуникации (информативного, директивного, фатического и презентационного) в процессе обучения студентов гибриднему устно-письменному полилогическому общению на английском языке является фундаментальным для осуществления эффективного и результативного межкультурного взаимодействия в современном информационном обществе.

Таким образом, обучение студентов как будущих квалифицированных специалистов в сфере информационных и коммуникационных технологий устно-письменному полилогическому общению в условиях компьютерно-опосредованной межкультурной коммуникации является профессионально-ориентированным и требует особой специфики выстраивания речи говорящего в зависимости от действий, которые ему необходимо совершить и целей, которые ему при этом необходимо достичь.

О. А. Кушнеревич

**РОЛЬ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ
В ПОНИМАНИИ УЧАЩИМИСЯ КАРТИНЫ МИРА
НОСИТЕЛЕЙ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА**

Картина мира носителей языка является ключевым фактором при обучении иностранному языку, поскольку речь идет о системе представлений, ценностей и культурных норм, которые формируют способы мышления и восприятия мира у носителей изучаемого языка. Характеристики индивидуальной и общей картины мира проявляются в прецедентных феноменах.

В научной литературе отмечается (И. В. Вакорина, Ю. Н. Караулов, В. В. Красных, Ю. М. Лотман и др.), что источником прецедентных феноменов могут быть события и факты, отражающие жизнь определенной языковой личности или лингвокультурного сообщества. От концептуальных представлений учащихся о мире зависит то, насколько успешно они воспринимают, понимают и интерпретируют аутентичные аудиовизуальные тексты на иностранном языке, как впоследствии они способны выстраивать свое вербальное и невербальное поведение с учетом культурной специфики.

К прецедентным феноменам относят прецедентное имя (например, William Shakespeare), прецедентный текст (например, произведение “The Picture of Dorian Gray”), прецедентное высказывание (фраза “I’ll be back” из фильма “Terminator” (1984)) и прецедентную ситуацию (Cinderella situation). На современном этапе развития общества прецедентные феномены часто представлены в различных мультимедийных форматах, таких как аудиовизуальные тексты, под которыми понимаются произведения, состоящие из зафиксированной серии связанных между собой изображений (с сопровождением или без сопровождения звуком) и предназначенные для зрительного и слухового (в случае сопровождения звуком) восприятия с помощью соответствующих технических устройств.

Поликодовость аудиовизуальных текстов позволяет отсылать реципиента к прецедентным феноменам различными способами, не только вербальными, но и визуальными: например, путем включения знаковой композиции в звуковую дорожку фильма, использования изображений и символов; выражения эмоций действующими лицами посредством использования мимики и жестов и т.д.

В обучении учащихся старших классов иностранному языку необходимо предусмотреть развитие умений понимания прецедентных феноменов с учетом их отличительных признаков. Так, инвариантность и цитируемость прецедентных феноменов позволяют учащимся погрузиться в культурный контекст и понять, как иностранный язык используется в разных ситуациях. Повторяемость и неденотативное использование прецедентных феноменов в качестве культурных знаков помогут учащимся овладеть языковыми навыками и осознать культурологические различия.

Е. И. Легинская

ПРЕИМУЩЕСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕКСТОЦЕНТРИЧЕСКОГО ПОДХОДА ПРИ ОБУЧЕНИИ УЧАЩИХСЯ ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ (АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК)

Письменная речь играет ключевую роль в обучении иноязычному общению, предоставляет учащимся возможность улучшить свои навыки письма, расширить словарный запас, узнать о грамматических нормах и синтаксисе языка.

При обучении письменной речи на иностранном языке важно уделять внимание не только правописанию и грамматике, но и стилистике и культурным особенностям. Учащиеся должны изучать различные типы письменных текстов, чтобы развивать свои навыки письменной коммуникации в различных ситуациях. Использование текстоцентрического подхода может оказаться эффективным инструментом в достижении этой цели.

Обучение учащихся письменной речи на основе текстоцентрического подхода на английском языке может включать следующие шаги.

1. Анализ текстов: учащиеся изучают различные типы текстов (например, описания, рассказы, аргументативные тексты) и анализируют их структуру, языковые особенности и цели.

2. Моделирование текстов: учащиеся изучают образцы хорошо написанных на английском языке текстов и анализируют их особенности, чтобы понять, как можно продуцировать свои собственные тексты.

3. Практика написания: учащиеся выполняют практикоориентированные упражнения по написанию текстов различных типов, делая акцент на языковых структурах, словарном запасе и принципах организации текста.

4. Рецензирование и переработка: учащиеся учатся давать и принимать конструктивную обратную связь по написанным текстам и перерабатывать свои работы на основе полученных рекомендаций.

5. Проектная деятельность: учащиеся могут быть задействованы в создании собственных текстовых проектов, таких как письменные отчеты, эссе, статьи или создание собственного блога на английском языке.

Использование текстоцентрического подхода при обучении учащихся письменной речи на английском языке предоставляет множество преимуществ. Он способствует развитию навыков чтения и понимания текста, расширению лексического запаса, улучшению грамматической компетенции, развитию навыков письма, критического мышления и подготовке к использованию иностранного языка в реальных ситуациях общения. Этот подход может значительно повысить эффективность обучения письменной речи и помочь учащимся стать более компетентными в этом виде речевой деятельности.

А. С. Маркова

РАЗЛИЧНЫЕ ПОДХОДЫ К КЛАССИФИКАЦИИ ЭЛЕКТРОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

Существует множество подходов к классификации электронных образовательных ресурсов (ЭОР) для обучения иностранным языкам, такие как классификация по сложности исполнения, по особенностям представления содержания, по функциональному признаку и др.

Некоторые ЭОР являются программными продуктами, которые базируются на определённом учебном материале, структурированы с учётом основных дидактических и методических принципов. Различные электронные образовательные ресурсы могут применяться с учетом характера аудитории, могут быть созданы с помощью разных видов компьютерных программ и платформ, иметь разные технологии распространения.

При создании ЭОР одним из основополагающих критериев для оптимальной разработки и применения в ходе образовательного процесса является *критерий сложности исполнения ЭОР*. Согласно данному критерию, сюда включают: гипертекстовые ЭОР, простые ЭОР, видео или звуковые ресурсы и мультимедиа.

Электронные образовательные ресурсы можно классифицировать также *по особенностям представления содержания*. Выделяют электронные учебные материалы с открытым контентом и учебные материалы с авторским контентом. Первые представляют собой репозитории учебных центров и материалы образовательных порталов; в то время как вторые – учебные материалы, выполненные в среде офисных и других приложений.

Основой классификации электронных учебных материалов с авторским контентом является инструментальная программная среда разработки.

Электронные образовательные ресурсы можно классифицировать *по функциональному признаку*, поскольку с их помощью преподаватель организует различные виды учебно-познавательной деятельности обучающихся для достижения запланированных результатов.

Учет различных подходов к классификации электронных образовательных ресурсов позволяет оптимизировать выбор необходимого ресурса для нужд конкретного обучающегося, обеспечивая индивидуализацию и дифференциацию образовательного процесса. Применение ЭОР в обучении иностранным языкам дает возможность варьировать содержательную основу для развития речевых умений и совершенствования навыков, развивать ИКТ-компетенцию учителя, повышать уровень профессионального мастерства учителя, оптимизировать в целом ход овладения обучающимися иноязычной коммуникативной компетенцией.

А. Г. Нестеренко

О СПЕЦИФИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЯХ ОБУЧЕНИЯ ИТАЛЬЯНСКОЙ ДИАЛОГИЧЕСКОЙ РЕЧИ

Процесс обучения диалогу на иностранном языке всегда представлял собой особую проблематику, выделяющуюся своей уникальностью. Именно в диалоге проявляются не только речевые, но и культурные особенности носителей языка. Поэтому крайне важно создание обучающих материалов, которые позволяют преподавателям и обучающимся понимать язык как неотъемлемую часть культуры народа. В итальянской культуре такие невербальные компоненты общения, как жесты, мимика и интонация не просто дополняют словесное общение, но и часто служат ключевыми элементами для полного понимания контекста и эмоционального подтекста диалога.

Особенно значима специфика итальянских жестов, которые могут иметь уникальные значения, отличные от аналогичных жестов в других культурах. Некоторые из этих жестов являются универсальными, но многие являются уникальными для итальянской культуры и требуют от обучающихся не только знания, но и умения правильно их интерпретировать и использовать в соответствующих ситуациях.

В рамках обучения студентов можно внедрять специальные упражнения на развитие умения понимать и использовать жесты. Например, ролевые игры, в которых студенты могут вживаться в роли итальянцев, используя типичные жесты и фразы, помогут им лучше адаптироваться к итальянской коммуникативной среде. Также полезным будет анализ видеоматериалов с носителями языка, что даст студентам возможность наблюдать и анализировать невербальное поведение в естественной языковой среде. Развитие умений итальянской диалогической речи, включая как вербальные, так и невербальные компоненты, является комплексным процессом, который включает выполнение ознакомительных, тренировочных и моделирующих упражнений. Эти упражнения позволяют поэтапно освоить материал, обеспечивая глубокое понимание языковых структур и способствуя развитию умения вести естественный и эффективный диалог-беседу на итальянском языке.

Таким образом, интеграция вербальных и невербальных средств коммуникации в процессе обучения итальянской диалогической речи не только улучшает языковые навыки студентов, но и дает им ключи к пониманию и принятию культурных особенностей итальянского языка. Это делает обучение более интересным, динамичным и эффективным. Кроме того, овладение студентами типичными итальянскими жестами способствует повышению уровня их коммуникативной компетенции, что позволяет им более полно взаимодействовать в итальянском социокультурном контексте.

Ю. Н. Ровкач

РАЗВИТИЕ У УЧАЩИХСЯ СТАРШИХ КЛАССОВ УМЕНИЙ ПОЛИЛОГИЧЕСКОГО ОБЩЕНИЯ НА ОСНОВЕ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ПОДХОДА

Полилогическое общение представляет собой сложную форму коммуникации, требующую не только умения взаимодействовать с несколькими собеседниками, но и способности анализировать, резюмировать, выражать свою точку зрения и аргументировать ее. Важно отметить, что полилог подразумевает активное участие всех коммуникантов, предполагает динамичное общение с разнообразной тематикой и многослойными репликами.

В ходе работы была определена совокупность умений полилогического общения, которые необходимо развивать у учащихся старших классов: умения аргументировать свою позицию, слушать и анализировать точки зрения других, строить логически связанные аргументы, соблюдать речевой этикет, а также умение поддерживать общение и находить компромиссы; умение разрешать конфликты в процессе взаимодействия. Наиболее популярной формой полилогического общения является дискуссия. В рамках исследования были выделены такие приемы обучения дискуссии, как «круглый стол», «мозговой штурм», элементы дебатов и др. При разработке методики развития у учащихся старших классов умений иноязычного полилогического общения следует учитывать особенности дискуссии, а также возможности обозначенных выше приемов. Как показало проведенное пробное обучение, одним из наиболее эффективных приемов выступает «круглый стол».

Межкультурный подход к обучению полилогическому общению на иностранном языке предусматривает междисциплинарное интегрированное изучение языка, при этом необходимо опираться на социокультурный контекст и учитывать ценности представителей разных лингвокультур.

Использование межкультурного подхода дает возможность не только развивать умения полилогического общения на иностранном языке, но и позволяет учащимся активизировать критическое мышление, умение доступно и понятно выражать свои мысли и выслушивать мнения других участников.

Согласно проведенному пробному обучению, можно сделать следующий вывод: одним из путей развития дискуссии как формы полилогического общения учащихся старших классов на уроке иностранного языка является более широкое применение приемов современных социальных технологий, которые реализуют учебное сотрудничество обучающихся. Они дают возможность оптимизировать овладение учащимися умениями полилогического общения.

В. А. Рудаковская

**ОСОБЕННОСТИ ЦИФРОВЫХ ТЕКСТОВ,
ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬ
УЧЕБНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УЧАЩИХСЯ
В ПРОЦЕССЕ ЧТЕНИЯ**

В свете модернизации образования процесс обучения чтению на иностранном языке должен учитывать новые реалии информационного мира и обеспечивать учащихся эффективными стратегиями работы с цифровыми текстами. Для обозначения текста, созданного для цифровой среды и функционирующего в цифровой среде, используется понятие «цифровой текст» (Singer L.M., 2017). В настоящее время цифровой текст чаще всего представляет собой гипертекст и рассматривается как «особый вид письменной коммуникации, особая форма организации письменного текста, опосредованная компьютерной средой и характеризующаяся процессом нелинейного письма и чтения» (Рязанцева Т. И., 2010).

В цифровом пространстве гипертекстуальность обеспечивается с помощью гиперссылок, которые позволяют читателю осуществлять переход на другие страницы с дополнительной информацией. Гипертекстовая организация цифрового текста характеризуется *нелинейностью*, т.е. размещением фрагментов текста не в хронологической последовательности, что требует развития у учащихся умений взаимодействия с гиперссылками. Гипертекст характеризуется *интерактивностью*, что делает учащегося активным участником процесса чтения, позволяя ему выбирать порядок и способы навигации по тексту. *Дистанционность* и *доступность* предоставляют учителю и учащимся возможность осуществлять учебное взаимодействие с цифровым текстом в любое время и находиться на больших расстояниях друг от друга. *Виртуальность* подразумевает возможность быстрого доступа к различным материалам, ресурсам и инструментам для изучения иностранного языка, что помогает учащимся глубже проникать в содержание текста. Еще одним преимуществом цифрового текста является его *мультимедийность*, поскольку информация представлена как в текстовом формате, так и в графическом (в виде изображения, видео, аудио, графики и т.д.), что обогащает контент и делает информацию более наглядной и интересной для учащихся (Кулешова А. Ю., 2013).

Таким образом, взаимодействие учащихся с цифровым текстом должно организовываться с учетом его функциональных особенностей и дидактического потенциала для реализации каждого этапа изучающего чтения. Данные особенности обусловлены виртуальностью, дистанционностью, доступностью, мультимедийностью, нелинейностью и интерактивностью цифровых текстов.

ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕДИАДИСКУРСА
В ОБУЧЕНИИ УЧАЩИХСЯ ВОСПРИЯТИЮ
И ПОНИМАНИЮ РЕЧИ НА СЛУХ

Понятие «медиадискурс» является важной областью исследования как в отечественной, так и в зарубежной науке, отражая сложные процессы формирования и отражения общественных и культурных реалий. *Медиадискурс* – это совокупность всех процессов и производных речевой деятельности в области средств массовой информации. Он включает язык и символы, используемые различными формами средств массовой информации – телевидением, газетами, Интернетом и социальными сетями – для построения и передачи объективной реальности.

Медиадискурс предоставляет широкий спектр аутентичных материалов для обучения иностранным языкам. Однако существует ряд проблем, которые могут препятствовать его применению в обучении учащихся восприятию и пониманию речи на слух на иностранном языке: *проблема адаптации разговорного языка к учебным целям; сложности, обусловленные интонационными особенностями и скоростью речи; отсутствие контекста; культурные различия; ограниченный доступ к материалам; сложность содержания.*

Элементы разговорной речи в медиадискурсе могут представлять сложности для учащихся в плане восприятия. Реципиенты могут испытывать затруднения при восприятии интонаций, акцентов и скорости речи в медийных материалах. Иногда в медиадискурсе используются отрывки или фрагменты, лишённые контекста, что затрудняет понимание содержания и интерпретацию смысла для учащихся. Медиаконтент может содержать отсылки к культурным событиям, недоступным для учащихся других культур, что усложняет понимание. Некоторые медиаисточники могут быть недоступны для использования в обучении из-за авторских прав или географических ограничений. Медиадискурс часто содержит сокращения, реалии, что может привести к трудностям как в восприятии, так и в корректной интерпретации материала учащимися.

Медиадискурс обладает значительными возможностями в обучении учащихся иностранному языку, так как способствует развитию коммуникативных умений обучающихся, позволяет познакомиться с культурой и самобытностью языкового сообщества, а также предоставляет возможность разнообразить содержание обучения. Решение указанных проблем может способствовать эффективному использованию медиадискурса в образовательных целях и повышению качества восприятия и понимания иноязычной устной речи учащимися.

Е. А. Субботина

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ У УЧАЩИХСЯ РЕЧЕВЫХ ГРАММАТИЧЕСКИХ НАВЫКОВ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ

С каждым годом расширяется область применения цифровых технологий в языковом образовании, поскольку цели обучения иностранному языку на современном этапе требуют умения использовать его в реальном общении, так как практическое владение языком облегчает обмен информацией и достижение взаимопонимания между представителями разных лингвокультур.

Актуальность темы исследования определяется, с одной стороны, значимостью речевых грамматических навыков для эффективного осуществления межкультурной коммуникации, с другой стороны, недостаточной разработанностью проблемы совершенствования у учащихся речевых грамматических навыков с использованием электронных образовательных ресурсов (ЭОР).

Внедрение ЭОР в процессе обучения иноязычной грамматике позволяет успешно реализовывать многие дидактические и методические принципы: наглядности, индивидуализации и дифференциации, функциональности, ситуативности, интерактивности, новизны и др.

