

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»
Факультет иностранных языков

**ЯЗЫКИ НАРОДОВ МИРА
И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Сборник материалов VI Всероссийской
научно-практической конференции**

**«МОЛОДЫЕ УЧЕНЫЕ – ИНИЦИАТОРЫ НОВЫХ
ПОДХОДОВ В ОБРАЗОВАНИИ И НАУКЕ**

(22 ноября 2023 года)

Махачкала
Издательство ДГУ
2024

УДК
ББК
Я

Языки народов мира и Российской Федерации: сб. материалов VI Всерос. научно-практ. конф. «Молодые ученые – инициаторы новых подходов в образовании и науке». Вып. 29 / под общ. ред. Х. А. Дарбишевой. – Махачкала: Изд-во ДГУ, 2024. – 108 с.

Сборник содержит научные статьи, рассматривающие широкий круг проблем, связанных с актуальными направлениями и современными тенденциями изучения и преподавания иностранных языков и языков народов Российской Федерации, а также с проблемами взаимодействия культур в условиях многоязычия.

Печатается по решению РИСа ДГУ.

Ответственный редактор: к.ф.н., доцент Х.А. Дарбишева
Технический редактор: председатель СМУ ФИЯ Т.М. Закиева

Материалы статей печатаются в редакции авторов

Издательство ДГУ, 2024

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Амирханова А. Ш., Кадачиева Х. М.</i> ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ ОЦЕНКИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ.....	5-8
<i>Бахмудова Н. А., Эмирова Д. М.</i> ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СЛОВ-КВАНТОРОВ НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ.....	9-13
<i>Гаджиева Ш. А.</i> НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕЛЕСКОПНЫХ СЛОВ ВО ФРАНЦУЗСКОМ, АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ	14-17
<i>Гасангусейнова Ф. Р.</i> РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА ZEIT / ВРЕМЯ В ПОСЛОВИЦАХ И ПОГОВОРКАХ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА.....	18-20
<i>Гулакова М. А.</i> ПЕРЕВОД ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ В НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ ТЕКСТАХ.....	21-23
<i>Ермилов Д. М.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОГРАФИКИ НА УРОКАХ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА ДЛЯ РАЗВИТИЯ РАЗЛИЧНЫХ АСПЕКТОВ РЕЧЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	24-28
<i>Имиева А. Г., Кадачиева Х. М.</i> К ВОПРОСУ ИЗУЧЕНИЯ МЕТАФОРЫ В РЕЛИГИОЗНОМ ДИСКУРСЕ.....	29-31
<i>Исмаилова Б. Г.</i> РЕАЛИЗАЦИЯ ПРИНЦИПА ЯЗЫКОВОЙ ЭКОНОМИИ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ.....	32-36
<i>Исмаилова С. М., Курбетова Р. Ф.</i> ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ С ОБРАЗАМИ ДИКИХ ЖИВОТНЫХ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ.....	37-39
<i>Керимова С. Н., Рагимханова Т. И.</i> ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЭБОНИКСА (НА МАТЕРИАЛЕ АМЕРИКАНСКОГО РЭПА).....	40-44
<i>Лобеева П. И.</i> ДИДАКТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ИНТЕРАКТИВНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ФРАЗОВЫХ ГЛАГОЛОВ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ.....	45-48
<i>Лысикова И. В.</i> ПОЛОРОЛЕВАЯ РЕФЕРЕНЦИЯ В СУБСТАНДАРТНОЙ ЛЕКСИКЕ РУССКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ.....	49-53
<i>Магомедова С. М., Абдулаева Р. Н.</i> ТЕСТИРОВАНИЕ КАК СРЕДСТВО ОЦЕНИВАНИЯ ДОСТИЖЕНИЙ ПО ГРАММАТИКЕ НА УРОКЕ АНГЛИЙСКОГО (СРЕДНИЙ ЭТАП).....	54-57
<i>Микаилова Д. А., Кадачиева Х. М.</i> ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ГЕНЕТИВНЫХ КОНСТРУКЦИЙ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ (НА МАТЕРИАЛЕ Э. ПОРТЕР POLLYANNA).....	58-61
<i>Мишутина О. В.</i>	

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ПОДГОТОВКЕ СТУДЕНТОВ– БУДУЩИХ ХИМИКОВ К ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ТЕХНОПАРКОВ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ.....	62-65
<i>Омарова А. М., Кадачиева Х. М.</i>	
ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ КОД КУЛЬТУРЫ В АНГЛИЙСКИХ ПОСЛОВИЦАХ.....	66-69
<i>Орехова Ю. М.</i>	
ТЕХНОЛОГИЯ РАЗВИТИЯ КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ ГРАМОТНОСТИ КУРСАНТОВ НА ЗАНЯТИЯХ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА.....	70-72
<i>Плахтий О. А., Каллаева Д. А.</i>	
СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЙ В АНГЛИЙСКОМ НАУЧНОМ ДИСКУРСЕ.....	73-77
<i>Рамазанова А. А., Мусиева А. А.</i>	
ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИМИДЖЕФОРМИРУЮЩЕЙ РЕЧИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ЛИДЕРОВ.....	78-80
<i>Рамазанова К. К., Рамазанова А. А.</i>	
МЕХАНИЗМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ВЕРБАЛЬНО-ИКОНИЧЕСКИХ.....	81-83
<i>Саитова А. А., Алиева Ш. А.</i>	
ВАЖНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ИЗУЧЕНИЯ АРАБСКОГО ЯЗЫКА В ВЫСШЕМ УЧЕБНОМ ЗАВЕДЕНИИ.....	84-86
<i>Саркарова Э. Т., Дарбишева Х. А.</i>	
ОБРАЗОВАНИЕ АББРЕВИАТУР НА АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИЙНОМ ПОРТАЛЕ THE GUARDIAN.....	87-91
<i>Степанова А. А.</i>	
О НЕКОТОРЫХ ФУНКЦИЯХ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ БРИТАНСКИХ СМИ).....	92-96
<i>Турланова С. К., Рабаданов Г. М.</i>	
МЕТОДИКИ ОБУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ ДЕТЕЙ С ДИСЛЕКСИЕЙ.....	97-99
<i>Шабанцаева А. Р., Гусейнова М. М.</i>	
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЕТИ ИНТЕРНЕТ ВО ВНЕКЛАССНОЙ РАБОТЕ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В СРЕДНЕЙ ШКОЛЕ.....	100-102
<i>Щиллаева А. Д., Закиева Т. М.</i>	
СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОЦЕНКИ В TV-REVIEW СОВРЕМЕННОГО БРИТАНСКОГО МЕДИАДИСКУРСА.....	103-107

УДК 81'42

Амирханова Айгюл Шухретдинова
студентка 4 курса, факультет иностранных языков
aygyula@internet.ru

Кадачиева Хайбат Магомедтагировна
к.ф.н, доцент
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»
Махачкала, Россия
haibat@mail.ru

ГРАММАТИЧЕСКИЕ И ЛЕКСИЧЕСКИЕ СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ ОЦЕНКИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИАТЕКСТЕ

Аннотация. Оценка является важной составляющей медиатекстов, которая находит лексическое и грамматическое выражение. В результате анализа фактологического материала было установлено, что в современном англоязычном медиадискурсе самыми востребованными являются использование модальных глаголов, сравнительных и страдательных конструкций и фразеологических выражений.

Ключевые слова: оценка, лексические средства, грамматические средства, медиадискурс.