Что касается этапа совершенствования речевых грамматических навыков, на этом этапе решаются три основных задачи: комбинирование уже изученных грамматических форм; трансформация речевого материала и его репродукция на основе текста разговорного характера (Е. И. Пассов, 1989). Применение ЭОР позволяет обеспечить более эффективное решение этих задач. В частности, с помощью использования аудио- и видеоматериалов учащиеся могут *комбинировать* уже усвоенные грамматические явления, наполнять речевые образцы новым лексическим содержанием. В отношении *трансформации*, ЭОР могут обеспечить разнообразие ситуаций, в которых учащиеся смогут трансформировать уже изученный грамматический материал, совершенствуя тем самым гибкость речевого грамматического навыка. Что касается *репродукции*, различные виды ЭОР могут выступать в качестве стимулов для порождения высказываний, а также представлять на слух или зрительно речевые образцы, по аналогии с которыми обучающиеся будут выражать свое отношение к содержанию разговорного текста.

Таким образом, применение ЭОР дает возможность повысить качество усвоения и совершенствования речевых грамматических навыков для более успешного осуществления межкультурного общения.

Е. Д. Тарасеня

ОБУЧЕНИЕ УЧАЩИХСЯ СТАРШИХ КЛАССОВ МОНОЛОГУ-РАССУЖДЕНИЮ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ГРАФИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАТОРОВ

Актуальность темы исследования заключается в том, что в современных УОСО учащиеся старших классов зачастую не могут самостоятельно составить монолог-рассуждение на определенную тему, обосновать логично и последовательно свою точку зрения на английском языке, сделать вывод.

Монолог-рассуждение представляет собой единство следующих частей: тезис – доказательства – вывод. Это выступление одного человека, когда он размышляет над какой-то ситуацией, проблемой и т.д. Важно строить логично монолог-рассуждение и использовать понятные примеры и убедительные аргументы для доказательства своей правоты, а также уметь привлекать внимание слушающих и поддерживать интерес к высказыванию.

Графические организаторы (ГО) – это визуальное представление различных мыслительных процессов (Е.Н. Нельзина, 2022). Использование ГО в обучении монолог-рассуждению помогает учащимся четко структурировать свои мысли, развивать логику, совершенствовать навыки публичного выступления.

Способы использования ГО:

1. Создание плана. Такие организаторы, как концептуальная карта или диаграмма, могут помочь обучающимся создать план для своего монолог-рассуждения.

2. Иллюстрация аргументов. ГО можно использовать для визуализации аргументов и примеров. Например, учащийся может создать диаграмму или таблицу для того, чтобы показать причинно-следственные связи между различными аспектами обсуждаемой проблемы.

3. Структурирование информации. ГО поможет учащимся структурировать информацию и представить ее в логическом порядке. Например, временная линия может быть использована для описания последовательности событий или процесса.

4. Визуализация данных. ГО могут быть использованы для визуализации статистических данных или фактов, которые включает в себя монолог-рассуждение.

5. Развитие креативности. Использование ГО на уроках иностранного языка может способствовать развитию креативности учащихся и помочь им находить нестандартные подходы к представлению информации.

Таким образом, ГО позволяют более эффективно обучать монолог-рассуждению, а также способствуют развитию навыков анализа, синтеза и логического мышления учащихся.

А. А. Хоменко

ПРЕИМУЩЕСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КЕЙС-ТЕХНОЛОГИИ ПРИ ОБУЧЕНИИ УЧАЩИХСЯ УСТНОМУ ИНОЯЗЫЧНОМУ ОБЩЕНИЮ

Общение – это взаимодействие субъектов, при котором происходит обмен информацией, опытом, знаниями, навыками, умениями, а также результатами деятельности; необходимое условие формирования и развития личности, овладения языком. Одним из основных средств коммуникации является устное общение. Понятие «устное общение» включает в себя процессы приёма и передачи информации, наличие устной диалогической или монологической речи, использование невербальных сигналов. Это подчеркивает его важность для развития коммуникативных навыков и способностей.

Кейс-стади – это методика ситуативного обучения, основанная на реальной действительности и проблемах, требующая от учащегося принятия решения в предложенной ситуации. Кейс-технология способствует повышению заинтересованности учащихся в изучении иностранного языка, развитию социальной активности, коммуникативных навыков, навыков активного слушания и умения выражать свои мысли последовательно и логично.

Кейс должен четко соответствовать поставленной цели, иметь соответствующий уровень трудности, не устаревать слишком быстро, развивать аналитическое мышление, провоцировать дискуссию, иметь несколько решений.

Примеры кейсов для обучения устному общению на иностранном языке могут включать в себя следующие ситуации: обсуждение актуальных новостей или проблем в мире; рассмотрение этических дилемм или ситуаций, в которых учащиеся должны принять решение; дебаты по поводу важных социальных или экологических вопросов; презентации о важных исторических событиях или культурных особенностях страны изучаемого языка.

Несомненными преимуществами кейс-технологий являются:

- повышение мотивации учащихся к устному иноязычному общению;
- создание аутентичных ситуаций, что способствует развитию навыков свободного общения в ходе ролевых игр и дебатов, эффективной коммуникации и уверенности в использовании иностранного языка;
- развитие социальных навыков, когда учащиеся усваивают приемы оценки поведения других людей, развивают умение поддерживать дискуссию;
- развитие навыков самоанализа, а также навыков критического мышления, когда несогласие в дискуссии провоцирует анализ альтернативных мнений;
- формирование творческих навыков, которые важны при нахождении альтернативных решений и которые нельзя найти только с помощью логики.

А. В. Шаршун

**ДИДАКТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ
УНИВЕРСАЛЬНЫХ УЧЕБНЫХ ДЕЙСТВИЙ УЧАЩИХСЯ
В ОБУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ**

В современном языковом образовании большое внимание уделяется развитию умений, которые помогут обучающимся успешно справляться с актуальными задачами и вызовами, стоящими перед ними. Одним из ключевых аспектов такого развития являются универсальные учебные действия (УУД), под которыми понимают самостоятельные действия учащегося, направленные на саморазвитие, самосовершенствование с целью развития личностных характеристик и умений учиться (А. В. Хуторской, А. В. Федотова, З. А. Скрипко).

Выделяют следующие виды УУД: личностные, регулятивные, познавательные, коммуникативные. Для формирования *личностных* умений характерно построение личностных мотивов, самоопределение, смыслообразование. Для *регулятивных* – постановка цели, определение времени и этапов работы, использование справочной литературы и словарей на иностранном языке, итоговый контроль. *Познавательные* умения включают понимание проблемной задачи, структурирование информации в нужной форме, установку причинно-следственных связей, рефлексия. Для *коммуникативных* умений – постановка цели, планирование, выражение мыслей на иностранном языке, рефлексия.

Управление процессом формирования УУД следует осуществлять на трех последовательно усложняющихся уровнях. Для первого уровня управления характерны следующие дидактические средства: упражнения с заданной последовательностью действий (инструкция, образец, выполнение инструкции, ключ для проверки); раздаточные материалы с регламентированной последовательностью действий; электронные образовательные ресурсы с линейным алгоритмом, которые позволяют переходить на следующий уровень только после успешного прохождения предыдущего; логико-смысловые карты с заданной последовательностью действий. На следующем уровне управления целесообразно применять памятки, рекомендуемые способ или путь решения коммуникативных задач; серия наводящих вопросов; раздаточные материалы, подсказывающие направления решения коммуникативных задач; электронные образовательные ресурсы, дающие возможность выбора последовательности или способа действий. Для завершающего уровня управления используются проблемные ситуации с указанием на возможные пути их решения.

Системно и последовательно применяемые дидактические средства способствуют эффективному формированию у обучающихся УУД в процессе обучения английскому языку.

К. Д. Шукелович

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ «СИМУЛЯЦИЯ» ДЛЯ РАЗВИТИЯ У УЧАЩИХСЯ УМЕНИЙ ДИАЛОГИЧЕСКОГО ОБЩЕНИЯ

Актуальность темы исследования заключается в наличии противоречия между необходимостью оптимизировать обучение учащихся УОСО иноязычному диалогическому общению и недостаточной разработанностью проблемы использования технологии «симуляция» для развития у учащихся умений диалогического общения на изучаемом языке.

Диалогическая форма общения (ДФО) имеет ряд специфических особенностей: она состоит из диалогических единств; предусматривает чередование реплик говорящего и слушающего; реплики содержат эллипсы и дислокации; используются клише, разговорные формулы и эмоциональные выражения; реплика каждого участника зависит от речи другого.

В обучении диалогическому общению выделяют умения на уровне микродиалогов и макродиалогов. Ключевыми для успешного диалога являются умения адекватно реагировать на реплики собеседника, инициировать общение, соблюдать речевой этикет. Согласно учебной программе по иностранному языку, к концу II ступени общего среднего образования учащиеся должны владеть умениями запрашивать и сообщать информацию, выражать свое мнение, узнавать отношение собеседника к информации и аргументировать свою точку зрения.

Симуляция в обучении ДФО представляет собой воспроизведение межличностных контактов вокруг проблемной ситуации, максимально приближенной к реальности. Она способствует повышению речевой активности и социального взаимодействия участников, позволяя учитывать различные аспекты речевой деятельности. Симуляция основана на драматизации и отличается от ролевой игры тем, что не имеет четкого сюжета и ролей, а ориентирована на создание реалистичных ситуаций для обсуждения и принятия решений.

В научной литературе выделяют контролируруемую, полуконтролируемую и свободную симуляции (Е. В. Коршук, 2000). В образовательном процессе также могут использоваться компьютерные симуляторы для взаимодействия учащихся с виртуальными партнерами.

В обучении ДФО симуляция способствует развитию умений вступать в диалог, аргументировать свою позицию, проявлять эмпатию, а также содействует развитию критического мышления, рефлексии и эмоционального интеллекта.

Круглый стол
«ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ОБУЧЕНИЕ
МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ:
ЛИНГВИСТИКА И ПЕРЕВОД»

Т. А. Буткевич

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ
НАЦИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ
В КИТАЕ

Реклама играет ключевую роль в современном мире, оказывая значительное влияние на потребителей, экономику и культуру общества, формирует предпочтения, убеждения и образ жизни потребителей в разных странах мира.

В зависимости от типа рекламы формируются определенные задачи и стратегии осуществления рекламной деятельности, которые, в конечном итоге, могут влиять на поведение, мышление и культурные ценности общества. Однако все типы рекламы связывает то, что они являются эффективным инструментом определения культурных стереотипов и образов. Реклама не только предлагает товары, услуги или идеи, но и часто транслирует определенные ценности, идеалы и модели поведения. Это может приводить к стандартизации мышления и потребительского поведения в определенной стране или на определенной территории.

Важно отметить, что данные стандарты и образы варьируются в разных культурных контекстах. Рекламные стратегии и методы адаптируются под особенности конкретного рынка. Например, в Китае – стране с уникальной культурой и народом, в национальном сознании которого заложено стремление защищать эту культуру и передавать ее следующим поколениям – реклама часто отражает традиционные культурные ценности и символику, что делает ее более привлекательной и заслуживающей доверия у местных потребителей.

В докладе детально рассматриваются национально-культурные особенности рекламы китайских и иностранных брендов, ориентированных на рынок КНР, в стиле «чжунго юаньсу» (рекламы с использованием элементов китайской культуры), которая имеет ряд своих уникальных характеристик и особенностей.

Материалом для исследования послужили более 100 текстов рекламы на китайском языке из сети Интернет, а также видео-реклама в стиле «чжунго юаньсу», в которой представлены товары самых разных видов.

А. Л. Гарибян

О СТРАТЕГИЯХ ПЕРЕДАЧИ КУЛЬТУРНО-СПЕЦИФИЧЕСКИХ КОМПОНЕНТОВ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ФИЛЬМОНИМОВ

С увеличением объема производства кино и ростом спроса на фильмы возрастает и важность адекватного перевода названий фильмов, т.е. фильмонимов, на разные языки. При переводе названий фильмов используются различные стратегии, в зависимости от особенностей культурного контекста.

Одной из наиболее распространенных стратегий перевода фильмонимов является смысловая адаптация, которая представляет собой полное изменение оригинального фильмонима, связанное с невозможностью перевода культурно-специфических компонентов и устойчивых выражений. Для данной трансформации характерно добавление объясняющих или уточняющих элементов.

Рассмотрим примеры смысловой адаптации при переводе русскоязычных фильмонимов на английский язык. Так, название фильма «Чебурашка» было переведено на английский язык как *Chebi: My Fluffy Friend* 'Чеби: мой пушистый друг'. Анализ перевода показывает, что была использована смысловая адаптация. Для передачи средствами английского языка понятия Чебурашка, потребовалось добавление элементов *My Fluffy Friend*, которые компенсируют смысловую недостаточность дословного перевода.

Ярким примером использования смысловой адаптации является перевод фильмонима «Домовой» – *The House Elf* 'Домашний эльф'. При отсутствии в английском языке эквивалента ЛЕ домовой, обусловленной закрепленностью за ней культурно-специфического, то есть свойственного определенной культуре понятия, использование стратегии смысловой адаптации позволило сохранить ядро понятия как мифического существа, связанного с домом, и помочь не русскоязычному зрителю через использование аналогичного образа из английской мифологии понять сущность персонажа.

Стратегия смысловой адаптации использована и при переводе фильмонима «По щучьему велению» – *The Wish of the Fairy Fish* 'Желание сказочной рыбки'. В данном случае был задействован прием замены ЛЕ щука на ЛЕ *fairy fish* 'сказочная рыбка', отсылающий на фэнтезийный жанр фильма и передающий культурно-специфический компонент фильмонима. Данная замена не только позволила отразить культурный компонент, но и с помощью использования рифмованной англоязычной фразы сохранить стилистическую окраску фильмонима.

Таким образом, при переводе фильмонимов одной из наиболее активно используемой является стратегия смысловой адаптации. Представляя собой добавление элементов, которые уточняют смысл и дают зрителю понять характер культурно-специфических компонентов, она помогает передать соответствующие ассоциации, культурные коннотации и нюансы.

Е. А. Готовко

СПЕЦИФИКА ИНТЕРНЕТ-ЛЕКСИКИ СОВРЕМЕННОГО КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА

Доклад посвящен специфике интернет-лексики современного китайского языка, а именно, рассмотрению ее характеристик, классификации, а также способов образования.

Интернет-язык – это уникальный набор используемых в Интернете различных лексических и грамматических элементов, формирующихся в результате особенностей и ограничений сетевого общения, таких как ограниченное текстовое пространство, сокращение слов и фраз, использование аббревиатур, эмодзи, которые используются людьми в онлайн среде. Интернет-язык динамичен и постоянно развивается, отражая тенденции и культуру сетевого сообщества.

Лексика, функционирующая в китайской интернет-коммуникации, очень разнообразна. В ней присутствуют как лексические единицы общеупотребительного языка, так и слова и словосочетания, созданные непосредственно в Интернете.

Китайские лингвисты выделяют 16 лексических групп: гомофоны, сокращения, эмограммы, старые слова с новыми значениями, редуцированные образования, технические интернет-термины, неологизмы, лексика интернет-чатов и блогов, производные слова, звукоподражания, нетехнические интернет-термины, числа со скрытым смыслом, слова, созданные стяжением слогов, диалектизмы, визуальные образования, слова, записанные только иероглифами.

Китайская интернет-коммуникация характеризуется значительным количеством заимствований из других языков. В китайской интернет-коммуникации заимствованные иностранные слова возникают вследствие потребности в обновлении лексической системы путем замены потерявших свою выразительность лексических единиц на новые более выразительные. Существует 3 разновидности лексических заимствований из других языков: фонетические заимствования, семантические заимствования и фонетико-семантические заимствования.

Д. В. Живушко

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ КУЛЬТУРНО-МАРКИРОВАННОЙ ЛЕКСИКИ В ИТАЛЬЯНСКИХ НАРОДНЫХ СКАЗКАХ

Реалии представляют собой слова и выражения, которые относятся к безэквивалентной лексике. Они играют ключевую роль в передаче культурной информации и создании уникальной атмосферы в текстах, делают

сказки более колоритными и оживляют персонажей, а также позволяют читателю погрузиться в атмосферу итальянской культуры. Реалии отражают социальные, экономические и культурные аспекты общества, в котором возникла сказка, помогая понять нормы и ценности этого общества.

Руководствуясь классификациями исследователей реалий С. И. Влахова, С. П. Флорина и А. В. Суперанской в народных сказках мы выделили две группы сказочных реалий: ономастические реалии (имена персонажей, топонимы, зоонимы и др.); реалии, находящиеся вне ономастического поля (бытовые; предметы, имеющие волшебные свойства и др.).

В качестве материала для исследования мы использовали художественное произведение на английском языке итальянского писателя Итало Кальвино «*Italian Folktales*». Проанализировав культурно-маркированную лексику, мы выявили следующие лексико-тематические группы: 1. Обычаи и традиции: (свадьбы и браки), которые являются значимыми событиями и часто служат кульминацией истории (например, в сказке «*The King's Daughter and the Boar*» ('Дочь короля и кабан'); волшебство и чары являются общими элементами в итальянских сказках (например, в сказке «*The Magic Doll*» ('Волшебная кукла') девочка использует волшебную куклу, чтобы преодолеть препятствия); путешествия и приключения (в сказке «*The Seven Doves*» ('Семь голубей') братья отправляются в долгое путешествие, чтобы спасти свою сестру)); сбор урожая является важной частью многих итальянских сказок. 2. Топонимы: острова (*Sleeping Queen's Isle, Isle of Tears, Isle of Happiness*); реки (*River of the Serpents*); горы (*mountains of Gold, mountains of Niolo*); озера (*Lake Creno, Lake Garda*); города, страны (*Leghorn, Milan, Turin, Rome, Armenia, Bello*). 3. Антропонимы (имена простых людей): *Bellinda* ('Красивая змея'), *Maximilian* ('Величайший'), *Prezzemolino* ('Петрушка'). 4. Персонажи сказок: *Cicciarella* ('Чичирелла' – маленькая девочка, которая попадает в разные приключения); *Luca Malatesta* ('Лука Малатеста' – отважный рыцарь, сражающийся с драконами и защищающий слабых); *Marina Rosa* ('Марина Роза' – прекрасная русалка). 5. Зоонимы: *Cervo* (*Deer* – 'Олень'); *Leone* (*Lion* – 'Лев'); *Buezejo* ('Бьюзегьо' – волшебный бык).