UDC81'42

Amirkhanova Aigul Shukhretdinovna
4th year student, Faculty of Foreign Languages
aygyula@internet.ru

Kadachieva Khaybat Magomedtagirovna,
Candidate of Philology, Associate Professor
Dagestan State University
Makhachkala, Russia
haibat@mail.ru

GRAMMATICAL AND LEXICAL WAYS OF EXPRESSING EVALUATION IN THE ENGLISH-LANGUAGE MEDIA TEXT

Abstract. Evaluation is an important component of media texts which finds lexical and grammatical expression. As a result of the analysis of the factual material it was found that in the modern English-language media discourse the most popular are the use of modal verbs, comparative and passive constructions and phraseological expressions.

Keywords: evaluation, lexical means, grammatical means, media discourse.

Выражение оценки в медийном дискурсе — это общепринятый метод изложения мнения и оценки. Характеристики, эмоции, мнения и оценки — это элементы, которые помогают создавать наиболее убедительную и эффективную форму коммуникации в англоязычной медийной среде.

В медийном дискурсе выражение оценки играет важную роль в формировании мнения читателей или зрителей, а также помогает понять, какие события являются важными, а какие — нет. Однако в процессе выражения оценки необходимо учитывать принципы медийной этики, которые стремятся предотвратить дискриминацию, насилие и нарушение прав человека [Маркелова 2007: 234].

Основной принцип медийной этики — это точность и объективность. Журналисты и авторы СМИ обязаны предоставлять читателям и зрителям достоверную

информацию о происходящих событиях. При этом выражение оценки должно отражать реальную ситуацию и не противоречить объективным фактам.

Авторы СМИ также должны уважать чувства и права всех своих читателей и зрителей. Определенные слова и фразы могут оскорблять, дискриминировать или нарушать права человека, поэтому их использование необходимо избегать.

Способы выражения оценки в англоязычном медийном дискурсе могут включать использование различных грамматических, лексических и стилистических приемов [Покровская 2006: 83].

В англоязычном медийном дискурсе грамматические способы выражения оценки являются ключевыми для выражения мнений и убеждений. Один из наиболее распространенных приемов — использование модальных глаголов, таких как *should*, *would*, *could*, *might*, *may* и других. Они используются для выражения возможности, рекомендации, необходимости и вероятности. Например:

*The UK government **must take urgent action to tackle climate change*** (The Independent, July 25, 2017), где глагол **must** используется для выражения необходимости действия.

*We **should be encouraging** young people to pursue careers in STEM fields* (The Daily Telegraph, August 22, 2015), где глагол **should** используется, чтобы выразить рекомендацию.

*The government **may introduce** new legislation to improve road safety* (The Guardian, October 22, 2017), где глагол **may** используется, чтобы выразить возможность или вероятность события.

В медийном дискурсе также активно используются компаративные выражения. Они помогают описать различные характеристики и свойства, а также установить сравнительные преимущества или недостатки [Кузнецова 2004: 71]. Например:

*Our policies are **more effective** than those of our opponents* (The Guardian, October 15, 2017).

В данном случае сравнение происходит между политиками и их оппонентами и сопоставляются эффективность их политик.

*We need to work **harder** to catch up with our competitors in the global market* (The Seattle Times, October 13, 2022).

В данном выражении сравнение происходит между нашей страной и ее конкурентами на мировом рынке, и выражается необходимость увеличения усилий для достижения успеха.

*This policy is **better** than the previous one, as it has yielded **more positive** results* (The Daily Telegraph, July 19, 2015).

В данном высказывании делается сравнение между текущей и предыдущей политикой, выражается убеждение в том, что новая политика является лучшей благодаря лучшим результатам.

Также в англоязычном медийном дискурсе используются различные типы грамматических конструкций, такие как активный и пассивный залог. Они акцентируют внимание слушателя или читателя на определенных аспектах высказывания. Выбор между активным и пассивным залогом зависит от целей и задач высказывания, а также от того, какие элементы высказывания являются наиболее важными для автора. Рассмотрим следующий пример:

*At least two of the three agents **are scheduled** to testify on Thursday to a House panel investigating what Republicans contend is the «weaponization» of federal agencies against conservatives* (BBC, March 16, 2023).

Используется пассивный залог, характеризующий действия, совершенные над агентами, которые обвиняются в данной статье. Действия республиканцев используются в настоящем времени, что соответствует типичной процедуре обвинения субъектов в противомерных действиях.

В целом, грамматические приемы выражения оценки в англоязычном медийном дискурсе играют важную роль в формировании мнений и убеждений читателей, и умение использовать их является необходимым для успешной коммуникации в этой сфере.

Одним из важных аспектов англоязычного медийного дискурса являются лексические способы выражения оценки. Они позволяют авторам статей, репортажей и интервью передать свою позицию и отношение к обсуждаемой теме [Кузнецова 2004: 72].

Оценку также выражают с помощью количественных данных, которые могут являться измерением оценки, подтверждая факты и поддерживая мнение автора [Вольф 2002: 148]. Например:

Obama: *I'm ready to sign that bill right now. The only reason it's not happening is because Governor Romney's allies in Congress **have held the ninety eight percent hostage** because they want tax breaks for the top two percent* (The New York Times, January 6, 2012).

Благодаря указанию количественного показателя (98% в заложниках), читатель понимает, насколько целеустремленными показан губернатор и его союзники, как серьезно они подошли к удержанию налогов.

Еще одним приемом является использование косвенных выражений, которые не прямо выражают оценку, но информируют о ней. Например, слова *apparently*, *according to data* или *according to experts* говорят о том, что автор не претендует на истину в последней инстанции, но считает, что его мнение основано на достоверных данных и аргументах.

Также широко используются идиомы и фразеологизмы. Это повороты речи и выражения, которые приняты в языке и употребляются для передачи определенных значений [Гуасова 2016: 2]. Например:

*The new policy is a **double-edged sword**.* (The Daily Telegraph, July 27, 2015) Новая политика имеет двойственную природу (имеет свои плюсы и минусы).

*The new CEO has **hit the ground running**.* (The Daily Telegraph, May 5, 2019) Новый генеральный директор сразу же взялся за дело (/ стал активно действовать).

Лексические приемы выражения оценки — это важный аспект англоязычного медийного дискурса, который позволяет авторам передать свое отношение к обсуждаемой теме и установить эмоциональную связь с аудиторией [Шаховский 1987: 93].

Таким образом, способы выражения оценки в англоязычном медийном дискурсе являются важным элементом создания убедительной коммуникации. Они используются для предоставления мнения и оценки, которые помогают аудитории понять значение и контекст сообщения. Поэтому, понимание и умение использовать различные способы выражения оценки является важной частью эффективной коммуникации в англоязычном медийном дискурсе.

Оценка в англоязычном медийном дискурсе — это процесс выражения мнения или суждения на основе фактов и аргументов, который осуществляют журналисты, комментаторы или эксперты. Оценки могут быть позитивными или негативными и могут затрагивать политические, экономические, социальные, культурные и другие аспекты. Они могут включать в себя анализ событий, перспективы на будущее, критику и разные формы рассуждений. Оценки в медийном дискурсе помогают аудитории формировать собственное мнение и понимание текущих событий.

Литература

1. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки: монография. М.: Едиториал УРСС, 2002. 280 с.