В результате исследования было выявлено, реалии в народных сказках играют роль контекстуализации, отражения социокультурных особенностей, обогащения сюжета и сохранения культурного наследия, являясь важной частью народной культуры и истории. В целом, культурно-маркированная лексика выполняет ключевую функцию в передаче ценностей, норм поведения и идентичности в итальянской культуре. Она отражает богатое наследие и историю этого народа, а также способствует сохранению его традиций и культурных ценностей.

СПОСОБЫ МЕТАФОРИЗАЦИИ ОБРАЗА КИТАЯ
В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ

В современном мире, средства массовой информации играют ключевую роль в формировании мнений и восприятия. В этом контексте наиболее актуальным является образ Китая в СМИ. Одним из самых распространенных приемов при создании образа государства является метафоризация, под которой понимается «особый способ мышления, при котором сложные абстрактные понятия представляются с помощью реалий повседневной жизни, что облегчает их восприятие» (А. П. Чудинов, 2003). Как показали материалы проведенного исследования, в текстах англоязычных СМИ наиболее часто используются социоморфные метафоры, а именно: милитарные и спортивные, с помощью которых создается негативный образ Китая в мире.

Одной из наиболее частотных метафорических моделей стала «threat» – ‘угроза, опасность’; помимо нее также используются милитарные метафоры *a rising military power* – ‘растущая военная держава’ и *source of attacks* – ‘источник нападений’, создающие представление о Китае как об угрозе для миролюбивого общества.

In terms of America's military adversaries then clearly China is the real emerging threat. – ‘Что касается военных противников Америки, то ясно, что Китай является реальной возникающей угрозой’.

В противовес метафоре «threat», милитарные метафоры «partner» – ‘партнер’ и «ally» – ‘союзник’ иллюстрируют экономические отношения Китая с другими государствами, подчеркивая, что для многих он остается главным экономическим партнером. Например:

China is also Africa's partner in maintaining peace and stability. – ‘Китай также выступает в качестве партнера Африки в поддержании мира и стабильности’.

В политической жизни, как и в спорте, существуют свои лидеры, аутсайдеры и победители, поэтому нередко встречаются такие метафоры, как «leader» – ‘лидер’; «winner» – ‘победитель’; «champion» – ‘чемпион’.

From our perspective, we see China becoming a global leader in the development of skill based vocational education. – ‘С нашей точки зрения, мы видим, что Китай становится мировым лидером в разработке и внедрении профессионального образования’.

В противовес используется спортивная метафора «loser» – ‘проигравший, неудачник’, несущая отрицательную оценку, иллюстрируя отставание по каким-либо экономическим показателям:

China is the obvious loser in Asia in Apple's market. – ‘Китай – очевидный проигравший в азиатском регионе на рынке Apple’.

Таким образом, в некоторых контекстах англоязычные СМИ намеренно создают отрицательный образ Китая как «врага», нарушителя мирового

порядка и спокойствия. С помощью милитарных метафор они формируют образ «угрожающего» Китая, страны-агрессора, чья внешняя политика непредсказуема. Спортивные метафоры используются, чтобы подчеркнуть отставание Китая на мировой экономической и политической арене.

Е. С. Крукович

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ КИНОРЕЦЕНЗИИ

В современном мире культура и искусство являются неразрывной частью жизни общества. Кинематограф, в частности, занимает важное место в жизни многих людей, а кинорецензии становятся важным средством формирования общественного мнения и культурных представлений.

Кинорецензия является разновидностью жанра рецензии. Основными признаками жанра кинорецензии являются: полифункциональность, аргументативность авторской оценки, эмоциональность, полиадресатность, гибридность. Основными функциями рецензии являются информационная и оценочная, однако некоторые исследователи добавляют к этим функциям ещё мотивационную, рекламную и развлекательную функции.

В качестве материала для исследования послужили 50 современных кинорецензий из американских, так и британских интернет-ресурсов. В результате проведенного анализа мы пришли к выводу, что кинорецензии имеют определенные структурно-композиционные и лексико-семантические характеристики.

Изучение структурно-композиционных особенностей кинорецензии показало, что у данного жанра есть своя определенная структура, которая включает в себя: заголовок; начальный абзац; основной текст рецензии и заключение. Однако помимо вышеупомянутых компонентов структура кинорецензии очень часто включает в себя аннотацию, в которой кратко описывается анализируемый фильм.

В результате исследования лексико-семантических характеристик было выявлено, что для более точной передачи эмоций и мыслей автора кинорецензии свойственно использование общеупотребительной и кинематографической лексики: лексики, обозначающей специалистов, которые участвуют в создании фильма (*actor, director, filmmaker, screenwriter, executive producer, costume designer, composer*); жанр рецензируемого фильма (*western, action, horror, adventure, drama, romance*); терминов, связанных с производством фильма (*shot, trailer, camera angle, scenario, franchise, sequel, blockbuster*); лексики, обозначающей роль определенных персонажей фильма (*protagonist, antagonist, love interest, mentor*); реалий (административные здания: *The White House, The Pentagon, the Palace of Westminster*), исторических реалий (*bireme, hansom, mosstrooper, doublet*), названий компаний (*Netflix, HBO, Disney*), топонимов (хоронимы: *Washington DC, Alabama, Massachusetts*; инсулонимы:

Mallorca, Madagascar, Seychelles; ойконимы: *New Mexico, New York, London*) и антропонимов (*Emma Watson, Anya Taylor-Joy, Timothée Chalamet, Ryan Reynolds*). Было определено, что в зависимости от жанра фильма, использование тех или иных лексико-семантических средств может варьироваться.

На основе проведенного исследования было установлено, что жанр кинокритики требует внимания со стороны переводчика, так как кинокритика – это уникальный жанр, объединяющий элементы критического анализа, журналистики и публицистики.

В. В. Либерт

ГЕНДЕРНАЯ АСИММЕТРИЯ В АНГЛИЙСКОМ СЛЕНГЕ

Изучение сленга в современном дискурсивном пространстве вызывает неослабевающий интерес, как и многие вопросы гендерной лингвистики, которые до сих пор являются малоизученными или нерешенными. На стыке этих двух проблем рассматривается явление гендерной асимметрии – неравномерная представленность в языке лиц разного пола, которая проявляется в количественном доминировании мужских номинаций. Некоторые ученые связывают это с патриархальной структурой общества, однако в случае сленга наблюдается обратная тенденция: женские номинации здесь преобладают. Асимметрия в сленгизмах проявляется и в отсутствии одного из контрагентов: имеются сленговые выражения, относящиеся к одному полу, но отсутствуют аналогичные выражения с тем же или схожим смыслом, относящиеся к другому. Разнятся и типичные коннотации сленгизмов с упоминанием гендера.

Множество английских гендерно-маркированных сленговых выражений связаны с описанием внешности женщин и их сексуальной привлекательности: *vanana, butter-baby, cassava, coockie, dove, peach, sweet-potato-pie, wren* (о привлекательной женщине), *ragtop, oil-can* (о непривлекательной, уродливой женщине). В гораздо меньшей степени отражены личностные характеристики. Негативную оценку получают раскрепощенное поведение и распушенность.

Сленгизмы, называющие мужчин, касаются их характера и поведения: *butter-and-egg man, gold-mine* (щедрый), *boy-racer* (смелый, любитель быстрой езды), *wide boy* (очаровательно дерзкий, склонный к незаконным сделкам), *wimp* (нерешительный), *wuss* (трус), *galoot* (неотесанной). Положительные коннотации о привлекательной внешности мужчин в английской ненормативной лексике передают физическую развитость и силу: *able-gable* (производная номинация от фамилии секс-символа 1930 гг. актера Кларка Гейбла используется как комплимент), *beefcake* (гора мускулов), *carpet-dragger* (сердцеед), *heart-throb* (предмет обожания). Отрицательно оценены такие качества, как трусость и женоподобие: *campee* (сленг интернет игр –

тот, кто не выходит из палатки, опасаясь всего на природе), *fag* («шестёрка», младший ученик, прислуживающий старшекласснику), *Jessie* (отсылка к женскому имени), *Sissy* (маменький сынок).

Итак, гендер в английских сленговых выражений представлен непропорционально: сленгизмов, номинирующих женщин больше. Однако это вовсе не говорит о победе феминизма. Сленговые выражения фиксируют восприятие женской внешности, другие качества номинируются редко. В отношении мужчин в сленге чаще фокусируются личностные качества, привлекательность связывается только с силой и смелостью. Сленгизмы семантически отражают андроцентричный подход и мужскую перспективу в отношении противоположного пола. Субкультурная лексика воспроизводит существующие в социуме стереотипы и гендерное неравенство.

А. О. Редькова

ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТЕЛЕПЕРЕДАЧ О ПУТЕШЕСТВИЯХ ПО КИТАЮ

Познавательным телепередачам отводится важная роль в создании гармоничных культурных взаимосвязей и укреплению эффективного межкультурного общения. По результатам социологических исследований, основной целевой аудиторией познавательных телеканалов являются наиболее активные члены общества: молодежь и люди среднего возраста (20–45 лет) обоих полов.

Материалом исследования послужили выпуски познавательных телепередач о путешествиях по Китаю «The China Traveller» и «Travelogue: Exploring Hidden China», размещенные на британских каналах, которые представлены на двух языках – английском и китайском. Телепередача «The China Traveller» предлагает зрителям взглянуть на различные аспекты китайской культуры и истории. Каждый эпизод предоставляет богатую мозаику разнообразного наследия Китая. Телепередача «Travelogue» сосредотачивается на обнаружении малоизвестных регионов Китая. Зрители отправляются в увлекательные путешествия, чтобы исследовать аутентичные аспекты китайской жизни, традиции, обычаи и природную красоту.

В рассмотренных в работе англоязычных познавательных телепередачах о Китае реалиям принадлежит важная роль в создании национально-культурной специфики, которая отражает особенности страны. Для данного исследования представляется актуальным использование тематической типологии культурно-маркированных безэквивалентных единиц. В результате проведенного исследования отобранных реалий были определены следующие тематические группы: 1. Географические реалии представлены топонимами (название города *Shanghai* – 上海 ‘Шанхай’) и гидронимами (название крупнейшей реки Китая: *Yangtze River* – 揚子江 ‘Янцзы’).

2. Этнографические реалии: антропонимы (китайские имена собственные *Kuang T Hou* ‘Куанг Т Хоу’; *Mao Ning* ‘Мао Нин’ и *Tian* ‘Тянь’); названия блюд китайской национальной кухни (*chang fen* – 腸粉 ‘чанг фен’ – ролл с рисовой лапшой на пару; *Jiabin* – 茯苓夾餅 ‘Цзябин’ – традиционная пекинская закуска, в виде блина с начинкой, приготовленной из тутового гриба). 3. Общественно-политические реалии: наименования административно-территориальных единиц Китая (*Hebei Province* – 河北省 ‘провинция Хубей’; *Shandong* ‘Шаньдун – восточная провинция Китая на побережье Желтого моря’).

Согласно результатам проведенного количественного анализа, доминирующей тематической группой реалий в познавательных телепередачах о путешествиях по Китаю являются этнографические, представленные именами собственными, названиями блюд китайской национальной кухни (46 %); второй по частотности группой выступают географические реалии, представленные названиями географических объектов страны (33 %); третьей – общественно-политические реалии (21 %).

3. Ф. Сабодаш-Радько

СПЕЦИФИКА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ ВЕДУЩИХ МИРОВЫХ АВТОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Реклама играет важную роль в современном мультикультурном мире, что, безусловно, придает актуальность проводимым в данной области исследованиям. Отражая особенности материальной и духовной жизни того или иного народа, его сложившиеся стереотипы и новые веяния, рекламные тексты расширяют границы знания народов друг о друге, тем самым принимая участие в осуществлении межкультурного взаимодействия.

При переводе в другую национально-культурную среду исходная реклама может потерять свою актуальность, яркость и убедительность и перестать быть привлекательной для потенциальных потребителей. Помимо языковых проблем, которые возникают при переводе рекламного текста с одного языка на другой, существуют и некоторые аспекты межкультурного взаимодействия, которые препятствуют адекватной передаче рекламного сообщения представителям иноязычной культуры.

Вопросы, связанные с созданием рекламных текстов и слоганов, сохраняющих при переводе основной замысел оригинала и соответствующих национально-культурной специфике целевой аудитории, требуют тщательного изучения, и находятся в центре внимания данного доклада.

В ходе исследования было проанализировано более 70 слоганов англоязычной автомобильной рекламы. Полученные результаты свидетельствуют о том, что для достижения большей выразительности и запоминаемости авторы автомобильных слоганов нередко прибегают к лексическим, син-

таксическим и фонетическим стилистическим приемам. Были выделены наиболее часто используемые языковые средства выразительности: эпитеты (25 %), гиперболы (18 %), метафоры (11 %). Далеко не все проанализированные автомобильные слоганы содержат какие-либо стилистические приемы. Используются и другие языковые средства для получения нужного результата – произвести впечатление на потребителя: лаконичные формы, четкая структура предложений, позитивная семантика используемых лексических единиц и т.д.

Анализ англоязычных рекламных слоганов ведущих мировых автопроизводителей, свидетельствует о том, что при переводе рекламных слоганов, как правило, учитываются мотивы и ценности определенной нации. Наблюдается тенденция создания культурно универсальных слоганов, например: KAMAZ. Winners Technologies. Такие слоганы содержат концепты, выражающие ценности, общие для носителей ПЯ и ИЯ.

М. В. Уткина

МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ СЕМАНТИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЙ В РУССКОМ И ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКАХ

Загадочная природа цветов, а также их воздействие на человека, по сей день представляет особый интерес для исследователей самых разных областей. Важно отметить, что цвет – это, прежде всего, факт общественной жизни. Цвет – это целый мир, включающий разнообразнейшую гамму переживаний. С древних времен познание мира сопровождалось познанием цветов, что стало возможным только благодаря языку.

Колористическая лексика является богатым источником для анализа языковой картины мира, ведь образные выражения, идиомы и поговорки аккумулируют в себе социально-историческую, интеллектуальную, эмоциональную информацию конкретно национального характера. Подобно археологическим артефактам, фразеологизмы с колоративным компонентом способны представить систему ценностей целого народа.

В условиях глобализации и всё более тесного межкультурного общения появляется необходимость в повышении межкультурной компетенции, что возможно только с учётом национальной специфики языковой картины мира. Вобравшие в себя многовековые ценности народа, его менталитет и традиции, образные выражения с колоративным компонентом прочно вошли как в общеупотребительную лексику, так и в профессиональную.

В ходе исследования были проанализированы фразеологизмы с компонентом цветообозначения в русском и французском языках. Следует отметить, что особенности цветовой символики обусловлены культурно-историческими традициями, сложившимися в русской и французской культуре, а также связаны с религиозными представлениями. Для русских

«красный» – это ключевой цвет, тогда как для французов таким цветом будет «синий». «Черный» имеет примерно одинаковый ассоциативный фон и в русской и во французской культурах, при этом у французов «черный» – это еще и символ мудрости. Помимо общего значения жизненной силы, незрелости «зеленый» во французском языке символизирует честь, вежливость, уважение. Данные расхождения особо важно учитывать в процессе межкультурной коммуникации и переводческой деятельности, так как использование прямых эквивалентов может стать причиной непонимания и даже неверной трактовки суждений и понятий.

Круглый стол
«ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ОБУЧЕНИЕ
МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА»

М. А. Авсюк

СРЕДСТВА ВЕРБАЛИЗАЦИИ КАТЕГОРИИ ИНТЕНСИВНОСТИ
В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ АННОТАЦИЯХ

Интенсивность, согласно словарным определениям, – наличие той или иной напряженности. Категория интенсивности – это семантическая категория, в основе которой лежит градация количества в широком смысле этого слова. Интенсивность – количественная мера оценки качества. В ходе нашего исследования мы проанализировали англоязычные аннотации к книгам на наличие и реализацию категорию интенсивности различными средствами.

Лексические средства встречались в большинстве проанализированных нами аннотаций. В основном это были прилагательные интенсификаты: *idyllic* ‘**extremely** pleasant’ *world*, *great* ‘**very** big’ *ambition*, *stunning* ‘**extremely** beautiful’ *blend*, *terrifying* ‘**very** frightening’ *creature*, *lethal* ‘**extremely** dangerous’ *faeries*, *treacherous* ‘**extremely** dangerous’ *land*, *fiery* ‘showing **very** strong feeling’ *passion*, *breathtaking* ‘**extremely** exciting’ *book*. Были обнаружены наречия интенсификаторы: *extremely*, *highly*, *very*, *completely*, *incredibly*, *most*. Часто использовались и существительные интенсификаты: *triumph* ‘a **very great** success’, *bestseller* ‘**extremely** popular product’.

Был выявлен ряд фразеологических средств, использованных для интенсификации: *a fantasy like you’ve never read before* – ‘something happening to a **greater extent or intensity** than ever before’; *there is far more than meets the eye* – ‘it involves **more** things than you thought at the beginning’; *death is only a heartbeat away* – ‘**very** close’; *clean the house from top to bottom* – ‘in a **very** thorough way’; *vanished without a trace* – ‘disappeared **completely**’.