2. *Гукасова М. В.* Оценочная модальность английских фразеологических единиц и способы ее реализации в контексте эмоционально-предметной направленности: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Пятигорск, 2016. 23 с.
3. *Кузнецова Н. Е., Шевченко Е. В.* К вопросу о некоторых способах выражения оценки // *Язык. Текст. Стилль.* Курган. 2004. С. 71–79.
4. *Маркелова Т. В.* Аксиологичность как имманентное свойство газетно-публицистического текста // *Язык и стиль современных СМИ.* М., 2007. С. 231–238.
5. *Покровская Е. В.* Прагматика современного газетного текста // *Русская речь.* М.: Институт русского языка имени В.В. Виноградова, 2006. № 3. С. 81–87.
6. *Шаховский, В. И.* Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. Воронеж: Издательство Воронежского университета, 1987. 190 с.
7. *BBC.* URL: <https://www.bbc.com> (accessed: 10.05.2023).
8. *The Daily Telegraph.* URL: <https://www.telegraph.co.uk> (accessed: 21.04.2023).
9. *The Guardian.* URL: <https://www.theguardian.com> (accessed: 20.04.2023).
10. *The Independent.* URL: <https://www.independent.co.uk> (accessed: 22. 04.2023).
11. *The New York Times.* URL: <https://www.nytimes.com> (accessed: 12.05.2023).
12. *The Seattle Times.* URL: <https://www.seattletimes.com> (accessed: 10.05.2023).

Бахмудова Насибат Абдулгамидовна
студентка 4 курса, факультет иностранных языков
bakhmudovan03@mail.ru

Эмирова Диана Мирзеевна
к.ф.н., доцент кафедры английской филологии
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»
Махачкала, Россия
xtun05@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СЛОВ-КВАНТОРОВ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ

Аннотация. В данной статье раскрывается понятие термина «слова–кванторы», а также рассматриваются существующие классификации слов-кванторов. С опорой на классификацию слов-кванторов по значению выявлены и проанализированы особенности функционирования слов-кванторов в английском языке на примере современных печатных англоязычных средств массовой информации на материале двух англоязычных газет: *The Independent*, *The Guardian*.

Ключевые слова: слова-кванторы, классификация, структура, функционирование, англоязычные СМИ.

UDC 811.111

Bakhmudova Nasibat Abdulgamidovna
4th year student, Faculty of Foreign Languages
bakhmudovan03@mail.ru

Emirova Diana Mirzeevna
Candidate of Philology, Associate Professor
Dagestan State University
Makhachkala, Russia
xtun05@mail.ru

FUNCTIONING FEATURES OF QUANTIFIER WORDS IN ENGLISH-LANGUAGE MEDIA

Abstract. This article reveals the concept of the term “quantifier words”, and also examines the existing classifications of quantifier words. The functioning features of quantifier words in the English language are identified and analyzed based on the classification of quantifier words by meaning, using the example of modern printed English-language media based on the material of two English-language newspapers: *The Independent* and *The Guardian*.

Key words: quantifier words, classification, structure, functioning, English-language media.

Отражение количественной категории в естественном языке начало вызывать интерес у лингвистов ещё в 20 веке. Однако, особенный интерес представляют средства выражения категории количества в языке — слова–кванторы. Впервые сам термин «квантор» (от латинского *quantum* — «сколько» и латинского *quantum + facio* — «делать», для наименования знаков, обозначающих количественные отношения) независимо друг от друга был введен в 19 веке Г. Фреге и Ч. Пирсом для определения логических отношений [Mathhelpplanet, URL]. Впоследствии из него в языке развилось

понятие слов-кванторов, которое определил Э. Сепир: выражение, которое представляет собой указание некоторого количества [Сепир 1993: 386].

В английском языке слова-кванторы развились в особую систему отражения количественных отношений, соответственно это может быть фраза или слово, обозначающее количество, на которые ссылаются в предложении: *many, several, few, little, a large number of, some, none, all, enough, etc.* Они могут классифицироваться в зависимости от их сочетания с исчисляемыми (*many, several, few, a few, etc.*) и неисчисляемыми существительными (*much, a little, little, bits of, etc.*), а также в зависимости от их структуры: простые (*all, both, any, etc.*) и сложные структуры (*a large amount of, a great number of, quite a few, etc.*) [Smart English Notes, URL].

Кроме того, слова-кванторы классифицируются также и по их значению:

1) **Inclusive quantifiers** (инклюзивные квантификаторы) — квантор, включен в значение слова, с которым он употребляется, и является его неотъемлемой частью: *all, both, half, every, each, everybody, everyone, everything, everywhere, everytime.*

2) **Estimative quantifiers** (оценочные квантификаторы) — данные кванторы указывают на ценностный аспект значения слова и величину используемого слова в относительном масштабе, в заданной ситуации: *much, many, more, most, a lot, lots, plenty, a great deal, a large number, a large amount, little, alittle, less, the least, few, a few, fewer, several, enough.*

3) **Indefinite quantifiers** (неопределенные квантификаторы) — данный тип кванторов не указывает определенный объём или количество, употребляемого вместе с ним слова, а образно подразумевает его: *some, any, either, somebody, something, anybody, anyone, anything, somewhere, sometime, somehow, anywhere, anytime, anyhow.*

4) **Negative quantifiers** (отрицательные квантификаторы) — эти кванторы придают используемому вместе с ним слову, отрицательное значение. Этот тип также является неотъемлемой частью слова, с которым он употребляется: *no, neither, none, nobody, no one, nothing, never* [Грамматика английского языка 2006: 114–118].

Данная классификация, автором которой является Ш. Гарнер, наиболее подробно описывает виды слов-кванторов и особенности их употребления. Поэтому именно эта классификация легла в основу проводимого нами исследования, и с опорой на неё выявлены и проанализированы особенности функционирования слов-кванторов в английском языке на примере современных печатных англоязычных средств массовой информации на материале двух англоязычных газет: “*The Independent*” “*The Guardian*”. Данные ресурсы являются одними из самых популярных среди английских новостных ресурсов. В ходе сплошной выборки были отобраны статьи за первое полугодие 2023 года, освещающие события в мире экономики, которые имеют непосредственное отношение к количественным данным. Далее рассмотрим некоторые примеры, в которых встречаются те или иные слова-кванторы.

Так, функционирование **инклюзивного** квантора *all* может быть продемонстрировано в следующем примере:

...all my money is being spent now on family needs... (The Independent, 12.03.2023).

В данном примере квантор *all* использован для выражения полноты количественного признака сопутствующего существительного, соответственно, в контексте этого предложения квантор *all* использован для отражения информации о том, что вся сумма денег будет потрачена, а не какая-то её часть.

Квантор *both* также содержит в себе **инклюзивное** значение, что и демонстрируется в примере:

.. .a high-inflation environment for both households and businesses (The Independent, 22.03.2023).

В данном предложении квантор *both* использован для выражения количественной принадлежности сразу к двум объектам, в данном случае к домашнему хозяйству и бизнесу.

Слова-кванторы с **оценочным** значением при освещении экономических событий могут быть представлены следующими примерами:

... *the one item they've noticed jump the **most** in price...* (The Guardian, 18.04.2023).

Как видим, квантор **most** в предложении заменяет наречие и используется в данном контексте для обозначения степени увеличения цены.

More than a quarter of respondents felt they were risking their health... (The Guardian, 11.03.2023).

*"It's doing **more** harm than good"* (The Guardian, 9.04.2023).

В данных примерах употребляется **оценочный** квантор **more** с предлогом *than* для того, чтобы выразить большее количество в сравнении с чем-то, в первом случае сравнивается с одной четвертью общего количества респондентов, чтобы указать количество большее соответственно, чем четверть, во втором примере сравнивается общий объем количества таких понятий как «польза» и «вред», которые могут быть чем-то принесены, причем перевес получает «вред» за счет того, что квантификатор употребляется перед ним.

Кроме приведенных выше оценочных кванторов, рассмотрим примеры с другим **оценочным** квантором **enough**:

*Just attaining high levels of income is not **enough**...* (The Guardian, 13.03.2023).

*...whether 0.25 percentage points will be **enough**...* (The Independent, 02.04.2023).