Были обнаружены также морфологические средства реализации категории интенсивности: *the grandest epic*, *the best book of the year*, *the most important lesson*. В отличие от превосходной степени сравнения прилагательных, как в предыдущих случаях, в одном примере – *most ancient dream* – слово *most* употребляется без определенного артикля в значении ‘very’, то есть выступает лексическим средством.

Что касается синтаксических средств, были найдены примеры использования сравнительных придаточных предложений: *He possesses more power than a single man was ever meant to wield. She has undergone more trials than one human woman can carry in her heart*. Также встречались такие примеры, где интенсификация достигается сравнительными конструкциями со значением усиления: *smaller than everyone else, couldn’t be higher*.

Таким образом, в англоязычных аннотациях чаще всего используются лексические и фразеологические средства интенсификации. Наиболее распространенными средствами выступают лексические. Морфологические и синтаксические средства встречаются реже. В ходе исследования фонетические, графические и словообразовательные средства обнаружены не были.

А. В. Гордей

КРИТЕРИИ ВЫДЕЛЕНИЯ ВИДОВ СЛЕНГА

Когда речь заходит о видах сленга, следует понимать, что единой классификации не существует, сленгизмы классифицируют на основе различных критериев.

По сфере употребления выделяют военный сленг, компьютерный, сетевой, молодежный сленг, сленг футбольных болельщиков и т. д.

Другой критерий для классификации – понятийная сфера: а) групповой сленг, использующийся людьми, объединенными в группы по интересам и увлечениям, напр., сленг авиамоделистов; б) профессиональный сленг используется в профессиональной сфере, напр., сленг столяров, медиков и пр.

Следующий критерий (А.Н. Колесниченко, 2008) – по семантике, что позволяет выделить группы сленгизмов: 1) наименования лиц, их состояния, особенностей поведения, обращения и оценка лиц; 2) наименования одежды и ее деталей, частей тела, жилья и предметов быта, оценки предметов и явлений; 3) отношения между людьми – слова со значением «бить, обманывать, производить впечатление» и т.д.; 4) наименования денег и соответствующие операции; 5) сленгизмы о студенческой жизни с преобладающим значением «быть исключенным»; 6) алкоголь; 7) интимные отношения.

Еще одним критерием классификации сленга является способ его образования: сленговые выражения, образованные по лексико-семантической модели (метафоризация), противопоставляют сленгизмам, образованным по словообразовательной модели.

Наиболее продуктивными способами образования сленгизмов (Е. Е. Матюшенко, 2007): а) суффиксация и префиксация (*воркер* ‘рабочий’, *воркать* ‘работать’); б) семантическая деривация или метафорический перенос (*раздеть* ‘обокрасть’); в) сокращения (*дутик* ‘дутая куртка’); г) заимствования (*изи* от англ. *easy* – ‘легко’).

Иной подход применен в классификации американского молодежного сленга. Здесь выделяют следующие семантические группы сленгизмов: 1) обозначающие части тела (*a dome, a bean, a melon, a coconut* ‘голова’); 2) характеризующие человека с положительной или отрицательной стороны (*lit* ‘крутой, зажигательный’; *loser* ‘неудачник’) и нейтрально (*laid-back* ‘спокойный’); 3) характеризующие ощущения и состояния (*zen* ‘в состоянии гармонии и покоя’); 4) описывающие социальные отношения (*frenemy*

‘человек, с которым есть сложные отношения, но в то же время они также друзья’, от *friend+enemy*); 5) с эмоциональной коннотацией (*sick* ‘крутой’); 6) сленгизмы тюремной тематики (*fish* ‘новый заключенный, только прибывший в тюрьму’); 7) связанные с материальными средствами (*bankroll, dough, bread, cabbage, stacks* ‘деньги’); 8) связанные с алкоголем (*guzzle* ‘пить в большом количестве’); 9) описывающие досуг (*party it up* ‘веселиться’).

Е. Д. Горохова

ОСОБЕННОСТИ ВЕРБАЛИЗАЦИИ ПОНЯТИЯ «ТЕЛЕСНАЯ ПОЛНОТА» В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Язык является составной частью культуры. С помощью национального языка можно раскрыть образ мысли его носителей, их взгляды и ценности.

Для исследования особенностей вербализации понятия «телесная полнота» в английском языке из одноязычных и двуязычных словарей (Кембриджского, Оксфордского, словарей Мерриам-Уэбстера и Коллинза) методом сплошной выборки были отобраны 106 лексических единиц (без учета повторений), обозначающие лиц, обладающих телесной полнотой, а также их характеристики.

Исследование показало, что только 2 лексические единицы выборки имеют в своей семантической структуре компонент, указующий на пол: так, единицы *curvy; buxom* могут характеризовать только лиц женского пола.

Для языковых единиц, вербализующих признак «телесная полнота», характерно наличие компонента в их семантической структуре, указывающего на положительную характеристику объекта (*bountiful; buxom*), отрицательную характеристику объекта (*bag; hambeast*). Кроме того, некоторые лексические единицы маркированы как нейтральные, скорее положительные (*broad; bubble*), а также нейтральные, скорее отрицательные (*jelly; heavy*).

Значительное количество языковых единиц маркировано в словарях как «нейтральные», однако чрезвычайно важным представляется тот факт, что указание на нейтральность сопровождается пометами «эвфемизм». Среди эвфемистических единиц укажем следующие: *full-figured; immense*.

Проанализируем отобранные лексические средства вербализации понятия «телесная полнота» в английском языке с точки зрения генезиса и характера их функционирования. На основании сферы употребления отметим разговорные ЛЕ (*enormous; chunky*), литературные ЛЕ (*bucket*), технические ЛЕ (*obesogenic*), общеупотребительную лексику (*big; bountiful*). В соответствии с критерием происхождения выделим древнеанглийские ЛЕ (*big; fat*), а также заимствования (*barrel* (старофранц.); *baloon* (франц.); *portly* (среднефранц.); *ample* (лат.); *endomorph* (греч.)). На основании степени современности укажем единицы активного вокабуляра (*overweight; fat*;

obese), а также менее распространенные единицы (*beluga; corpulent*). На основании критерия формальности укажем неформальные (*ball; large*) и формальные (*adipose; overweight*).

Таким образом, вербализация понятия «телесная полнота» в английском языке (по данным словарей) реализуется посредством лексических единиц, которые преимущественно являются разговорными по сфере употребления, нейтральными (эвфемизмами) либо негативно окрашенными по эмоционально-оценочной коннотации, характеризующими лицо безотносительно пола и возраста.

П. А. Дмитриева

ПОНЯТИЕ СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ

Современные представления о структуре языка включают понимание системных отношений его единиц. Этот вопрос породил идею полевого подхода в языковых исследованиях, намеченного Й. Триром (H. Trier, 19310) и Г. Ипсеном (G. Ipsen, 1924). Представляется важным разобраться в сути полевых структур и используемой терминологии.

Теория поля широко применяется в фонологии, грамматике, морфологии, где поле рассматривается как «системное образование, которое не только имеет свою специфику, но и обладают связями и отношениями, свойственными любой системе».

Семантическое поле признают базисом для анализа организации лексического материала языка. Это система слов, объединенных общностью значений и функций. Она рассматривается как виртуальная зона, где действие создает задающую определенный смысл форму, как условное «плавающее» пространство с взаимодействующими значениями или функциям лексических единиц, т.е. она может изменяться при изменении отношения между индивидами.

Теория семантических полей базируется на признании существования в языке семантических групп, причем языковые единицы могут вхождения в несколько разных групп. В поле выделяется ядро, которое составляют центральные значения, и периферия, содержащая специфические элементы. Характерно, что семантическое поле отражает структуру человеческого мышления и способы категоризации знаний о мире, оно играет важную роль в когнитивных процессах.

К ключевым положениям теории поля можно отнести следующие: а) при употреблении какой-либо единицы языка для понимания ее смысла в сознании активизируются другие единицы его семантического окружения; б) семантическое поле воспроизводит понятийную картину конкретной языковой общности; в) благодаря полю поддерживается непрерывность

семантического пространства; г) природа связей между единицами поля различна; д) состав и структура полей в разных языках имеют свою специфику.

На современном этапе в лингвистике изучаются как отдельные типы языковых полей напр.: функционально-семантических, словообразовательных, деривационно-семантических, лексико-грамматических, ассоциативных, метафорических, синтаксических и др., так и полевой характер языка в целом.

Очевидно, что семантическое поле – важный аналитический инструмент для осознания лексической структуры языка, который позволяет не только понимать организацию значений слов, но и анализировать их взаимосвязи и системность, что способствует пониманию особенностей когнитивных процессов, заложенных в основе языковой деятельности человека.

М. Д. Евсеевич

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ МИКРОБНЫХ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ

Представляемая работа выполняется в рамках сотрудничества с организацией-заказчиком кадров – Институтом микробиологии Национальной академии наук РБ. Институт микробиологии занимается производством микробных препаратов, широко используемых в сельском хозяйстве. Одним из каналов для продвижения микробных препаратов являются социальные сети, поэтому целью нашего сотрудничества является разработка стратегий продвижения продукции Института микробиологии в сети Инстаграм.

Социальные сети предлагают широкий спектр инструментов и возможностей для развития бизнеса, а работающие стратегии развития и построения бренда обеспечивают новые возможности сотрудничества с другими брендами, продвижения собственных продуктов и успешного нетворкинга.

Бренд имеет важное значение для маркетинга, так как помогает создать узнаваемость и доверие. Хорошо узнаваемые бренды ассоциируются с определенными качествами, ценностями и стилем жизни. Бренд объединяет материальные и нематериальные свойства продукта или услуги и формирует их индивидуальность с аналогичными объектами конкурентов. Создание и управление брендом включает в себя разработку стратегии брендинга, определение целевой аудитории, уникальное позиционирование на рынке, коммуникацию с клиентами и поддержание сильного имиджа. Одной из стратегий брендинга является развитие персонального бренда представителя организации. Целью развития личного бренда обычно является коммерческая выгода для бизнеса, например, увеличение популярности бизнеса за счет известности его представителя.

Онлайн-платформы предоставляют возможность широкой аудитории узнать о бренде и его ценностях. Они позволяют создавать и поддерживать контент, взаимодействовать с аудиторией, делиться знаниями и опытом, а также строить профессиональные связи. Электронные платформы также обеспечивают доступ к аналитике и статистике, что позволяет отслеживать эффективность продвижения бренда и вносить корректировки в стратегию. Таким образом, электронные платформы предоставляют мощный инструмент для развития и продвижения бренда в современном цифровом мире при условии стратегического планирования при продвижении продуктов, создания контент-плана и отслеживания отклика аудитории.

В. В. Zubovich

СТРУКТУРА НАИМЕНОВАНИЙ РОССИЙСКИХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ

Наименования политических партий играют важную роль в их идентификации и формировании общественного восприятия. Семантика и структура этих наименований могут быть ключевыми элементами в создании образа партии, её целей и ценностей. Методом сплошной выборки было отобрано 26 названий российских политических партий, действующих во временном промежутке с 1990 по 2024 годы.

Эргоним – разряд онима, собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения. Для наименований политических партий используется термин «политоэргоним». Наименования политических партий по своей структуре подразделяются на следующие:

- однословные, состоящие из одного полнозначного слова (простого или производного), которое выражено именем существительным в форме И.п. ед.ч.: «Яблоко», «Родина».
- сложные слова: в политоэргониме «*Российский общенародный союз*» слово *общенародный* имеет два корня.
- составные, представленные двумя группами: 1) политоэргонимы-словосочетания, состоящие из двух полнозначных лексем, соединенных сочинительной или подчинительной связями, которые строятся по модели: согласованное прилагательное + имя существительное в И. п.: «*Великая Россия*», «*Зелёная альтернатива*»; имя существительное в И. п. + имя существительное в Р. п.: «*Партия Дела*», «*Россия будущего*». 2) многокомпонентные политоэргонимы-словосочетания, включающие более двух полнозначных слов со сложной комбинацией связей между ними: «*Российская партия пенсионеров за социальную справедливость*».

Слово «партия» может входить не только в номенклатурный термин объединения, но и в часть имен собственных некоторых из них. Данное использование может служить для привлечения внимания, утверждения

статуса и значимости в политической системе, например, *Всероссийская политическая партия «Партия Дела»*, *Всероссийская политическая партия «Партия Роста»*.

Как показало исследование, являясь классическим примером эргонимов, наименования политических партий демонстрируют свойственные эргонимам особенности структуры.

М. Э. Калыхан

ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ СООТВЕТСТВИЯ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С КОМПОНЕНТОМ «СВЕТ»

Анализ переводческих соответствий фразеологизмов с компонентом «свет» позволил выявить, что английские и русские пословицы имеют как полные, так и частичные соответствия. Примеры полных соответствий: *Солнышко на всех светит*. 'The sun shines upon all alike'. *The light at the end of the tunnel*. 'Свет в конце туннеля'. *In the light of day, all things are clear*. 'При (ясном) свете дня все станет ясно (все очевидно)'.

К числу практически полным соответствиям можно отнести: *Every light is not the sun*. 'Как месяц ни светит, а все не солнышко'. *Light is light, though the blind man see it not*. 'Свет остается светом'. *The sun will bring to light what lay under the snow*. 'При ясном свете дня все станет явным'. *It's better to light a candle than curse the darkness*. 'Лучше зажечь свечу, чем проклинать темноту' (ср. перевод во фразеологическом словаре: 'Можешь – сделай, не можешь – не жалуйся'). *More light a torch gives, the shorter it lasts*. 'Чем ярче огонь, тем быстрее факел выгорает' (ср. перевод во фразеологическом словаре: 'Яркий огонь быстро годин').

Культурные коннотации фразеологизмов с компонентом «свет» позволяют проследить ассоциации со светом в разных культурах, при этом передавать ценностные аспекты, представления о доброте, истине и просвещении. Так фразеологизм *to shed light* 'пролить свет' и 'прояснить, объяснить' говорит о важности знания, просвещения и расширения понимания вопроса, ср.: *His research shed light on the origins of the universe*. 'Его исследование пролило свет на происхождение Вселенной'. Фразеома *It's a ray of light*. 'Это луч света' описывает что-то позитивное или вдохновляющее, ср.: *She became a ray of light for him that illuminated his path*. Русский фразеологизм *свет в конце туннеля* обычно используется для выражения надежды на лучшее в будущем или на выход из тяжелой ситуации, напр.: *Даже в самые трудные времена нужно помнить, что всегда найдется свет в конце туннеля*.

Перечислим варианты способов перевода рассматриваемых фразеологизмов: 1. Полный фразеологический эквивалент: *To come to light*. 'Выйти на свет, стать известным'. 2. Частичный фразеологический эквивалент: *Light a fire*. 'Разжечь огонь'. 3. Аналог: *Let there be light*. 'Да будет свет!'.

4. Калькирование: *To be in the limelight*. 'Быть в свете огней'. 5. Описательный перевод: *To be a beacon of light*. 'Быть символом надежды'. 6. Комбинированный и лексемный перевод: *To be in the spotlight*. 'Быть в центре внимания'.

А. И. Каспер

ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ РОК КУЛЬТУРЫ

Рок-культура, как часть массовой культуры, заслуживает более глубокого и пристального изучения этого уникального социокультурного феномена и его языковых средств.

Философы концентрируют внимание на идейных основах его возникновения. Рок возник в среде молодых людей как контркультура и стал средством для выражения их политических убеждений и жизненной позиции. Вместе с тем, они отмечают, что он транслирует "старые идеи" и связана с "фаустовской" цивилизацией и концепцией гуманизма. В рок-музыке актуализируются ницшеанские идеи, особенно концепция апполонического и дионисического искусства.

Социологи связывали возникновение рок-культуры с западными молодежными бунтами 1960-х годов, включая движение хиппи. Их интересовало, чем контркультура отличается от традиционной культуры. Если культура представляется через призму идей и взглядов на категорию «ценность», то вывод был очевиден: она бросала вызов господствующим ценностям, нормам и моральным устоям, создавая свою собственную систему норм и ценностей. Рок-музыка становится инструментом индивидуализации личности и катализатором преобразования человека в постиндустриальной культуре. Ключевыми вопросами остаются: стремится ли рок-культура к абсолютным и вечным ценностям, противостоящим временным ценностям массовой культуры? Связана ли рок-музыка с высокой культурой через концепты духовности, трансцендентного идеала и индивидуализации творческого процесса.

Психологи с конца 1920-х гг. разрабатывали концепцию маргинальности. В современном контексте понятие "маргинальность" приобретает положительное значение, связанное с истинностью и искренностью.

В разных областях гуманитарных знаний выявляли связь маргинальность с движением и миграцией народов, развитием рынка, торговли и особенно с возникновением городов-метрополисов. Если маргинальные группы формируются в результате нестабильности социальной организации и ослабленности социального контроля в больших городах, они начинают поиск новых форм выражения, какой и стала рок-культура, разительно отличающаяся от других направлений современной музыки.

Лингвистический подход к изучению рок-культуры состоит в исследовании всего разнообразия рок-текстов, включая не только фонетические,

синтаксические, семантические и прагматических особенности текстов песен, но и анализ обложек, биографических мифов исполнителей, внешнего вида музыканта и др.

Рано предсказывать возникновение новая наука – «рокологии», но она могла бы изучать рок-культуру не с точки зрения определенной дисциплины, а комплексно.