Квантор **enough** обычно выражает достаточную степень количества, но в первом случае частица *not* делает его значение отрицательным, в предложении заменяет наречие, но иногда может употребляться вместе с существительными, во втором случае так же заменяет наречие, но выражает положительное значение достаточности, которое, однако стоит под вопросом в предложении.

Из множества примеров слов-кванторов, выражающих **неопределенное** значение, могут быть представлены следующие:

... *UK financial stability could be affected, including **any** lasting impact on bank funding costs...* (The Independent, 22.03.2023).

В данном контексте квантор **any** функционирует как показатель значения «любой», таким образом, в данном предложении его употребление показывает, что финансовая стабильность Великобритании может пошатнуться, а спровоцировать ее может все что угодно, включая и затраты на расходы на банковское финансирование.

Рассмотрим другой пример с квантором, который имеет неопределенное значение:

... *do what we can so as not to allow **anyone** to blacken the country's name...* (The Guardian, 09.05.2023).

В данном случае квантор **anyone** используется для замены существительного, которое обычно имеет значение «любой», однако в предложении из-за частицы *not* перед инфинитивом он обретает отрицательное значение, поэтому в этом контексте он будет означать «никому».

Слово-квантор **some** также относится к **неопределенным** кванторам и может функционировать в разных контекстах, например:

... *and **some** cautious remarks from the Bank of England* (The Independent, 13.04.2023).

Здесь квантор **some** употреблен для выражения неопределенно-небольшого количества замечаний со стороны Банка Англии.

Some customers grumble about the cost, he says ... (The Guardian, 12.05.2023).

*"They are absorbing **some** of the inflation ..."* (The Independent, 29.04.2023).

В примерах выше квантор **some** используется для выражения одного и того же значения, то есть для обозначения некоторого неизвестного количества из общего объема вне зависимости от того говорится ли в контексте о людях или об абстрактных понятиях.

Небольшую часть примеров также представляют слова-кванторы с **отрицательным** значением:

He added there is “nothing that would justify a pause” in raising interest rates... (The Independent, 22.03.2023).

Квантор **nothing** выражает нулевой признак количества, в предложении заменяет существительное, то есть обозначает пустоту, ничего.

... continued economic growth should leave almost no one in the desperate poverty... (The Guardian, 13.03.2023).

Квантор **no one** выражает отсутствие степени количества одушевленного существительного, людей в конкретном контексте, которые бы остались в бедственном положении.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что функционирование слов-кванторов в англоязычных СМИ на тему экономики, прежде всего обусловлено необходимостью сообщения контекстной информации, не требующей точного количества. Зачастую слова-кванторы можно встретить у аналитиков и покупателей, которые используют их, чтобы выразить свое мнение, а также часто слова-кванторы служат сопровождением цифровых данных, представленных в статьях.

Кроме того, следует отметить, что крайне редко слова-кванторы используются для выражения конкретной информации, которая бы исключала неоднозначную трактовку, ввиду сложности предположения экономических прогнозов. По этой причине приведенные выше примеры использования слов-кванторов не отличаются особым разнообразием. Чаще всего встречаются случаи употребления оценочных (*many of, more of, most, much*) и неопределенных кванторов (*some, some of*). Эти два вида кванторов вместе составляют более 80% всех примеров употребления слов-кванторов в сфере экономики, и они используются для выражения приблизительных или возможных данных. В свою очередь инклюзивные (*all, both*) и отрицательные слова-кванторы (*no one, nothing*) используются для сообщения конкретных данных, но употребляются реже чем оценочные или неопределенные кванторы. Они составили менее одной пятой от общего количества примеров слов-кванторов, отобранных из статей на экономической тему.

В таблице, приведенной ниже, отражено соотношение количества примеров употребления слов-кванторов той или иной группы в процентах:

Таблица 1.

Общее количество	90	100%
Инклюзивные	9	10%
Оценочные	42	46%
Неопределенные	33	36%
Отрицательные	6	7%

Соответственно, проведенный нами анализ дает возможность сделать вывод, о том, что функционирование слов-кванторов в англоязычных СМИ, освещающих события мира экономики, связано с использованием их в качестве инструмента для сообщения дополнительной информации, которая становится некоторым контекстом, отраженной в цифрах, так как чаще всего они помогают отразить дополнительную информацию о реакции или последствиях на изменения в экономике.

Литература

1. *Грамматика английского языка*: коллективная монография перевод с французского Н. В. Дубынина. М.: Астрель, 2006. 224 с.
2. *Сетир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии*. М.: Прогресс-Универс, 1993. 656 с.

3. *Math help planet*. URL: <https://mathhelpplanet.com/static.php?p=kvantornyye-operatsii-nad-predikatami&ysclid=li1zrvoaeg546272705> (дата обращения: 16.03.2023).
4. *Smart English Notes*. URL: <https://smartenglishnotes.com/2021/11/18/quantifiers-definition-types-position-uses-and-some-common-examples/> (accessed: 10.03.2023).
5. *The Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/international> (accessed: 17.03.2023).
6. *The Independent*. URL: <https://www.independent.co.uk/> (accessed: 18.03.2023).

Гаджиева Шамсият Амирхановна
студентка 4 курса, факультет иностранных языков
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»
Махачкала, Россия
magomedova-shamsiyat@mail.ru

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕЛЕСКОПНЫХ СЛОВ ВО ФРАНЦУЗСКОМ, АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Аннотация. Телескопные лексические образования (ТЛО) являются одним из способов обогащения словарного состава языка за счет внутренних изменений на уровне самих лексических единиц. В нашем небольшом исследовании мы рассмотрели некоторые случаи образования и употребления телескопных слов в современном французском, английском и русском языках в средствах массовой информации. Данное явление (телескопирование) характерно особенно для СМИ и обуславливается как спецификой самого языка, так и коммуникативными и прагматическими факторами.

Ключевые слова: телескопы, СМИ, текст, французский язык, русский язык, английский язык, словообразование.

UDC 811.133.1

Gadzhieva Shamsiyat Amirkhanovna
4th year student, Faculty of Foreign Languages
Dagestan State University
Makhachkala, Russia
magomedova-shamsiyat@mail.ru

PECULIARITIES OF TELESCOPE WORDS IN FRENCH, ENGLISH AND RUSSIAN LANGUAGES

Abstract. Telescopic lexical formations (TLE) are one of the ways of enriching the vocabulary of a language through internal changes at the level of lexical units themselves. In our small study we have considered some cases of formation and use of telescopic words in modern French, English and Russian in mass media. This phenomenon (telescoping) is characteristic especially of the mass media and is conditioned by both the specifics of the language itself and communicative and pragmatic factors.

Keywords: telescopes, mass media, text, French, Russian, English, word formation.

Цель нашего исследования заключалась в сопоставительном анализе использования телескопных лексических образований (ТЛО) во французских, английских и русских СМИ. В качестве исследовательского материала выступили онлайн статьи на французском, английском и русском языках.

Телескопные лексические образования или просто — слова-телескопы или телескопные слова и т.д. употребляются в самых разнообразных сферах общественной жизни: культуре, политике, экономике, немало их и в бытовой сфере. Слова-телескопы (фр. *mots-valises*, англ. *telescope words*) во всех трех анализируемых языках имеют следующие характерные особенности:

1. ТЛО позволяют экономить место и время. Нередко используются в заголовках статей и новостей для того, чтобы сообщить о многих событиях и идеях в кратчайшие сроки. Этим самым уменьшается размер оригинальной статьи и, одновременно, возрастает ее читабельность.

2. Порой ТЛО создаются, чтобы назвать новый предмет или явление, для которых еще не было официального термина или слова. Таким образом, здесь проявляется лексическая креативность и изобретательность, СМИ стимулируют творческий подход к разработке новых идей.