А. А Коляда

СПОСОБЫ МАНИПУЛЯЦИИ ИНФОРМАЦИЕЙ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ

Современное общество сегодня характеризуется возрастающей ролью средств массовой информации и усилением её влияния на общественное сознание. Потому на данном этапе развития СМИ из источника информации превратились в средства, которые контролируют и видоизменяют внутренний и духовный мир человека.

Манипуляция в средствах массовой информации – это процесс, при котором информация, представленная в СМИ, используется для воздействия на общественное мнение. В ходе изучения проблемы манипуляции информацией мы рассмотрели такие теоретические подходы, как теория научной пропаганды (Г. Лассуэлл) и теория формирования общественного мнения (У. Липпманн), и выявили, что для манипуляции информацией в англоязычных СМИ используются как лингвистические, так и паралингвистические средства.

В качестве материала для исследования послужили статьи из британских, так и американских печатных и интернет-изданий «The New York Times», «The Guardian», «Economist» за период с ноября 2019 года по январь 2024 года.

В ходе изучения способов манипуляции информацией в средствах массовой коммуникации было выявлено, что с этой целью используются такие стратегии и тактики, как: 1) заголовки и подзаголовки для манипуляции читателем: *Ukrainian refugee families in UK four times as likely to end up homeless*. – ‘Семьи украинских беженцев в Великобритании в четыре раза чаще оказываются без крова’; 2) умалчивание, преувеличение и искажение фактов: как, например, в статье, делающей акцент на тысячах семей украинских беженцев, рискующих остаться без крова этой зимой в Британии, при этом умалчивающей о предпринимаемых попытках решения данной проблемы, а также о множестве британских семей, испытывающих трудности в отопительный сезон; 3) манипуляция эмоциями и стереотипами: стереотип о том, что женщины склонны к левой политике, поддерживая социальные меньшинства и стремясь к созданию равенства, что может не понравиться праворадикальной аудитории; или стереотип о том, что богатые русские олигархи ведут себя плохо и недостойно, распоряжаясь

своими практически неограниченными бюджетами, не считаясь с социально-культурными ценностями общества; 4) применение кадров и графических элементов для манипуляции визуальным восприятием: например, фотографии военной жертвы в условиях, провоцирующие определённые эмоции у читателей или искажённый шарж на политического оппонента, призванный высмеять его позицию касательно поддержки одной из сторон военного конфликта.

А. Д. Копылова

ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИНТЕРВЬЮ В РУССКОЯЗЫЧНЫХ ИЗДАНИЯХ

Интерес к прагмалингвистическим характеристикам текста интервью вызван, прежде всего, постоянно растущим значением данного жанра на страницах газет и журналов, т.к. данный тип текста является способом представления субъективно-маркированных сведений, мнений и настроений интервьюируемого, которые предполагаются интересными для читателя в силу важности и актуальности затрагиваемых тем и вопросов.

В качестве материала для исследования послужили русскоязычные журнальные издания «Психология и Я» и «Лиза». Проанализировав 25 интервью в данных изданиях, мы определили прагмалингвистические особенности журнальных интервью, коммуникативную ситуацию интервью, особые стратегии интервьюера и респондента, а также рассмотрели способы их реализации с помощью языковых маркеров.

В результате проведенного исследования было установлено, что общие вопросы являются распространенным способом стимулирования оценочного суждения. В таких вопросах используются глаголы, которые описывают эмоциональное состояние говорящего и в то же время содержат оценочный компонент в своем значении, например, *нравится, любите, сожалеете, беспокоит*, прилагательные и причастия: *рад, счастлив, удивлен, огорчен*.

Вы любите убирать?

Вам нравится ваша работа?

Вы переживаете из-за разлуки с дочерью?

В свою очередь интервьюируемые в своих оценочных высказываниях используют наречия, которые усиливают или ослабляют оценку высказывания (интенсификаторы и деинтенсификаторы): *очень, совсем, самый, просто, абсолютно*.

Я просто обожаю путешествовать.

Очень ценю такие моменты.

Кроме того, в проанализированных интервью были случаи уклонения от ответов, размытые ответы на чётко поставленные вопросы, с целью избежать каверзных вопросов и использования информации против респондентов в дальнейшем:

Не могу дать конкретный ответ на этот вопрос.

Лучше оставить этот вопрос без ответа.

Я предпочитаю это не комментировать.

На основе проведенного исследования был сделан вывод о том, что задачи журналиста (стимулировать выражение оценки, уточнить произведенную оценку, манипулировать собеседником и внушить ему желаемую оценку) и интервьюируемого (усилить воздействующую силу своего оценочного высказывания, снизить категоричность оценки в целях оптимизации общения с собеседником) обуславливают выбор говорящими определенных языковых средств стимулирования, модификации и выражения оценки.

А. Д. Лаптева

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ МОШЕННИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

Семантика мошеннических текстов является ключевым элементом, позволяющим мошенникам убедительно представить свои предложения и тем самым обмануть потенциальных жертв. Текстовыми маркерами фейков являются особенности построения текста, употребление определенных языковых выражений и подача материала.

В 80 % проанализированного корпуса информации, мошенники используют понятные и привлекательные слова и фразы, которые внушают доверие и создают иллюзию легкости и выгоды: *Бесплатный iPhone X для первых 100 человек! Спешите забрать свой приз!; Получите кредит без справок и проверок за 15 минут; Получите доступ к эксклюзивному контенту, который изменит вашу жизнь навсегда.* Насторожить должны обещания быстрого и легкого получения финансовых выгод, бесплатного доступа к эксклюзивным предложениям или подаркам: *У нас самые низкие цены на рынке, не упустите свой шанс сэкономить; Этот курс обучения гарантирует вам работу с зарплатой от 5000 в месяц.*

Примером использования заманчивой лексики может служить схема «пирамиды», когда мошенники обещают участникам высокие доходы за счет привлечения новых участников в систему: *обеспечит вам стабильный доход; гарантирует вам финансовую независимость и успешную карьеру без усилий; гарантируем вам быструю окупаемость вложенных средств и высокий процент прибыли; поможет вам увеличить свой доход без каких-либо усилий или рисков со стороны клиента; предлагает вам легкий и быстрый способ стать богатым, не требующий больших вложений или времени.* Пример полного сообщения: *Хочешь зарабатывать? Никаких продаж! Зарабатывай с помощью своего жесткого диска от 125\$ до 600\$ в месяц! Включай компьютер и получай ежедневный пассивный доход. Все подробности по телефону [номер телефона] или в личку. Учись зарабатывать, а не работать!*

Еще одним примером – фишинг или мошенничество с помощью фальшивых онлайн-магазинов: на электронную почту поступает сообщение с просьбой изменить пароль или обновить регистрацию на сайте. Жертва переходит по ссылке, затем её просят ввести данные карты, чтобы списать один рубль «для подтверждения». Если это произошло, то появляется «зеркало», т.е. поддельная копия сайта, и таким способом мошенники получают полные данные жертвы.

Разработан индекс потенциальной «фейковости» сообщения, т.е. достоверности информации, учитывающий количественный показатель, которые выявлены как маркеры конкретного текста, свидетельствующие о возможности мошенничества. Он выражается в виде десятичной дроби: если отмечено 8 маркеров, а в процессе анализа подтвердилось 5 маркеров, то он составит $5/8=0,62$. Текст с таким значением вычисленного индекса явно будет требовать серьезной проверки на фейковый характер.

М. В. Ляшук

СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НЕОЛОГИЗМОВ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА

Интернет сеть и СМИ способствуют широкому и интенсивному распространению и употреблению лексических новообразований, отражающих явления действительности. Возникновение новых слов вызвано появлением новейших реалий и открытий. Для репрезентации нового понятия в языке может существовать целый ряд наименований, при чем неологизмы возникают и в отношении уже существующих вещей и понятий.

Анализ 150 текстов медийного дискурса периода пандемии COVID-19 показал значительное количество структурно, семантически или стилистически новых лексических единиц, появившихся в языке, связанных с болезнью и различными реакциями на нее, среди них есть новая терминология, есть и переосмысленные значения уже существующих терминов. Рассмотрим их с учетом частеречной принадлежности исследуемых лексем.

1. Сращение – высокопродуктивный способ словообразования. Производные, образованные во всех формах по морфемному составу полностью тождественны синонимичному словосочетанию. Синтаксическая связь этого словосочетания, таким образом, сохраняется в структуре производного слова, напр.: *карантикулы, ковидео, коронаэнтузиасты, карантинка, ковидиот, контактёры, коронагедон, ковидор, ковидиант, ковидарность, короноик, коронойя, корониалы, маскобесие, коронабесие, коронадурки, дистанцы, карантье, коронапокалипсис, quarantimes, infodemic, quaranzine, maskne.*

2. Суффиксальный способ словообразования очень продуктивен: *дистанционка* (суффикс -онк-), *короноваться* (постфикс -ся), *ковидник, шашлыч-*

ники (суффикс *-ник*), *ковидарь* (суффикс *-арь*), *ковидница* (суффикс *-ниц-*), *ковидный* (суффикс *-н-*), *застрянцы* (суффикс *-яниц-*), *зумиться* (постфикс *-ся*) и др.

3. Сращение – еще один продуктивный способ, формантом является выраженный или нулевой интерфикс, напр.: *ковидео*, *коронаэнтузиасты*, *думскроллинг*, *ковидавер*, *зумбомбинг*, *коронафейк*, *коронакоманда*, *коронаскептик*, *коронафобия*, *коронамаска*, *коронаречь*, *карантин-шейминг*, *coronababy*, *coronavision*, *коронапаника*, *coronaphobia* и т.д.

4. Префиксальный способ непродуктивен. Словообразовательным формантом является префикс *псевдо-* со значением ‘ложности’: *псевдопандемия*, *псевдопрививка*.

3. Непродуктивен и префиксально-суффиксальный способ: в словообразовании отмечен префикс *без-* в сочетании с суффиксом *-ник*: *безмасочник*.

Таким образом, среди словообразовательных способов периода пандемии наиболее продуктивными оказались сложения и сращения (блендинга).

Д. М. Московкина

КАСТДЕВ КАК МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ: ЦЕЛИ, МЕТОДИКА, ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ

Метод кастдев (Customer Development) – эффективный маркетинговый инструмент, который помогает бизнесам понять свою целевую аудиторию (ЦА) и создать продукт или услугу, отвечающую их потребностям. Актуальность данного метода заключается в том, что любой тип дискурса должен быть направлен на конкретную целевую аудиторию, чтобы быть успешным.

Customer Development (CustDev) переводится как «развитие потребителей». Он позволяет выявить потребности ЦА и проверить, насколько разработанный компанией прототип удовлетворяет эти потребности. Это серия «глубинных» интервью, которые проводят, чтобы протестировать жизнеспособность будущего продукта на потенциальных покупателях. В рамках CustDev проводят 3 вида интервью: проблемные, решенческие интервью и UX-тесты.

Стив Бланк, разработчик концепции, в своей книге «Четыре шага к озарению. Стратегии создания успешных стартапов» утверждает: «Многие стартапы упускают из вида процессы исследования своих рынков, выявления своих первых потребителей, подтверждения своих гипотез и развития своего бизнеса. Только немногие компании делают это. И они идут по пути успеха. Они следуют по этапам модели развития потребителей» (С. Бланк, 2005). Данная модель разбивает все виды деятельности, связанные с потребителем, на 4 этапа: выявление потребителей, верификация потребителей, расширение клиентской базы, выстраивание компании (С. Бланк, 2005).

Этот подход основан на предположениях к пониманию следующих вещей: 1) Кто ваши потребители? 2) Каковы их проблемы и потребности? 3) От чего сегодня зависит их поведение? 4) За какие новые продукты они готовы платить? 5) Как при принятии решений вами следует учитывать то, как принимают решения ваши клиенты? (С. Альварес, 2015)

От внедрения данной модели выигрывают не только новички на рынке, так как бизнес-модели крупных и зрелых компаний также не могут оставаться неизменными (С. Альварес, 2015).

Основные принципы методологии можно свести к 5 пунктам: 1) желание понять потребности клиента; 2) четкая последовательность экспериментов; 3) обратная связь; 4) итеративность; 5) фокус на клиенте.

Кастдев помогает составить портрет целевой аудитории, узнать ее предпочтения, желания, запросы и развивать свой продукт или услугу в соответствии с полученной информацией.

А. С. Срывкина

ВИДЫ РЕЧЕВОЙ АГРЕССИИ В СМИ

Дискурс СМИ – один из наиболее распространенных и влиятельных пространств проявления речевой агрессии. Как основной источник информации для массовой аудитории СМИ оказывают огромное влияние на формирование общественного мнения и восприятия событий. Вместе с этим, они также становятся площадкой для выражения агрессивных речевых актов. Основываясь на классификации Е. И. Шейгала, рассмотрели примеры речевой агрессии в дискурсе СМИ.

Примером **эксплетивной** агрессии в СМИ являются комментарии под статьями или «постами», где встречаются оскорбления, унижения и угрозы в адрес авторов. В комментариях к политическим новостям можно найти высказывания, направленные на дискредитацию оппонентов и создание конфликтных ситуаций. Различные формы онлайн-насилия, с которыми сталкиваются женщины, включают угрозы, оскорбления, клевету, шантаж, кибербуллинг, незаконное распространение интимных фотографий и видео и др.

Широко распространена в дискурсе СМИ и **манипулятивная** агрессия. Агрессивные речевые акты основаны на изменении исходного смысла информации, использовании ярлыков и диффамации. В политической рекламе можно увидеть использование негативных характеристик и обвинений в адрес оппонентов. Типичный пример – во время президентских выборов в США в 2016 г. кампания кандидата Д. Трампа целенаправленно атаковала соперника Х. Клинтон и ее семью, демонстрируя в предвыборном ролике изображения, связанные со скандалами бывшего президента Б. Клинтон, утверждая, что выбор Х. Клинтон приведет к безнаказанности за сексуальные домогательства.

Имплицитная агрессия характеризуется завуалированным выражением агрессивных намерений через косвенные речевые акты и иронические инвективы, напр.: в комедийных шоу и сатирических программных передачах скрытая агрессия выражается через юмор или сарказм. Примером может служить сатирический сегмент комедийного шоу ‘The Daily Show’, в котором Джон Стюарт насмехается над ‘Pointergate’ – историей, связанной с политикой и расовыми предубеждениями. В Миннеаполисе, США, были сфотографированы вместе мэр города и один из организаторов общественных мероприятий, причем мэр указывал пальцем в сторону организатора. Возникли споры и обвинения в том, что жест мэра был связан с преступностью или насилием.

Шоу ‘The Daily Show’ подчеркивает абсурдность истории ‘Pointergate’ и критикует расовые предубеждения и политическую манипуляцию, для убедительного выражения точки зрения используется юмор и сарказм. Используя комедийный формат, шоу поднимает серьезные вопросы и указывает на проблемы общества.

П. Д. Стрельская

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СОМАТИЧЕСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С ЛЕКСЕМОЙ GUT(S)

Среди национально-специфических компонентов культуры фразеологизмы занимают особое место. Во фразеологической системе любого языка можно выделить обширную группу – ФЕ с компонентом соматизмом, т.е. наименованиями частей тела человека. Наименее многочисленными являются ФЕ с обозначениями внутренних органов человека, большую часть которых составляют ФЕ с лексемой *gut(s)*.

Лексема *gut(s)* может переводиться на русский язык как ‘кишечник’, ‘кишка(и)’, ‘внутренности’. В зависимости от значения данной лексемы можно выделить несколько групп ФЕ:

1) Обозначение жизнеспособности человека. *A kick in the guts* буквально означает ‘удар в кишки’, но обозначает неудачу или же наказание за безрассудное поведение. Кишки в данном случае относятся к гордости или достоинству, которые рушатся из-за негативных обстоятельств извне. Повреждение кишок может стать летальным для человека, так иногда и может ощущаться очередное поражение. *To have smn's guts for garters* ‘спустить шкуру’ также в своей основе имеет *guts* как важный орган, без которого человек не сможет функционировать.

2) Обозначение передней части тела возле поясицы. Большая часть ФЕ, в которых лексема *gut(s)* реализуется в данном значении, является сленговой и обозначает тучного человека: *a blubber gut(s)*, *a gut-bucket*, *a tub of guts* и т.п.

3) Обозначение интуиции. *Sb's gut* обозначает человеческое чутье, интуицию, нечто, что он чувствует в глубинах своего организма. Отсюда и многочисленные варианты обозначения данного чувства: *a gut feeling/ reaction/instinct/factor*.

4) Обозначение мужества, решимости. Лексема *gut(s)* также реализуется во ФЕ в своем значении 'мужество, решимость'. *To have (got) guts* – быть решительным человеком, *to have the guts to do smth* – иметь мужество сделать что-либо.

5) Обозначение темноты. *(As) black as a dog's guts*, устаревшая ФЕ, но когда-то она использовалась для обозначения крошечной тьмы, возможно такой же, что царит в наших внутренностях.

Таким образом, лексема *gut(s)* реализуется во ФЕ в значениях, не только связанных с денотацией человеческого органа, но и для обозначения человеческих чувств и способностей.

П. А. Худова

ГРАММАТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ НЕЙТРАЛЬНОГО ГЕНДЕРА В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

В последние десятилетия изучение влияния языка на формирование и выражение гендерной идентичности стало особенно актуальным для лингвистики. Очевидно, что происходящие в обществе изменения и тенденции находят отражение в языке, который служит инструментом для передачи различных идей и концепций. Одной из актуальных тенденций в русле гендерной самоидентификации является использование гендерно нейтральных местоимений.

Традиционно в большинстве языков присутствует бинарная парадигма: мужской / женский род. Однако в последнее время все чаще замечается введение еще одной гендерно нейтральной категории в данную оппозицию. Для ее выражения в языках появляются гендерно нейтральные местоимения. Их использование в таких языках, как, например, шведский, финский и эстонский, широко распространено для описания лиц без отсылки к биологическому полу и является одним из инструментов, помогающих снять ограничения гендерного бинаризма.

В английском языке в качестве гендерно нейтральных используются местоимения *they/ themselves/ their* вместо *he/ she, himself/ herself, him/ her*. Существует подход, представители которого рассматривают использование гендерно нейтральных местоимений грамматически некорректным, поскольку оно требует изменений в грамматической структуре предложений.

Вместе с тем, анализ англоязычных публикаций СМИ за 2020–2023 гг. показывает, что несмотря на определенные сложности в адаптации традиционных грамматических правил к реалиям времени гендерно нейтральные местоимения получили активное использование. Например, небинарный

музыкант Люк Чако в одном из своих интервью заявил: I'm a human who gets to express **themselves** however they want to 'Я человек, который выражает себя так, как хочет', а журнал Glamour прибегает к местоимению they в отношении известной актрисы Эммы Коррин: They also highlighted the importance of using a platform such as Instagram to speak about important issues such as gender identity 'Они также подчеркнули важность использования такой платформы, как Instagram, чтобы говорить о таких важных вопросах, как гендерная идентичность'.

Таким образом, использование гендерно нейтральных местоимений выступает одним из способов выражения гендера в языке, позволяющим избежать идентификации по биологическому полу и способствующим признанию множества гендерных самовыражений.

Е. В. Черноок

СИНТАКСИЧЕСКИЕ ИНТЕНСИФИЦИРУЮЩИЕ СРЕДСТВА РУССКОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ

Категория интенсивности может быть выражена различными языковыми средствами. Объектом данного исследования являются русскоязычные рекламные слоганы, они изучаются на предмет актуализации категории интенсивности при помощи синтаксических средств. Наибольшее внимание мы уделяли синтаксическим средствам на уровне предложения, однако некоторые были выделены и на уровне словосочетания. Так, например, мы отметили наличие интенсифицирующих субстантивных и адъективных словосочетаний.

Субстантивные словосочетания – это словосочетания с именем существительным в качестве главного слова, которому подчиняются по способу согласования прилагательные, местоимения-прилагательные, причастия, а по способу управления – существительные и другие слова с предметным значением в различных беспредложных и падежно-предложных формах. Мы отметили, что для передачи интенсивности в избранных рекламных слоганах в субстантивных словосочетаниях используются усилительные прилагательные: *огромный выбор товаров для дома; превосходный вкус и качество.*

В адъективных же словосочетаниях в роли главного слова выступают качественные прилагательные, зависимым компонентом в них является наречия, инфинитивы и существительные. Например, *очень вкусный кофе для настоящих гурманов; безумно выгодное предложение на все товары.*

Наконец, на уровне предложения синтаксические средства актуализации категории интенсивности представляют из себя различные синтаксические конструкции, повторения, редупликации, а также сами сложноподчиненные предложения местоименно-союзного характера.

В рекламном тексте *Ну и цены! Так дешево, что не верится!* Используется как усилительная синтаксическая конструкция *ну и...!*, посредством

которой автор текста создает образ какого-либо признака, представленного в определенной степени или мере; сложноподчиненное предложение, построенное по модели «так..., что...».

В слогане ресторана *Настолько вкусно, что вы захотите еще* представлено сложноподчиненное предложение местоименно-союзного характера, построенное по модели «настолько..., что...»

Следовательно, выражение категории интенсивности в рекламных слоганах посредством синтаксических средств осуществляется на уровне словосочетаний лексических единиц со значением усиления признака; на уровне предложения – при помощи синтаксических конструкций с устойчивой структурой и сложноподчиненных предложений местоименно-союзного характера.

Е. А. Ширкина

ПАРАМЕТРЫ СОЗДАНИЯ ИНДИВИДУАЛЬНОГО РЕЧЕВОГО ПОРТРЕТА ГОВОРЯЩЕГО

Строгой модели в описании речевого портрета придерживаются немногие исследователи. Разница в подходах требует рассмотрения различных параметров. Параметры анализ по М. В. Китайгородской и Н. Н. Розановой (1995) включают: лексикон языковой личности – отражает владение лексико-грамматическим фондом языка; тезаурус (использование разговорных формул, речевых оборотов, особой лексики, которые делают личность узнаваемой); прагматикон – система мотивов, целей, коммуникативных ролей, которых придерживается личность в процессе коммуникации. Три уровня этой модели соответствуют уровням языковой личности в модели Ю. Н. Караулова (2010): вербально-семантический, когнитивный и прагматический.

Среди параметров для описания речевого портрета русского интеллигента Л. П. Крысин (2001) называет: особенности набора языковых единиц (консонантизм, вокализм; лексика, словоупотребление) и специфика речевого поведения (формулы общения, прецедентные феномены, языковая игра). Он определяет элементы речи, которые отличают социальные слои говорящих, уделяя особое внимание сознательному или неосознанному избеганию употребления литературной, просторечной, жаргонной и диалектной лексики.

Социолингвистическую характеристику речевого портрета литературного героя на фонетическом, грамматическом и лексическом уровнях дает А. С. Гафарова (2006). Д. А. Буравчикова (2009) называет три уровня речевой портрет современного журналиста: семантический, мотивационный и уровне когнитивной лингвистики.

Другую схему, раскрывающую структуру речевого портрета и позволяющую описать его предлагает М. Н. Гордеева (2008): особенности языковых единиц разных уровней и речевого поведения (этикетные формулы,

речевые клише, прецедентные феномены, языковая игра); лингвокультурологические особенности (отражение культуры в языке) и рефлексия персонажей и метаязыковые пометы. Находим общие параметры речевого портрета онлайн-личности в работе А. А. Селютина (2010): специальный вокабуляр интернет-среды; жанр виртуальной коммуникации; вовлеченность в языковую игру; множественность образов онлайн-личности; анонимность/открытость виртуального общения; долгосрочность пребывания в виртуальном пространстве

Интерес представляет и рассмотрение характеристик в речевом портрете носителя просторечия (В. Д. Черняк, 1999) и целостным речевым портретом языковой личности (О. Г. Алюнина, 2010), где подчеркивается идея их иерархически организованной структуры.

Как видим, исследование языкового портрета продолжается, что позволит лучше понять влияние языка на идентичность, взаимодействие с окружающим миром, языковые навыки и их использование в повседневной жизни.

СОДЕРЖАНИЕ

ПЕДАГОГИКА

| | |
|---|----|
| <i>Аливер К. Д., Плиговка В. Д.</i> ПОВЫШЕНИЕ СТРЕССОУСТОЙЧИВОСТИ БУДУЩЕГО ПЕДАГОГА В ПРОЦЕССЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ | 3 |
| <i>Бабанская Я. Ю.</i> ТРУДНОСТИ В ОБУЧЕНИИ ШКОЛЬНИКОВ: В ЧЕМ ПРОЯВЛЯЮТСЯ И ЧЕМ ОБУСЛОВЛЕННЫ? | 4 |
| <i>Бильдюк М. Д.</i> РОЛЬ РОДИТЕЛЬСКОГО КОНТРОЛЯ И ПОДДЕРЖКИ В СОЦИАЛЬНОМ РАЗВИТИИ УЧАЩИХСЯ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА..... | 5 |
| <i>Богдан И. Д.</i> ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ..... | 6 |
| <i>Богданович В. А.</i> КАК ПОВЫСИТЬ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ПРОФЕССИИ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ: МНЕНИЯ СТУДЕНТОВ | 7 |
| <i>Борисова П. Б.</i> РАЗВИТИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО САМОСОЗНАНИЯ У СОВРЕМЕННЫХ СТАРШЕКЛАССНИКОВ | 8 |
| <i>Брилева Д. Д.</i> УРОВНИ АКТИВИЗАЦИИ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОДРОСТКОВ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ | 9 |
| <i>Бунда Ю. А.</i> УКРЕПЛЕНИЕ ЗДОРОВЬЯ ПЕДАГОГА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ | 10 |
| <i>Гуринович О. Н.</i> АРТИСТИЗМ УЧИТЕЛЯ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В ПОДРОСТКОВЫХ КЛАССАХ | 11 |
| <i>Дорош Ю. В.</i> ЭСТЕТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ КИТАЯ..... | 12 |
| <i>Дубинина А. В.</i> ТЬЮТОРСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ОДАРЕННЫХ УЧАЩИХСЯ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ УЧРЕЖДЕНИЙ ОБЩЕГО СРЕДНЕГО ОБРАЗОВАНИЯ | 13 |
| <i>Зайцева М. С.</i> ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ИНТЕРЕСА ШКОЛЬНИКОВ К УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ..... | 14 |
| <i>Карпицкая М. И.</i> ВОСПИТАНИЕ СОВЕСТИ КАК ВНУТРЕННЕГО РЕГУЛЯТОРА НРАВСТВЕННОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОДРОСТКОВ..... | 15 |

| | |
|---|----|
| <i>Колесень Ю. С.</i> РОЛЬ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ОБЩЕНИЯ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭФФЕКТИВНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В УЧРЕЖДЕНИЯХ ОБЩЕГО СРЕДНЕГО ОБРАЗОВАНИЯ | 16 |
| <i>Кухарева Д. А.</i> ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КЛАССНО-УРОЧНОЙ СИСТЕМЫ ОБУЧЕНИЯ | 17 |
| <i>Макуца Д. С.</i> БЛАГОПОЛУЧИЕ ПОДРОСТКА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ: ОТ ЧЕГО ЗАВИСИТ И КАК ОБЕСПЕЧИТЬ?..... | 18 |
| <i>Медведева Н. В.</i> ПОДГОТОВКА ПЕДАГОГИЧЕСКИХ КАДРОВ В ГЕРМАНИИ | 19 |
| <i>Медвецкая А. П.</i> ЗНАЧИМОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ВОСПИТАТЕЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК» | 20 |
| <i>Михалкович В.</i> ПРОФИЛАКТИКА АГРЕССИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОДРОСТКОВ | 21 |
| <i>Можар В.</i> СУЩНОСТЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СИСТЕМЕ «УЧИТЕЛЬ-УЧЕНИК» | 22 |
| <i>Овсейчик Д. И.</i> ВЛИЯНИЕ ТЕЛЕВИДЕНИЯ НА ФОРМИРОВАНИЕ НРАВСТВЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННЫХ ПОДРОСТКОВ | 23 |
| <i>Павловская А. П.</i> ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ С ОДАРЕННЫМИ УЧАЩИМИСЯ СРЕДНЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА | 24 |
| <i>Поляк Ю. А.</i> ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАБОТЫ КЛАССНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ И СЕМЬИ ПО ВОСПИТАНИЮ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ | 25 |
| <i>Рябцева Е. В.</i> ФОРМИРОВАНИЕ УЧЕБНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ 5–6 КЛАССОВ НА УРОКАХ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА | 26 |
| <i>Савицкая Д. А.</i> СТИМУЛИРОВАНИЕ УЧЕБНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОДРОСТКОВ: РЕФЛЕКСИЯ СТУДЕНТАМИ ШКОЛЬНОГО ОПЫТА..... | 27 |
| <i>Симанькова Е. Е.</i> РЕАЛИЗАЦИЯ ЛИЧНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ УЧАЩИХСЯ 6-х КЛАССОВ УЧРЕЖДЕНИЯ ОБЩЕГО СРЕДНЕГО ОБРАЗОВАНИЯ | 28 |
| <i>Сироткина М. А.</i> ОСОБЕННОСТИ ПРОЦЕССА СОЦИАЛИЗАЦИИ УЧАЩИХСЯ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА | 29 |
| <i>Соколова В. Н.</i> ЦЕННОСТНОЕ ОТНОШЕНИЕ К ЗДОРОВЬЮ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ КАК ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА... | 30 |

| | |
|--|----|
| <i>Стиридович Д. А.</i> ОРГАНИЗАЦИЯ ГРАЖДАНСКО-ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ ГЛАЗАМИ БЕЛОРУССКИХ ШКОЛЬНИКОВ..... | 31 |
| <i>Тупко О. В.</i> ПРОФИЛАКТИКА ДЕВИАНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ В УОСО .. | 32 |
| <i>Труфанова Д. В.</i> ИГРОВЫЕ МЕДИАРЕСУРСЫ КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ МОТИВАЦИИ К ИЗУЧЕНИЮ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА | 33 |
| <i>Фіцкевіч В. Дз.</i> УЗРОСТ І НАВУЧАННЕ: ПРАКТЫЧНЫЯ АСПЕКТЫ ВЫКЛАДАННЯ ЗАМЕЖНАЙ МОВЫ | 34 |
| <i>Хомченко Е. П.</i> ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПОДДЕРЖКА УЧАЩИХСЯ С ДЕВИАНТНЫМ ПОВЕДЕНИЕМ | 35 |
| <i>Юхневич Е. И.</i> УРОВНИ СФОРМИРОВАННОСТИ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ У СТАРШЕКЛАССНИКОВ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ | 36 |
| <i>Яричевская А. Б.</i> ПОДХОДЫ К РАССМОТРЕНИЮ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ..... | 37 |
| <i>Яцук А. А.</i> ВОЗМОЖНОСТИ ИНТЕРАКТИВНЫХ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ В ПРОЦЕССЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА | 38 |

МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

| | |
|---|----|
| <i>Верас А. Е.</i> ОБУЧЕНИЕ УЧАЩИХСЯ СТАРШИХ КЛАССОВ ПРОСМОТРОВОМУ И ПОИСКОВОМУ ВИДАМ ЧТЕНИЯ НА ОСНОВЕ КОММУНИКАТИВНО-КОГНИТИВНОГО ПОДХОДА (АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК)..... | 39 |
| <i>Долгович А. А.</i> СОЦИАЛЬНО-РОЛЕВОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ КАК ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ МЕЖКУЛЬТУРНОМУ ДИАЛОГИЧЕСКОМУ ОБЩЕНИЮ | 40 |
| <i>Жабчиц А. А.</i> ОБУЧЕНИЕ УЧАЩИХСЯ УСТНОЙ РЕЧИ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПРИЕМОВ ИНТЕНСИВНОГО ОБУЧЕНИЯ | 43 |
| <i>Кавцевич Д. В.</i> КОММУНИКАТИВНО-КОГНИТИВНЫЙ ПОДХОД К ОБУЧЕНИЮ НАПИСАНИЮ ЭССЕ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ | 44 |
| <i>Лобков А. Д.</i> К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ У УЧАЩИХСЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ НА МАТЕРИАЛЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТОВ..... | 45 |
| <i>Молчан А. А.</i> ОБУЧЕНИЕ УЧАЩИХСЯ ИЗУЧАЮЩЕМУ ЧТЕНИЮ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ НА ОСНОВЕ КОММУНИКАТИВНОГО ПОДХОДА | 46 |
| <i>Пашкевич Т. В.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КЕЙС-ТЕХНОЛОГИИ В ОБУЧЕНИИ ИНОЯЗЫЧНОМУ ГОВОРЕНИЮ | 47 |

| | |
|--|----|
| <i>Руденко Д. Д.</i> АУДИОВИЗУАЛИЗАЦИЯ КАК ПРОЦЕСС ВОСПРИЯТИЯ И ПОНИМАНИЯ АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ..... | 47 |
| <i>Статкевич М. И.</i> ВЗАИМОСВЯЗАННОЕ ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ ИЗУЧАЮЩЕМУ ЧТЕНИЮ И КРИТИЧЕСКОМУ МЫШЛЕНИЮ | 48 |
| <i>Федюкова В. В., Урбанович И. Г.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПЛАТФОРМЫ MOODLE В ПРЕПОДАВАНИИ РКИ | 49 |
| <i>Чепик И. В., Сяо Ян.</i> ОБУЧЕНИЕ УЧАЩИХСЯ ДИАЛОГИЧЕСКОМУ ОБЩЕНИЮ НА КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ НЕВЕРБАЛЬНЫХ СРЕДСТВ..... | 52 |