3. Появляясь в СМИ, слова-телескопы вызваны отражать изменения в современном языке или отношениях в обществе. Тем самым, ТЛО помогают СМИ быть в пульсе времени, то есть они актуальны и отвечают требованиям современности.

4. Уникальность и идентификация бренда. СМИ могут использовать телескопические слова не только для того, чтобы запомнить новые предметы или явления, но и для того, чтобы выделить себя на фоне других СМИ и создать уникальный бренд [Тимошенко 1976: 25].

Выше уже подчеркивалось, что использование ТЛО в СМИ помогает создавать краткие, лаконичные и запоминающиеся заголовки для привлечения внимания читателей.

Большинство слов-телескопов привлекает внимание читателей и аудитории из-за своей свежести и неожиданности формы. Поскольку основными дискретными единицами медиадискурса являются новостные статьи, радиопередачи, телевизионные программы и интернет-реклама, медиаязык нуждается в постоянном обновлении и изменении с тем, чтобы не допускать чрезмерной монотонности и однообразия в используемых средствах выражения.

Многие из телескопических слов, которые могут быть индивидуальными образованиями отдельных лингвистов, не имеют долговременной перспективы существования, имеют окказиональный характер и не регистрируются в словарях. Это может быть связано с тем, что подобные слова модны и актуальны только в определенный период времени, и их употребление, как правило, быстро устаревает. Для обновления таких формулировок в текстах массовой информации предлагается переписать их по-другому, чтобы соответствовать актуальным требованиям языка и восприятия аудитории.

Функциональные особенности телескопических слов в российской, французской и английской прессе могут отличаться в зависимости от особенностей языка и культуры. В российской прессе, телескопические слова часто используются для создания оригинальных заголовков, привлекающих внимание читателей. В французской прессе такие слова используются в основном для сокращения размера заголовков и уменьшения количества используемых букв [Земская 1992: 42].

Подобные результаты обусловлены тем, что французский язык имеет очень богатую систему морфологических суффиксов и приставок, которые можно легко комбинировать для образования новых лексических единиц. Обычно такие слова создаются с помощью суффиксов, которые обозначают определенную категорию слов, например, *-ité, -age, -ment, -tion, -eur, -iste*.

Французский язык также имеет сложную систему ударений и интонаций. Это лишает морфо-фонологические телескопические слова удобств по сравнению с морфологическими словами, так как французские фразы обладают сложной интонацией и имеют естественные паузы. Использование морфологических телескопических слов во французском языке очень эффективно: слова звучат естественно и менее затруднительно для понимания, благодаря предсказуемой морфологической структуре французского языка.

Наконец, еще одна причина, почему морфологические телескопические слова используются французскими СМИ чаще, в отличие от английского и русского языков. Французская лексика, включая и телескопические имеют корни в латыни и греческом языках. В современном французском языке существует множество выражений и слов, изначально происходящих из латинского и греческого, и они легко могут быть

объединены с помощью многих морфологических суффиксов и приставок, создавая новые термины.

В медиатекстах на английском языке, особенно в современном медиадискурсе, часто встречаются телескопические слова с финальным усечением всех компонентов. Этот языковой прием используется в разных семантических областях. Отмечается растущая тенденция к созданию гаплогогических телескопизмов, где фонемы накладываются на стыке двух слов.

Рассмотрим некоторые примеры.

Из российской прессы:

«Медведцевофф» (вместо «ответ Медведева на вопросы журналистов») — пример использования телескопического слова для создания оригинального заголовка:

- «Медведцевофф» на пресс-конференции в Германии вызвал много вопросов (Новости сегодня в России и в мире, 12.03.2020) — в этом заголовке используется телескопическое слово для обозначения ответа Медведева на вопросы журналистов.

- Журналисты хотят услышать «медведцевофф» об экономической ситуации в России (Новости сегодня в России и в мире, 24.08.2021) — в этом примере телескопическое слово используется для выражения запроса на ответ Медведева на вопросы об экономической ситуации.

- «Медведцевофф» стал главной темой на всех телеканалах (Новости сегодня в России и в мире, 15.03.2020) — в этом контексте телескопическое слово используется для обозначения острых вопросов, которые задавали журналисты и заинтересовали общественность.

Телескопические слова могут иметь нередко и юмористический оттенок для создания эстетической ценности с целью вызвать улыбку у читателей. Например, употребление таких телескопических слов, как «балетьмитинг» или «балетьмарафон» используется вместо выражения «балетная премьера». В данном примере телескопическое слово «балетьмитинг» использовано вместо более длинного выражения «балетная премьера»

- «В Театре имени Большакова прошел балетьмитинг «Русские сезоны»» (Новости сегодня в России и в мире, 20.08.2022). Такое слово более креативно и интересно, чем традиционное выражение, так как оно более ярко и помогает передать основную идею статьи, делая ее более запоминающейся. К тому же, телескопное слово звучит забавно и вызывает улыбку у читателей.

В связи с постоянным развитием науки и технологий, в СМИ все чаще появляются обозначения новых предметов и явлений, для которых существующая лексика не может полностью отразить потребности в выражении. Анализ практического материала показал, что такие новые телескопические выражения широко используются в определенных сферах. В первую очередь, это относится к информационным технологиям, которые являются одной из самых динамически развивающихся отраслей XXI века. Например, англ.:

- «Eppraisal» сочетает в себе `electronic` (электронный) и `appraisal` (оценка стоимости) и означает онлайн-оценку стоимости объекта, выставленного на продажу;

- «Phablet» объединяет слова `phone` (телефон) и `tablet` (планшет) и обозначает электронное устройство средних размеров, которое сочетает функции телефона и планшетного компьютера;

- «M-commerce» сочетает `mobile` (подвижный объект) и `commerce` (коммерция) и означает бизнес, осуществляемый с помощью мобильной связи.

Кроме того, влияние лидерства США в киноиндустрии приводит к появлению новых телескопических выражений в английском языке:

- «Movieoke» объединяет `movie` (фильм) и `karaoke` (караоке) и обозначает новый вид развлечения, при котором люди воспроизводят диалоги из фильмов вместо исполнения песен;

• «*Cruisazy*» сочетает `Cruise` (фамилия актера Том Круз) и `crazy` (безумный) и описывает его как актера, выполняющего опасные роли.

Обнаружены телескопические выражения, образованные путем соединения двух или более различных слов, помогающие выразить новые идеи и концепции:

• «*Iraqnophobia*» объединяет `Iraq` (Ирак) и `arachnophobia` (паукобоязнь) и описывает иррациональный страх перед Ираком во времена правления Саддама Хусейна;

• «*Theoterrorism*» соединяет `theological` (теологический) и `terrorism` (терроризм) и описывает форму терроризма, основанную на религиозных убеждениях;

• «*Obamacan*» сочетает `Obama` (Барак Обама, 44-й президент США) и `Republican` (член республиканской партии США) и описывает республиканца, проголосовавшего в своё время за Барака Обаму на выборах президента США.

Как уже было сказано, во французской прессе использование телескопических слов часто связано с требованиями краткости и экономии места на странице. Например, вместо выражения «офис национальной статистики» в французской прессе можно использовать более короткий вариант «*Insee*» (*Institut national de la statistique et des études économiques*), или вместо имя нынешнего президента Франции Эммануэля Макрона передается с помощью телескопического слова «*présidem*».

Ниже приведены примеры использования телескопических слов во французской прессе:

– такие транснациональные технологические компании, а также онлайн-социальные и коммерческие сети, как *Google*, *Apple*, *Facebook*, *Amazon*, *Microsoft* получили обозначение «*LesGAFAM*» (*Le Monde*, 25.06.2022);

– «*La SocGen*» (*Société Générale*) (*Le Monde*, 05.07.2021);

– «*Le Métro*» (*Metropolitain*) (*Le Monde*, 09.01.2021);

– «*Le PS*» (*Parti socialiste*) (*Le Monde*, 22.07.2020);

– «*Les Restos du Coeur*» (*Les Restaurants du Coeur*) (*Le Monde*, 19.12.2020).