ПЕРЕВОД И ОБУЧЕНИЕ ПЕРЕВОДУ

| | |
|---|----|
| <i>Алехнович Т. Г.</i> ОСОБЕННОСТИ И СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ЭЛЛИПТИЧЕСКИХ КОНСТРУКЦИЙ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ..... | 59 |
| <i>Бабосова А. С.</i> РУССКИЕ НАРОДНЫЕ СКАЗКИ ГЛАЗАМИ МАСТЕРОВ МСТЕРЫ И ПАЛЕХА..... | 60 |
| <i>Баран А. И.</i> РОЛЬ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С ЭЛЕМЕНТОМ ЦВЕТА В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ..... | 61 |
| <i>Барбутько А. В.</i> ПЕРЕДАЧА ОСОБЕННОСТЕЙ ЯЗЫКА ГЕРОЕВ МУЛЬТИПЛИКАЦИОННОГО ФИЛЬМА (на примере мультсериала “Смешарики”)..... | 62 |
| <i>Бородынич К.А.</i> ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В СОЦИОЛЕКТЕ ГЕЙМЕРОВ | 63 |
| <i>Бортник К. А.</i> СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА СЛОЖНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ В НАУЧНЫХ И ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ..... | 64 |
| <i>Васюченко Ю. А.</i> ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ КОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА В ПЕРЕВОДЕ СИТКОМОВ | 65 |
| <i>Волков Г. П.</i> ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА СОВРЕМЕННОЙ ИТ-ТЕРМИНОЛОГИИ | 66 |
| <i>Вольщук А. А.</i> МОТИВИРОВАННОСТЬ АНГЛИЙСКИХ АНТРОПОНИМОВ | 67 |
| <i>Воробьева А. М. Д.</i> ТРУДНОСТИ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПЕРЕВОДА КИНОФИЛЬМОВ | 68 |
| <i>Вышников В. А.</i> ВОЗМОЖНОСТИ КЛАССИФИКАЦИИ ТЕРМИНОЛОГИИ ХОККЕЯ С ШАЙБОЙ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СПОРТИВНЫХ СМИ | 69 |

| | |
|--|----|
| <i>Ганевич Д. И.</i> СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ ОТРИЦАНИЯ (на материале английского языка)..... | 70 |
| <i>Ганеева А. А.</i> СОХРАНЕНИЕ СПОСОБОВ АКТУАЛИЗАЦИИ ПОУЧИТЕЛЬНОЙ ФУНКЦИИ МУЛЬТФИЛЬМА ПРИ ПЕРЕВОДЕ | 71 |
| <i>Гардейчик А. А.</i> СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЛИРИКИ Г. ГЕЙНЕ В РУССКИХ ПЕРЕВОДАХ | 72 |
| <i>Гончар Д. Д.</i> ЭКСПРЕССИВНЫЙ СИНТАКСИС В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ | 73 |
| <i>Горнашевич Д. А.</i> АНГЛИЙСКИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С КОМПОНЕНТОМ-СОМАТИЗМОМ КАК ЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ И ПЕРЕВОДЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ | 74 |
| <i>Данилова Д. Д.</i> ПЕРЕДАЧА ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ КОРЕЙСКОЙ КИНО/ВИДЕОПРОДУКЦИИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ФИЛЬМОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК | 75 |
| <i>Демешонок Е. С.</i> СТРЕССООБРАЗУЮЩИЕ ФАКТОРЫ УСТНОГО ПЕРЕВОДА (на материале русского и английского рабочих языков)..... | 76 |
| <i>Дроянкова Е. В.</i> ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ВИЗУАЛЬНЫХ НОВЕЛЛ С РУССКОГО ЯЗЫКА НА АНГЛИЙСКИЙ..... | 77 |
| <i>Ермакович Ю. С.</i> ПРОИЗНОСИТЕЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В АВСТРАЛИИ И ИХ УЧЕТ В ПЕРЕВОДЕ | 78 |
| <i>Жданович А. А.</i> СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА РЕАЛИЙ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ КИНОДИСКУРСЕ НА РУССКИЙ ЯЗЫК (на материалах сериала «Игра престолов»)..... | 79 |
| <i>Жук А. С.</i> ПЕРЕВОД РЕАЛИЙ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ ПУТЕВОДИТЕЛЕ «БЕЛАРУСЬ» НАЙДЖЕЛА РОБЕРТСА | 80 |
| <i>Журавлёв Д. И.</i> СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА ВОЕННЫХ ТЕРМИНОВ С РУССКОГО ЯЗЫКА НА ТУРЕЦКИЙ (на примере игры «Танки»)..... | 81 |
| <i>Зимянина Е. Г.</i> ОЦЕНОЧНАЯ ЛЕКСИКА В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ И ОСОБЕННОСТИ ЕЕ ПЕРЕВОДА | 81 |
| <i>Иванчик А. Ж.</i> УСТНЫЙ ПЕРЕВОД ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЙ КАК ВИД ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ | 82 |
| <i>Ивашкевич В. Р.</i> ТЕРМИНОСИСТЕМА ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА (на материале англоязычной и русскоязычной прессы) | 83 |
| <i>Ильюшенко И. В.</i> СЕМАНТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА КОМПАРАТОВ В АНГЛИЙСКИХ ОБРАЗНЫХ СРАВНЕНИЯХ (на материале романа Э. Резерфорда «Лондон»)..... | 84 |

| | |
|--|-----|
| <i>Иолоп Д. П.</i> ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА МАНИПУЛИРОВАНИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕКСТАХ В АСПЕКТЕ ПЕРЕВОДА (на материале 11 сентября 2001) | 85 |
| <i>Каранкевич Д. Д.</i> СЕМАНТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА ОСНОВАНИЙ АНГЛИЙСКИХ ОБРАЗНЫХ СРАВНЕНИЙ В РАССКАЗАХ А. К. ДОЙЛЯ | 86 |
| <i>Кисляк Д. Д.</i> ОСОБЕННОСТИ ИМЁН СОБСТВЕННЫХ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ КОМПЬЮТЕРНЫХ ОНЛАЙН-ИГРАХ И ИХ ПЕРЕВОД НА РУССКИЙ ЯЗЫК | 87 |
| <i>Князева Ю. С.</i> ПЕРЕВОД ЭТНОКУЛЬТУРОНИМОВ В ТЕКСТАХ О НАРОДНЫХ ПРОМЫСЛАХ БЕЛАРУСИ..... | 88 |
| <i>Ковалевич К. М.</i> СЛОЖНЫЕ СЛОВА В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ: ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ И ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ | 89 |
| <i>Козловская А. А.</i> ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ В СКАЗКАХ ОСКАРА УАЙЛЬДА ... | 90 |
| <i>Колокустова Д. С.</i> ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗА РОССИИ КАК АГРЕССОРА В АМЕРИКАНСКОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ПРЕССЕ 2022–2023 годов..... | 91 |
| <i>Кондратеня К. В.</i> ОСВЕЩЕНИЕ КЛИМАТИЧЕСКОЙ ДИПЛОМАТИИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ (ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АСПЕКТ) | 92 |
| <i>Красенкова Т. П.</i> ЛОКАЛИЗАЦИЯ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР ЖАНРА ПРИКЛЮЧЕНЧЕСКИЙ БОЕВИК | 93 |
| <i>Красницкая Е. К.</i> ЛОКАЛИЗАЦИЯ И ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ В ПЕРЕВОДЕ РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ..... | 94 |
| <i>Крох Д. Е.</i> ИДИОМЫ, ВЫРАЖАЮЩИЕ КОНЦЕПТ «НЕУДАЧА» В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ И РУССКОЯЗЫЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ... | 95 |
| <i>Кругликова А. С.</i> АНАЛИЗ ПОНЯТИЙНОГО АСПЕКТА КОНЦЕПТА «СЕМЬЯ» (по материалам англоязычных толковых словарей) | 96 |
| <i>Кулецкая Ю. С.</i> ТИПЫ КОМПЛИМЕНТА В РУССКОЯЗЫЧНЫХ И АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ | 97 |
| <i>Курович Е. Е.</i> О ВЕРБАЛИЗАЦИИ КОМИЧЕСКОГО НА КОНТЕКСТУАЛЬНОМ УРОВНЕ (на материале англоязычной и русскоязычной прессы о Джо Байдене)..... | 98 |
| <i>Лащинина Я. Д.</i> СТРАТЕГИИ ДОМЕСТИКАЦИИ И ФОРЕНИЗАЦИИ В ПЕРЕВОДЕ МИФОВ О МИНСКЕ НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК..... | 99 |
| <i>Лемешонок В. А.</i> ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕДИЦИНСКОЙ МЕТАФОРЫ В АКТУАЛИЗАЦИИ ФУНКЦИЙ МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА..... | 100 |

| | |
|---|-----|
| <i>Лис А. А.</i> ИНТЕРТЕКСТУАЛИЗМЫ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ | 101 |
| <i>Ловкис В. С.</i> ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ДИАЛОГОВ ИГРЫ «DISCO ELYSIUM» В УСЛОВИЯХ ЕЁ ЛОКАЛИЗАЦИИ..... | 102 |
| <i>Малаш А. А.</i> ФУНКЦИОНАЛ ФРАНЦУЗСКИХ РЕАЛИЙ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СУБТИТРАХ (ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АСПЕКТ) | 103 |
| <i>Мартынюк В. М.</i> ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПОСЛОВИЦ, РЕПРЕЗЕНТИРУЮЩИХ ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ, И ИХ РУССКОЯЗЫЧНЫЕ СООТВЕТСТВИЯ | 104 |
| <i>Миренков И. В.</i> ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО КОМПОНЕНТА В НОВОСТНОМ АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИАТЕКСТЕ И ИХ ПЕРЕВОД НА РУССКИЙ ЯЗЫК | 106 |
| <i>Михайловская Д. Ю.</i> ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЭВФЕМИЗМОВ В СОВРЕМЕННЫХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ | 106 |
| <i>Мурашко Н. В.</i> ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕРМИНОВ С ГРЕКО-ЛАТИНСКИМИ ПРЕФИКСАМИ (на материале научного стиля) | 107 |
| <i>Нарчук А. С.</i> СРЕДСТВА АДРЕСОВАННОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СТАТЬЯХ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ: ОСОБЕННОСТИ И ПЕРЕВОД..... | 108 |
| <i>Нижевич Я. А.</i> ОСОБЕННОСТИ СОДЕРЖАНИЯ БРИТАНСКИХ НОВОСТНЫХ СТАТЕЙ О ФУТБОЛЬНЫХ ТРАНСФЕРАХ (на материале информационного портала Sky Sports) | 109 |
| <i>Никитченко В. И.</i> СТРУКТУРА И СЕМАНТИКА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С СОБСТВЕННЫМИ ИМЕНАМИ И СПЕЦИФИКА ИХ ПЕРЕДАЧИ НА РУССКИЙ ЯЗЫК..... | 110 |
| <i>Никифорова К. А.</i> ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ПОХВАЛЫ И КОМПЛИМЕНТА В КОММЕНТАРИЯХ К ПОСТАМ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА | 111 |
| <i>Ннеджи М. Д.</i> О ПЕРЕДАЧЕ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ ПРИ ПЕРЕВОДЕ РЕЧЕЙ ПОЛИТИКОВ (на материале выступлений Терезы Мэй)..... | 112 |
| <i>Пащковская Я. А.</i> СЛОЖНЫЕ ИМЕНА СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА В АСПЕКТЕ ПЕРЕВОДА..... | 113 |
| <i>Пчёлкина К. В.</i> СОХРАНЕНИЕ ЖАНРОВО-СТИЛИСТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ АНГЛИЙСКОГО ЛИМЕРИКА В ПЕРЕВОДЕ НА РУССКИЙ ЯЗЫК..... | 115 |

| | |
|---|-----|
| <i>Рабчаева В. С.</i> ЛИТЕРАТУРНАЯ АДАПТАЦИЯ РОМАНА ДЖЕЙН ОСТИН “ЭММА” К ЕГО ОДНОИМЕННОЙ ЭКРАНИЗАЦИИ 2020 ГОДА | 116 |
| <i>Размук А. Н.</i> МЕТАФОРИЗАЦИЯ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ КОМПЬЮТЕРНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ..... | 117 |
| <i>Раткевич К. Д.</i> СПЕЦИФИКА УСТНОГО ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОГО ПЕРЕВОДА РАЗНОЯЗЫЧНОГО ОБЩЕНИЯ (на примере международной пресс-конференции)..... | 118 |
| <i>Романович Р. А.</i> ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПЕРЕВОДА В ЖАНРЕ ФАНТАСТИКИ (на примере фильма «Дюна»)..... | 119 |
| <i>Романовская В. В.</i> СПЕЦИФИКА ПЕРЕДАЧИ ДИМИНУТИВНОСТИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ С РУССКОГО ЯЗЫКА НА КОРЕЙСКИЙ | 120 |
| <i>Саботковская К. П.</i> ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК СТИХОТВОРЕНИЯ А. БЛОКА «НОЧЬ, УЛИЦА, ФОНАРЬ, АПТЕКА...» | 121 |
| <i>Савицкая А. В.</i> ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЯЗЫКОВЫХ ФОРМУЛ В НАРОДНЫХ СКАЗКАХ..... | 122 |
| <i>Садковская Е. В.</i> СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫЕ, ПРОИЗВОДНЫЕ ОТ ФРАЗОВЫХ ГЛАГОЛОВ: ОСОБЕННОСТИ СТРУКТУРЫ, СЕМАНТИКИ И ПЕРЕВОДА | 123 |
| <i>Слесарь А. А.</i> СРЕДСТВА ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В ПЕРЕВОДЕ РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ | 124 |
| <i>Смальцер Д. Д.</i> АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ ПАССИВНЫЕ КОНСТРУКЦИИ И СПЕЦИФИКА ИХ ПЕРЕВОДА НА РУССКИЙ ЯЗЫК (на материале публицистических и научных текстов)..... | 125 |
| <i>Стреж В. А.</i> ОБРАЗ ШЛЯХТЫ В ПОВЕСТИ В. КОРОТКЕВИЧА «ДИКАЯ ОХОТА КОРОЛЯ СТАХА» | 126 |
| <i>Трасикова Е. В.</i> ВЫСКАЗЫВАНИЯ С ИМПЛИЦИТНОЙ СЕМАНТИКОЙ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ..... | 127 |
| <i>Ткаченко Е. И.</i> ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛИЙСКИХ ОБРАЗНЫХ СРАВНЕНИЙ ИЗ РОМАНА Г. ГРИНА «ТИХИЙ АМЕРИКАНЕЦ» НА РУССКИЙ ЯЗЫК | 128 |
| <i>Точицкая И. А.</i> ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВВОДНЫХ КОНСТРУКЦИЙ В НАУЧНЫХ И ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА | 129 |
| <i>Трацевская К. И.</i> ПРЕДПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕКСТА ПО СИНХРОННОМУ ПЛАВАНИЮ..... | 130 |
| <i>Трубей А. В.</i> ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛИЙСКИХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ НА ШВЕДСКИЙ ЯЗЫК | 131 |

| | |
|--|-----|
| <i>Федорова Н. Ю.</i> ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОНЦЕПТА <i>MORE</i> В ПОВЕСТИ Э. ХЕМИНГУЭЯ «СТАРИК И МОРЕ» НА РУССКИЙ ЯЗЫК | 132 |
| <i>Франюкевич М. А.</i> МЕТАФОРА КАК СРЕДСТВО СМЫСЛОПОСТРОЕНИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ И РУССКОЯЗЫЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ | 133 |
| <i>Холупова Е. С.</i> ЛОКАЛИЗАЦИЯ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР В ЖАНРЕ ФЭНТЕЗИ | 134 |
| <i>Хомякова А. А.</i> ПЕРЕВОД ПРЕДВЫБОРНЫХ РЕЧЕЙ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПОЛИТИКОВ | 135 |
| <i>Хроменкова В. А.</i> ОТДЕЛЬНЫЕ ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ И ГРАММАТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЯЗЫКА НОВОСТНЫХ СТАТЕЙ НА ОФИЦИАЛЬНОМ ПРАВИТЕЛЬСТВЕННОМ САЙТЕ США, РЕЛЕВАНТНЫЕ ДЛЯ ПЕРЕВОДА» | 136 |
| <i>Цырельчук А. С.</i> СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА ИГРЫ СЛОВ В ПЕСНЯХ ЭМИНЕМА | 137 |
| <i>Чайкина А. А.</i> СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ПЕСЕННОЙ ЛИРИКИ КАК ЭЛЕМЕНТА КИНОТЕКСТА | 138 |
| <i>Чехович Н. Н.</i> НЕКОТОРЫЕ ПРИЁМЫ ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЙ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ФИЛЬМОВ | 139 |
| <i>Шаблинская М. И.</i> ГРАММАТИЧЕСКИЕ И ЛЕКСИЧЕСКИЕ ЗАМЕНЫ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА (на материале романа М. Пьюзо «Крестный отец») | 140 |
| <i>Шеванова Г. О.</i> АНГЛОЯЗЫЧНАЯ И РУССКОЯЗЫЧНАЯ ТЕРМИНОСИСТЕМЫ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КРИЗИСА В СТРАНАХ ЗАПАДА (на материале электронной прессы) | 141 |
| <i>Шемет А. Ю.</i> ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ПЕРЕДАЧИ ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТИЛЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДЕЯТЕЛЯ В ПЕРЕВОДЧЕСКОМ АСПЕКТЕ (на материале англоязычных и русскоязычных публичных выступлений) | 142 |
| <i>Шкрабкова М. А.</i> ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ ФЭНТЕЗИЙНОГО МИРОУСТРОЙСТВА В ПЕРЕВОДЕ (на материале романов Шеннон Мессенджер) | 143 |
| <i>Язвинская Я. С.</i> СТРАТЕГИИ ЛОКАЛИЗАЦИИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ МЕМОВ | 144 |
| <i>Ярмощук П. Ю.</i> СРАВНИТЕЛЬНЫЕ КОНСТРУКЦИИ В ТЕКСТАХ СМИ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ПЕРЕВОДА | 145 |
| <i>Яцукевич Е. В.</i> О НЕКОТОРЫХ СПОСОБАХ ДОСТИЖЕНИЯ РЕПРЕЗЕНТАТИВНОСТИ ПЕРЕВОДА РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ | 146 |

Круглый стол
**«СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ:
ВЗГЛЯД МОЛОДОГО ИССЛЕДОВАТЕЛЯ»**

| | |
|--|-----|
| <i>Ануфриев И. М.</i> К ПРОБЛЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА У ОБУЧАЮЩИХСЯ В СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ..... | 147 |
| <i>Сахащик Е. И.</i> К ПРОБЛЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ ДИВЕРГЕНТНОГО МЫШЛЕНИЯ УЧАЩИХСЯ..... | 148 |
| <i>Сахащик Е. И.</i> К ПРОБЛЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ УЧЕБНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ У СТУДЕНТОВ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА (на примере МГЛУ) | 149 |