В этих примерах телескопические слова используются для того, чтобы избежать повторений более длинных выражений, сократить количество символов и упростить чтение.

Заключение. Таким образом, большая часть телескопических слов встречались именно в заголовках статей, что подчеркивает их одну из главных функций – функция привлечения внимания зрителей, потенциальных покупателей и т.д. Подобные выражения в большей степени заинтересовывают читателя, так как отличаются своей неординарностью. Телескопические слова делают любую статью более «свежей» и интересной. Использование подобных выражений в заголовках СМИ выделяет текст из общей массы обыденной информации.

Литература

1. Земская Е. А. Словообразование как деятельность. М.: Наука, 1992. 220 с.
2. Тимошенко Т. Р. Телескопия в словообразовательной системе современного английского языка: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Киев, 1976. 26 с.
3. *Le Monde*. URL: <https://www.lemonde.fr/> (accessed: 10.11.2023)
4. РИА Новости. URL: <https://ria.ru/> (дата обращения: 11.10.2023)

Гасангусейнова Фатима Рашидовна
студентка 4 курса, факультет иностранных языков
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»
Махачкала, Россия
[g. fat1ma@icloud.com](mailto:g.fat1ma@icloud.com)

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА *ZEIT* / *ВРЕМЯ* В ПОСЛОВИЦАХ И ПОГОВОРКАХ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА

Аннотация. В статье рассматривается концепт *Zeit* / *Время* в немецкой лингвокультуре. Языковое воплощение концепта *Zeit* / *Время* в немецкой языковой культуре, помимо универсальных черт, имеет национальные особенности, отражающие специфику менталитета немецкого народа.

Ключевые слова: пословицы, поговорки, концепт, культура, специфика

UDC 81–22

Gasanguseynova Fatima Rashidovna
4th year student, Faculty of Foreign Languages
Dagestan State University
Makhachkala, Russia
[g. fat1ma@icloud.com](mailto:g.fat1ma@icloud.com)

REPRESENTATION OF THE CONCEPT OF *ZEIT* / *TIME* IN PROVERBS AND SAYINGS OF THE GERMAN LANGUAGE

Abstract. The article discusses the concept of *Zeit* / *Time* in German linguoculture. The linguistic embodiment of the concept *Zeit* / *Time* in the German language culture, in addition to universal features, has national characteristics reflecting the specifics of the mentality of the German people.

Keywords: proverbs, sayings, concept, culture, specifics

На сегодняшний день немецкое слово *Zeit* интерпретируется в словарях как ряд событий или переживаний, конкретный их эпизод, а также период, век или эпоха. Таким образом, человеческое восприятие времени способно отражать как «общие закономерности человеческого мышления», так и «характеристики каждого языка, отличающие его от общего» [Гак 2000: 13].

Все эти значения выражены в анализируемых нами пословицах и поговорках. Однако, как утверждает В. А. Плунгян в отношении русского слова *Время*, часто бывает трудно соотнести его произвольное употребление в тексте с его словарным значением. По мнению автора, в этом виноват не словарь, а время. Такая же особенность наблюдается и с немецким словом *Zeit*. В. А. Плунгян указывает на то, что время является абстрактным и понятийным, и его конкретное значение определяется контекстом использования. В разных ситуациях время может иметь разные значения и интерпретации. Например, в одной поговорке время может означать быстроту прошедшего момента, а в другой — продолжительность события. В. А. Плунгян выделяет следующие пять метафорических блоков в различных контекстах, где используется слово время.

Эти метафорические блоки помогают нам лучше понять значение слова *Время* и его использование в разных контекстах. Каждый из блоков показывает разные аспекты времени и его влияния на различные сферы жизни. Например, время-контейнер отражает идею о том, что время может вмещать в себя события и переживания. Время-

субстанция указывает на то, что время можно измерять и оно имеет определенное количество. Время-путник подчеркивает движение времени и его неостановимость. Время-имущество отображает идею о том, что время может быть чем-то, чем обладают люди. И время-агрессор указывает на разрушительную силу времени и его способность приводить к изменениям и утрате [Плунгян 2000: 161]. Эти метафорические блоки помогают нам лучше понять разнообразные аспекты времени и его роль в нашей жизни. В них отражены различные характеристики и взаимодействия временных понятий. Использование указанных выше метафорических блоков, позволило нам более полно и глубоко осознать значение слова *Zeit* / *ремя* и его значимость в немецком языке и культуре. В немецком фольклоре время часто представлено как живая, активная сила. Это выражается в пословицах, где время способно творить чудеса: *Des Menschen Engel ist die Zeit; Zeit bringt Rosen; Zeit bringt alles; Die Zeit wird's bringen; Die Zeit wird's lehren, Die Zeit tut Wunder; Die Zeit macht gescheit.*

В немецкой лингвокультуре время ассоциируется с образом целителя или целительного средства, что проявляется в следующих фразах: *Verschwiegen Leid heilt nur die Zeit; Die Zeit heilt alles / alles Leid; Die Zeit lindert jeden Schmerz.*

В отдельных пословицах и поговорках *Zeit/Время* рассматривается как хозяин, и ему следует служить: *Diene der Zeit; Wer der Zeit dient, dient ehrlich.*

Немецкие пословицы также отражают идею о всемогуществе времени, которому подвластно все: *Die Zeit zähmet alle Dinge; Die Zeit verzehrt all Ding.*

Время как активная, живая сила способна разоблачить и казнить преступника: *Zeit verrät und hängt den Dieb.* Время может проявить противоречие, пощадив одного и наказав другого: *Die Zeit verschont den Sperling, aber die Nachtigall bringt sie in den Käfig,* или же проявлять «злые» качества: *Zeit bringt Leid; Zeit entblättert jede Rose; Zeit macht Heu; Zeit verzehrt Eisen und Stahl; Zeit frisst Eisen.*

Другая часто встречающаяся идея – время как глава, состоящая из уникальных событий и изменений. Вместе со временем меняются люди, их заботы, манеры, традиции и обычаи: *Wie die Zeit, so ändern sich die Leute; Die Zeiten ändern sich und wir mit ihnen; Andere Zeiten, andere Sitten, Andere Zeiten, andere Sorgen / Lieder; Andere Zeit, andere Leute* и т.п.

В этом смысле стоит отметить, что эта лексическая единица часто используется во множественном числе и что имеются множество пословиц и поговорок, которые относятся к плохим или трудным временам: *Die Zeit wird immer schlimmer; Die Zeiten werden immer schlechter; Die Zeiten sind böse, sagte der Vater; was würd' er jetzt sagen?; Schlechte Zeiten geben schlecht Bier.*

Встречаются такие пословицы и поговорки, где изменчивость времени связана со свойством, что время движется постоянно и не может быть обращено вспять: *Es flieht die Zeit; Die Uhr bleibt stehen, die Zeit nicht; Die Zeit steht nicht still; Verlorene Zeit kommt niemals wieder; Die Zeit verschwindet, eh man's besinnt; So geht die Zeit zur Ewigkeit.*

Отражение качественных черт времени находим мы в следующих пословицах: *Gute Zeit bricht geschwind den Hals,* что означает — Хорошее время быстро проходит, *Drückende Zeit schreitet langsam* – Тяжелое время идет медленно.

Отражение национальных черт, присущих немецкому народу, таких как порядок и пунктуальность, то есть время никого не ждет, человек самостоятельно подстраивается ко времени, представлено в следующих пословицах: *Die Zeit wartet auf niemand; Wem die Zeit nicht passt, der passe sich in die Zeit.*

Хоть и в немецком языке не имеется специального существительного, обозначающего "пора", но *Zeit* может быть использовано в смысле благоприятного момента.: *Alles hat seine Zeit; Alles zu seiner Zeit; Arbeiten hat seine Zeit und Feiern hat seine Zeit; Es ist eine Zeit zum Lustigsein und eine Zeit zum Trauern; Wenn's Zeit ist, soll*

man melken; Zeit zu schweigen, Zeit zu reden, Zeit aufzuhören; Seine Zeit hat Sang und Pradigt.

Концепт ZEIT в немецких пословицах и поговорках может быть связан с понятием времени, его ценности и управления им. Например, встреча со временем означает встречу с самой судьбой. Особое внимание обращает на себя поговорка "*Zeit ist Geld*", которая выражает важность эффективного использования времени.

Таким образом, немецкая лексическая единица *Zeit*, имеет широкий спектр значений и интерпретаций в разных контекстах. Его конкретное значение зависит от контекста и восприятия говорящего. Анализ пословиц и поговорок немецкого языка также позволил нам выявить своеобразное видение и интерпретацию понятия *Zeit / Время* в немецкой лингвокультуре. Рассмотренные нами пословицы и поговорки отражают разнообразные аспекты времени, такие как его ценность, непредсказуемость и способность исцелять его связь с изменениями в жизни людей, а также его неуклонное движение вперед. В немецкой культуре *Zeit / Время* часто персонифицируется и рассматривается как активная сила, влияющая на жизнь людей. Примеры показывают, как важен порядок, пунктуальность и четкость в организации процессов, имеющих место в жизни немецкого народа, то есть поддерживают идею о монохромном характере немецкой культуры во времени.

Литература

1. Гак В. Г. Язык как форма самовыражения народа. М.: Наука, 2000. 311 с.
2. Плунгян В. А. Общая морфология: введение в проблематику. М.: УРСС, 2000 (2 изд. 2003, 3 изд., испр. и доп. 2009). 384 с.
3. Duden.de. URL: <https://www.duden.de/> (Datum der Bewerbung: 10.10.2023).

Гулакова Мария Алексеевна
студентка 1 года обучения магистратуры,
факультет иностранных языков
ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет
имени академика И. Г. Петровского»
Брянск, Россия
maria.gulakova@mail.ru

ПЕРЕВОД ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ В НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ ТЕКСТАХ

Аннотация. В статье рассматривается проблема перевода терминологии в научно-популярных текстах. Автор анализирует способы и приемы перевода терминологической лексики, содержащейся в текстах научно-популярного характера на примере произведения Харари «21 урок для XXI века».

Ключевые слова: перевод, научно-популярный стиль, терминологическая лексика, термин, Харари.

UDC 81.255

Gulakova Maria Alekseevna
1st year master course student, Faculty of Foreign Languages
Bryansk State University named after Academician I. G. Petrovsky
Bryansk, Russia
maria.gulakova@mail.ru

TRANSLATION OF TERMINOLOGICAL VOCABULARY IN POPULAR SCIENCE TEXTS

Abstract. The article touches upon the problem of terminology translation in popular science texts. The author analyzes translation ways and techniques employed for terminological vocabulary found in science popular texts at the example of Harari's work “21 lessons for the XXI century”.

Key words: translation, popular science style, terminological vocabulary, term, Harari.

В наши дни достаточно непросто найти художественное произведение, созданное в рамках одного функционального стиля. Под функциональным стилем мы понимаем «систему языковых элементов внутри литературного языка» [БРЭ, URL]. Как правило, произведения совмещают в себе признаки разных функциональных стилей. Границы между функциональными стилями могут быть размыты. В частности, это характерно для научно-популярных текстов. В попытке соответствовать стремительному темпу развитию технологического века, авторы научно-популярных произведений вынуждены совмещать элементы собственно научного функционального стиля с элементами научно-популярного подстиля, чтобы популяризировать достижения науки и техники. Научно-популярный стиль как один из разновидностей (подстилей) научного типа текста сочетает в себе качества как научного — передача интеллектуального содержания, так и популярного стиля — передача этого содержания таким образом, чтобы оно было доступно и понятно читателям–непрофессионалам.

Научно-популярные тексты содержат большое количество специальной лексики и терминологии, что обычно составляет 15–20 процентов общей лексики, использованной в работе [Розенталь 2001: 24]. При этом специальная лексика понятна

лишь тем, кто занят в данной предметной области, то есть необходимы специальные знания для овладения этой лексикой [Суперанская 2012: 25]. Авторы научно-популярных произведений учитывают, что текст направлен на широкий круг читателей, не обладающих глубокими научными знаниями, поэтому они обращаются к общеупотребительным понятиям вместо сугубо научных.

При работе с научно-популярными текстами переводчику необходимо учитывать разные факторы для сохранения направленности текста. Он должен сохранить понятность изложения, но при этом придерживаться и научного стиля. В своей работе переводчик должен учитывать, что текст направлен на читателей-неспциалистов, которые заинтересованы в теме, поэтому ему необходимо сохранять доступность текста. В этом ему могут помочь переводческие приемы или трансформации–преобразования, с помощью которых можно осуществить переход от единиц оригинала к единицам перевода. В. Н. Комиссаров относит к переводческим приемам транскрибирование и транслитерацию, калькирование и лексико-семантические замены [Комиссаров 1990: 172]. Также переводчики часто могут прибегать к описательному переводу для толкования какого-либо нового термина.

В книге Ю. Н. Харари «21 Lessons for the 21st Century» можно встретить большое количество специальной лексики [Harari 2019]. Анализ лексики показывает, что в работе представлены два пласта специальной лексики. Первый — политическая лексика, то есть лексемы, относящиеся к политике, политическим объединениям и событиям, например, *political rights* — политические права, *personal liberties* — личные свободы, *Chinese Communist Party* — Коммунистическая партия Китая, *Brexit* — Брекзит.

Второй пласт специальной лексики включает экономические термины, например, *economic opportunities* — экономические возможности, *global financial crisis* — мировой финансовый кризис, *trade agreements* — торговые соглашения, *monetary system* — денежная система.

Помимо этих двух видов терминологии, встречаются термины, связанные со сферой информационных технологий. Они появились они уже в нынешнем столетии, например, *cryptocurrencies* — криптовалюта, *the Internet revolution* — революция Всемирной сети, *blockchain revolution* — революция блокчейна.

Анализ переводческих приемов, использованных для передачи терминологической лексики, позволяет утверждать, что исследуемая политическая и экономическая лексика переведена при помощи приема калькирования, в то время как лексика, обозначающая информационные технологии, передается при помощи набора переводческих приемов. Например, субстантивная лексема *cryptocurrencies* — ‘криптовалюта’ была передана при помощи приема калькирования, где первая морфема *crypto*– переведена посредством транскрибирования (*крипто*), а вторая морфема *currency*– передается благодаря подбору эквивалента (*валюта*). Также словосочетание *peer-to-peer blockchain networks* — ‘децентрализованные сети блокчейна’ было передано при помощи приема смыслового развития, так как компонент *peer-to-peer* был преобразован в адъективную лексему *децентрализованные*. Интересно, что существительные *infotechnology* и *infotech* были переведены как *информационные технологии* и *ИТ* соответственно, однако морфологически аналогичные субстантивные лексемы *biotechnology* и *biotech* в обоих случаях были переданы при помощи существительного *биотехнология*, без разграничения графической формы.