Круглый стол
**«ФОРМИРОВАНИЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ НАВЫКОВ СТУДЕНТОВ
В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН»**

| | |
|--|-----|
| <i>Гилимович Д. И.</i> ИССЛЕДОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ СТАРШЕКЛАССНИКОВ | 151 |
| <i>Завадко А. М.</i> РАЗВИТИЕ ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВ БУДУЩЕГО СПЕЦИАЛИСТА | 152 |
| <i>Петрулёва В. Д.</i> ВЗАИМОСВЯЗЬ МЫШЛЕНИЯ И ТВОРЧЕСТВА В ЛИЧНОСТНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ РАЗВИТИИ СПЕЦИАЛИСТА..... | 153 |
| <i>Стойка А. А.</i> ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ У ПОДРОСТКОВ | 154 |
| <i>Чепляева К. А.</i> ОРГАНИЗАЦИЯ ВНЕУРОЧНОЙ ПРИРОДООХРАННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ДЕТСКИХ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ ЛАГЕРЕЙ | 155 |
| <i>Шестало Е. А.</i> ГРАЖДАНСКОЕ ВОСПИТАНИЕ СТАРШЕКЛАССНИКОВ..... | 156 |

Круглый стол
**«РУССКИЙ ЯЗЫК: ТЕОРИЯ, ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ,
ПРАКТИКА ПРЕПОДАВАНИЯ»**

| | |
|---|-----|
| <i>Войтюк А. Н.</i> УЧЕБНЫЙ ПОДКАСТ В ПРАКТИКЕ ПРЕПОДАВАНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО | 157 |
|---|-----|

| | |
|---|-----|
| <i>Ван Жань.</i> СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА..... | 158 |
| <i>Гакуть В. В.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЙ НАГЛЯДНОСТИ В ОБУЧЕНИИ РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ | 159 |
| <i>Жук А. В.</i> ЭМОДЗИ КАК ОСОБЫЕ СИМВОЛЫ ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИИ..... | 160 |
| <i>Крапивная С. А., Козловская Л. А.</i> ЭТНОНАЦИОНАЛЬНАЯ СИМВОЛИКА В ПРАКТИКЕ ПРЕПОДАВАНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО | 161 |
| <i>Маевская А. Н.</i> АНГЛИЦИЗМЫ В СОСТАВЕ СОВРЕМЕННОГО МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА | 163 |
| <i>Рублевская Т. Н.</i> ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С ГЛАГОЛАМИ ПЕРЕМЕЩЕНИЯ В РУССКОМ И ИСПАНСКОМ ЯЗЫКАХ | 164 |
| <i>Хэ Яцянь.</i> НАЗВАНИЯ КОСМЕТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ БЕЛОРУССКИХ БРЕНДОВ КОСМЕТИКИ: СТРУКТУРНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА | 165 |
| <i>Шемякина А. Д.</i> ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ АНГЛИЦИЗМОВ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ | 166 |
| <i>Шерматов З. Ш.</i> ЛЕКСИКА ТЕМАТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ «КИБЕРСПОРТ» В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ..... | 167 |

Круглый стол
«ЛИНГВОМЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЯЗЫКОВОЙ ПОДГОТОВКИ
СТУДЕНТОВ МЛАДШИХ КУРСОВ»

| | |
|---|-----|
| <i>Багель М. В.</i> СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ МОДАЛЬНОСТИ В РУССКОЯЗЫЧНОМ РЕЛИГИОЗНОМ ДИСКУРСЕ | 169 |
| <i>Барановская П. П.</i> ГИПЕРО-ГИПОНИМИЯ В ЛЕКСИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА (на материале наименований артефактов)..... | 170 |
| <i>Дегтеренко Т. И.</i> ТАКТИКА СОЗДАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ОБРАЗА В АКАДЕМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ | 171 |
| <i>Доморацкий И. А.</i> БЕЗЭКВИВАЛЕНТНАЯ ЛЕКСИКА В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ И ЕЕ ТЕМАТИЧЕСКОЕ РАЗНООБРАЗИЕ.... | 172 |
| <i>Донда Д. А.</i> ЭКЗОТИЧЕСКАЯ ЛЕКСИКА В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ И ЕЕ ОСНОВНЫЕ ИСТОЧНИКИ | 173 |
| <i>Ермаченко А. А.</i> МОТИВИРОВАННОСТЬ НАИМЕНОВАНИЙ ЯГОД В РАЗНОСТРУКТУРНЫХ ЯЗЫКАХ (на материале белорусского, английского и немецкого языков) | 174 |

| | |
|---|-----|
| <i>Заблотская А. А.</i> ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИИ РОЛЕВОЙ ИГРЫ | 175 |
| <i>Короткая И. А.</i> ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СРЕДСТВ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЭМОТИВНОСТИ В АНГЛО- И РУССКОЯЗЫЧНЫХ СКАЗОЧНЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЯХ | 176 |
| <i>Кошель А. Д.</i> РАЗВИТИЕ УМЕНИЙ МОНОЛОГИЧЕСКОЙ РЕЧИ УЧАЩИХСЯ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИИ ДЕБАТОВ..... | 177 |
| <i>Пархомук Е. В.</i> РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ БИОМОРФНОГО КУЛЬТУРНОГО КОДА В БЕЛОРУССКОЙ И АНГЛИЙСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ: СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ | 178 |
| <i>Пенкина К. А.</i> МОДАЛЬНЫЕ ГЛАГОЛЫ С СЕМАНТИКОЙ ПРЕДПОЛОЖЕНИЯ В КРИМИНАЛЬНОМ РОМАНЕ ДЖ.РОУЛИНГ «ЗОВ КУКУШКИ»: СЕМАНТИКО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ | 179 |

Круглый стол
«ПЕРЕПОДГОТОВКА ПЕРЕВОДЧИКОВ:
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ»

| | |
|---|-----|
| <i>Беляк Н. С.</i> ПЕРЕВОД АРАБИЗМОВ В ТЕКСТАХ МЕДИЦИНСКОГО ПРОФИЛЯ (на материале статей интернет-портала «Medscape»)..... | 180 |
| <i>Берёзко В. В.</i> ВИДОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ АНГЛИЙСКОГО ГЛАГОЛА В ПЕРЕВОДЧЕСКОМ АСПЕКТЕ..... | 181 |
| <i>Гацко А. А.</i> ЭВОЛЮЦИЯ ПЕРЕВОДА ТЕРМИНОЛОГИИ В СФЕРЕ IT С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК..... | 182 |
| <i>Зобнина Д. В.</i> НЕКОТОРЫЕ ПРИЕМЫ ПЕРЕВОДА ТЕРМИНОВ..... | 183 |
| <i>Ильющенко А. В.</i> ДИСФЕМИЗАЦИЯ РЕЧЕЙ АМЕРИКАНСКИХ ПОЛИТИКОВ (на материале выступлений кандидатов в президента США) | 184 |
| <i>Климович Е. О.</i> СПЕЦИФИКА ПЕРЕДАЧИ АМЕРИКАНСКИХ КУЛИНАРОНИМОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК | 185 |
| <i>Кондрашевская В. А.</i> ПРИЕМЫ ПЕРЕВОДА ТЕРМИНОВ ИНДУСТРИИ МОДЫ С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК | 186 |
| <i>Курдюк П. А.</i> ТИПОЛОГИЯ И СТРУКТУРА ЭВФЕМИЗМОВ В БРИТАНСКИЙ СМИ | 187 |
| <i>Молочко М. А.</i> ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПЕРЕВОДА ПАРОНИМОВ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ... | 188 |

| | |
|--|-----|
| <i>Панасенко А. В.</i> ПЕРЕВОД ФРАНКО-НОРМАНДСКИХ ЗАИМСТВОВАНИЙ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ..... | 189 |
| <i>Постолатий А. С.</i> «ТРАНСФОРМАЦИЯ» КАК ПОНЯТИЕ В ПЕРЕВОДОВЕДЕНИИ | 190 |
| <i>Синькевич М. А.</i> ОБОГАЩЕНИЕ РУССКОГО ЯЗЫКА СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЙ ЛЕКСИКОЙ В ОБЛАСТИ АЭРОНАВТИКИ | 191 |
| <i>Черногорова В. А.</i> СПОСОБЫ ПЕРЕДАЧИ ТАБУИРОВАННОЙ ЛЕКСИКИ В АРАБСКОМ МИРЕ (на материале статей новостного канала «Аль-Джазира»)..... | 192 |

Круглый стол
«ОБУЧЕНИЕ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ:
МЕТОДИЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ И СОВРЕМЕННОСТЬ»
(к 80-летию профессора И. М. Андреасян)»

| | |
|--|-----|
| <i>Бако Е. А.</i> ОБУЧЕНИЕ УЧАЩИХСЯ ВОСПРИЯТИЮ И ПОНИМАНИЮ СОДЕРЖАНИЯ АУТЕНТИЧНЫХ ВИДЕОПОДКАСТОВ НА ОСНОВЕ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ПОДХОДА | 193 |
| <i>Дудка А. А.</i> СПЕЦИФИКА КОМПЬЮТЕРНО-ОПОСРЕДОВАННОГО ПОЛИЛОГИЧЕСКОГО ОБЩЕНИЯ IT-СПЕЦИАЛИСТОВ..... | 194 |
| <i>Кушнеревич О. А.</i> РОЛЬ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ В ПОНИМАНИИ УЧАЩИМИСЯ КАРТИНЫ МИРА НОСИТЕЛЕЙ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА..... | 195 |
| <i>Легинская Е. И.</i> ПРЕИМУЩЕСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕКСТОЦЕНТРИЧЕСКОГО ПОДХОДА ПРИ ОБУЧЕНИИ УЧАЩИХСЯ ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ (АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК)..... | 196 |
| <i>Маркова А. С.</i> РАЗЛИЧНЫЕ ПОДХОДЫ К КЛАССИФИКАЦИИ ЭЛЕКТРОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ | 197 |
| <i>Нестеренко А. Г.</i> О СПЕЦИФИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЯХ ОБУЧЕНИЯ ИТАЛЬЯНСКОЙ ДИАЛОГИЧЕСКОЙ РЕЧИ | 198 |
| <i>Ровкач Ю. Н.</i> РАЗВИТИЕ У УЧАЩИХСЯ СТАРШИХ КЛАССОВ УМЕНИЙ ПОЛИЛОГИЧЕСКОГО ОБЩЕНИЯ НА ОСНОВЕ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ПОДХОДА | 199 |
| <i>Рудаковская В. А.</i> ОСОБЕННОСТИ ЦИФРОВЫХ ТЕКСТОВ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬ УЧЕБНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УЧАЩИХСЯ В ПРОЦЕССЕ ЧТЕНИЯ | 200 |

| | |
|---|-----|
| <i>Станкевич П. А.</i> ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕДИАДИСКУРСА В ОБУЧЕНИИ УЧАЩИХСЯ ВОСПРИЯТИЮ И ПОНИМАНИЮ РЕЧИ НА СЛУХ | 201 |
| <i>Субботина Е. А.</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ У УЧАЩИХСЯ РЕЧЕВЫХ ГРАММАТИЧЕСКИХ НАВЫКОВ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ | 202 |
| <i>Тарасеня Е. Д.</i> ОБУЧЕНИЕ УЧАЩИХСЯ СТАРШИХ КЛАССОВ МОНОЛОГУ-РАССУЖДЕНИЮ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ГРАФИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАТОРОВ | 203 |
| <i>Хоменко А. А.</i> ПРЕИМУЩЕСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КЕЙС-ТЕХНОЛОГИИ ПРИ ОБУЧЕНИИ УЧАЩИХСЯ УСТНОМУ ИНОЯЗЫЧНОМУ ОБЩЕНИЮ | 204 |
| <i>Шаршун А. В.</i> ДИДАКТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ УНИВЕРСАЛЬНЫХ УЧЕБНЫХ ДЕЙСТВИЙ УЧАЩИХСЯ В ОБУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ | 205 |
| <i>Шукелович К. Д.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ «СИМУЛЯЦИЯ» ДЛЯ РАЗВИТИЯ У УЧАЩИХСЯ УМЕНИЙ ДИАЛОГИЧЕСКОГО ОБЩЕНИЯ | 206 |

Круглый стол

«ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ОБУЧЕНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ: ЛИНГВИСТИКА И ПЕРЕВОД»

| | |
|--|-----|
| <i>Буткевич Т. А.</i> ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ НАЦИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ В КИТАЕ | 207 |
| <i>Гарибян А. Л.</i> О СТРАТЕГИЯХ ПЕРЕДАЧИ КУЛЬТУРНО-СПЕЦИФИЧЕСКИХ КОМПОНЕНТОВ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ФИЛЬМОНИМОВ | 208 |
| <i>Готовко Е. А.</i> СПЕЦИФИКА ИНТЕРНЕТ-ЛЕКСИКИ СОВРЕМЕННОГО КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА | 209 |
| <i>Живушко Д. В.</i> НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ КУЛЬТУРНО-МАРКИРОВАННОЙ ЛЕКСИКИ В ИТАЛЬЯНСКИХ НАРОДНЫХ СКАЗКАХ | 209 |
| <i>Жизневская П. В.</i> СПОСОБЫ МЕТАФОРИЗАЦИИ ОБРАЗА КИТАЯ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ | 211 |
| <i>Крукович Е. С.</i> СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ КИНОРЕЦЕНЗИИ | 212 |
| <i>Либерт В. В.</i> ГЕНДЕРНАЯ АСИММЕТРИЯ В АНГЛИЙСКОМ СЛЕНГЕ | 213 |

| | |
|--|-----|
| <i>Редькова А. О.</i> ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТЕЛЕПЕРЕДАЧ О ПУТЕШЕСТВИЯХ ПО КИТАЮ | 214 |
| <i>Сабодаш-Радько З. Ф.</i> СПЕЦИФИКА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ ВЕДУЩИХ МИРОВЫХ АВТОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ | 215 |
| <i>Уткина М. В.</i> МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ СЕМАНТИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЙ В РУССКОМ И ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКАХ | 216 |

Круглый стол
«ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОЕ ОБУЧЕНИЕ
МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА»

| | |
|--|-----|
| <i>Авсюк М. А.</i> СРЕДСТВА ВЕРБАЛИЗАЦИИ КАТЕГОРИИ ИНТЕНСИВНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ АННОТАЦИЯХ | 218 |
| <i>Гордей А. В.</i> КРИТЕРИИ ВЫДЕЛЕНИЯ ВИДОВ СЛЕНГА | 219 |
| <i>Горохова Е. Д.</i> ОСОБЕННОСТИ ВЕРБАЛИЗАЦИИ ПОНЯТИЯ «ТЕЛЕСНАЯ ПОЛНОТА» В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ | 220 |
| <i>Дмитриева П. А.</i> ПОНЯТИЕ СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ | 221 |
| <i>Евсеевич М. Д.</i> СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ МИКРОБНЫХ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ | 222 |
| <i>Зубович В. В.</i> СТРУКТУРА НАИМЕНОВАНИЙ РОССИЙСКИХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ | 223 |
| <i>Калыхан М. Э.</i> ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ СООТВЕТСТВИЯ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С КОМПОНЕНТОМ «СВЕТ» | 224 |
| <i>Каспер А. И.</i> ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ РОК КУЛЬТУРЫ | 225 |
| <i>Коляда А. А.</i> СПОСОБЫ МАНИПУЛЯЦИИ ИНФОРМАЦИЕЙ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ | 226 |
| <i>Копылова А. Д.</i> ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИНТЕРВЬЮ В РУССКОЯЗЫЧНЫХ ИЗДАНИЯХ | 227 |
| <i>Лантева А. Д.</i> СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ МОШЕННИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ | 228 |
| <i>Ляшук М. В.</i> СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НЕОЛОГИЗМОВ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА | 229 |
| <i>Московкина Д. М.</i> КАСТДЕВ КАК МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ: ЦЕЛИ, МЕТОДИКА, ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ | 230 |
| <i>Срывкина А. С.</i> ВИДЫ РЕЧЕВОЙ АГРЕССИИ В СМИ | 231 |

| | |
|---|-----|
| <i>Стрельская П. Д.</i> ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СОМАТИЧЕСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С ЛЕКСЕМОЙ GUT(S) | 232 |
| <i>Худова П. А.</i> ГРАММАТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ НЕЙТРАЛЬНОГО ГЕНДЕРА В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ..... | 233 |
| <i>Черноок Е. В.</i> СИНТАКСИЧЕСКИЕ ИНТЕНСИФИЦИРУЮЩИЕ СРЕДСТВА РУССКОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ | 234 |
| <i>Ширкина Е. А.</i> ПАРАМЕТРЫ СОЗДАНИЯ ИНДИВИДУАЛЬНОГО РЕЧЕВОГО ПОРТРЕТА ГОВОРЯЩЕГО..... | 235 |

Научное издание

**МАТЕРИАЛЫ ЕЖЕГОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
СТУДЕНТОВ И МАГИСТРАНТОВ УНИВЕРСИТЕТА**

16–18 апреля 2024 года

В четырёх частях

Часть первая

В авторской редакции

Ответственный за выпуск *В. Д. Сияк*

Компьютерная верстка *Н. В. Мельник*

Издатель и полиграфическое исполнение: учреждение образования «Минский государственный лингвистический университет». Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий от 02.06.2014 г. № 1/337. ЛП № 38200000064344 от 10.07.2020 г.
Адрес: ул. Захарова, 21, 220034, г. Минск.