Переводческий анализ терминологической лексики показал, что переводчик использовал прием подбора эквивалента, каждый раз обращаясь к новой эквивалентной форме. Так, при переводе названий видов идеологий, которые в оригинале были представлены словосочетаниями *the communist story* и *the liberal story* были использованы следующие лексические единицы и устойчивые словосочетания как

‘коммунистическая концепция’, ‘коммунизм’, ‘коммунистическая идея’ и ‘либеральная концепция’, ‘либерализм’, ‘либеральный сценарий’, ‘либеральная история’. Интересно, что сама лексема *stories* также была передана при помощи подбора эквивалентов — ‘идеологии’, ‘проекты’. Переводчик также обращается к приему описательного перевода для передачи полноты мысли или конкретизации смысла, заложенного в слове или словосочетании: *liberal panacea* — концепция либерализма, ‘воспринимаемая как панацея’, *they liberalise their societies, their politics and their markets* — ‘они перестроят общество, политику и рынки по принципам либерализма’, *TED talks* — ‘конференции фонда TED’.

Итак, научно-популярные тексты очень распространены на сегодняшний день. Они позволяют читателю узнать о новых достижениях науки и техники, новостях или об современном положении дел в обществе и мире. Эти тексты также рассчитаны на широкую аудиторию, что способствует популяризации науки. Перед переводчиками стоит непростая задача, которая заключается в том, что они должны не просто передать смысл текста, но и сохранить его простоту и понятность. В этом им помогают переводческие приемы и трансформации, которые позволяют им сохранить стилистическую особенность текста и логику изложения мыслей.

Литература

1. Большая российская энциклопедия. URL: <https://old.bigenc.ru/linguistics/text/4725897> (дата обращения 12.11.2023).
2. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). М.: Высшая школа, 1990. 253 с.
3. Розенталь Д. Э. Справочник по русскому языку. Практическая стилистика. М.: Издательский дом «ОНИКС 21 век», 2001. 381 с.
4. Суперанская А. В. Общая терминология: Вопросы теории. изд. 6-е. М.: Издательский дом «ЛИБРОКОМ», 2012. 248 с.
5. Харари Ю. Н. 21 урок для XXI века. М.: Синдбад, 2019. 410 с.
6. Harari Y. N. 21 Lessons for the 21st Century. London, Vintage, 2019. 417 p.

Ермилов Даниил Максимович
студент 1 курса, факультет иностранных языков
БГУ имени Академика И.Г. Петровского
Брянск, Россия
daniel.ermilovv@gmail.com

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОГРАФИКИ НА УРОКАХ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА ДЛЯ РАЗВИТИЯ РАЗЛИЧНЫХ АСПЕКТОВ РЕЧЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация. В статье рассматривается применение инфографики как действенного средства обучения на уроках иностранного языка. Инфографика имеет огромный потенциал для применения в работе по развитию всех видов речевой деятельности при обучении иностранному языку. Многие видят в инфографике достойный ответ на вызовы современного цифрового мира, в котором прежние методы работы с информацией становятся неэффективными.

Ключевые слова: инфографика, виды речевой деятельности, визуализация, иностранный язык

UDC 372.881

Ermilov Daniil Maksimovich
1st year student of the Faculty of Foreign Languages
BSU named after Academician I.G. Petrovsky
Bryansk, Russia
daniel.ermilovv@gmail.com

THE USE OF INFOGRAPHICS IN FOREIGN LANGUAGE LESSONS FOR THE DEVELOPMENT OF VARIOUS ASPECTS OF SPEECH ACTIVITY

Abstract. The article is devoted to the use of infographics as an effective teaching tool in foreign language lessons. Infographics represent a great potential for use in the development of all types of speech activity in teaching a foreign language. Many people see infographics as a worthy response to the challenges of the new digital world, in which the old methods of working with information are becoming ineffective.

Keywords: infographics, types of speech activity, visualization, foreign language

Применение инфографики на занятиях по иностранному языку в средней школе открывает много возможностей занимательно преподнести учебную информацию и эффективно строить обучение иностранному языку, как на занятиях под руководством учителя, так и в ходе самостоятельной работы обучающихся.

Благодаря иллюстративно–визуальному содержанию инфографика «вызывает большой интерес и активизирует обучающихся, побуждает их к формированию и формулированию мысли, выступает смысловой опорой говорения и стимулом к высказыванию» [Митрофанова 1990: 91].

Графический способ подачи информации можно использовать в разных формах: объяснять или закреплять учебный материал с помощью инфографики или предложить ученикам выполнить художественно–творческий проект.

В процессе овладения иностранным языком инфографику можно трактовать как творческое средство в формировании необходимых лингвистических и речевых навыков в результате выполнения конкретных учебных задач. Сфера применения инфографики на уроках иностранного языка практически не ограничена в развитии лексических, грамматических, фонетических и синтаксических навыков.

В процессе формирования фонетических навыков инфографика может применяться при обучении артикуляции фонем, не имеющих аналогов в родном языке. Нередко учащиеся сталкиваются с проблемами запоминания и освоения транскрипции, а также самостоятельным произношением звуков с опорой на графическое изображение. Создание визуального образа учителем или самими учениками может помочь справиться с этими трудностями, научит быстрее распознавать символ-подсказку и правильно читать слова, являющиеся исключениями из общих правил произношения.

При развитии лексических навыков инфографика используется для введения нового вокабуляра. Графические образы привносят новизну в процесс обучения, задействуют различные каналы восприятия материала, обеспечивают более прочное усвоение новой лексики.

При формировании грамматических навыков инфографика обеспечивает ясную и удобную визуализацию сложных грамматических явлений. Излагая материал с помощью моделей и матриц, используя визуально структурированную коммуникацию, учитель создает «образ» изучаемого грамматического явления, что делает его более запоминающимся.

Речевую направленность обучения невозможно обеспечить без формирования синтаксических навыков. Здесь инфографика незаменима для понимания синтаксических структур английского предложения. Сервисный конструктор, составляя схемы по принципу «от простого к сложному», поможет понять порядок слов в английских и русских предложениях, распознать особенности форм членов предложений, их последовательность и согласование в обоих языках. Инфографика может способствовать более беспрепятственному усвоению структур, типичных именно для иностранного языка (*Complex Subject, Complex Object, Gerund* в английском языке, инфинитивные обороты – *statt ... zu, um ... zu, ohne ... zu* — в немецком языке).

Инфографика используется также для создания опор при продуцировании письменных и устных высказываний. Так, в задании ЕГЭ № 38 по английскому языку проверяется умение создавать развернутое письменное высказывание с элементами рассуждения на основе таблицы/диаграммы, что также является видом инфографики [Спецификация контрольных измерительных материалов для проведения в 2023 году единого государственного экзамена по ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ 2023]. Схемы и матрицы-шаблоны, созданные с помощью инфографики, могут содержать тематическую лексику и необходимые структуры, а также основные пункты высказывания и служить опорой при написании эссе и создании устных монологических высказываний.

Художественно–проектная деятельность имеет целый ряд неопределимых достоинств. Дизайнер инфографики, должен продумать, как будет выглядеть конечный продукт его творческого проекта, то есть придумать идею коммуникации и этапы ее реализации, что предполагает четкое представление об основных аспектах инфографики — информации и дизайне. Отобранный материал сначала оценивается с точки зрения релевантности рассматриваемой темы, что также может подразумевать ее актуальность и достоверность, поскольку, если информация быстро устаревает и/или не соответствует реальной действительности, то она вряд ли сможет помочь решению проблемы. Другие не менее важные критерии информации включают:

- значимость
- полноту
- занимательность
- целенаправленность
- репрезентативность (оптимальную семантическую емкость)
- логичность.

Визуальный аспект отвечает за работу с изображениями, цветами, шрифтами, формами. Эстетика дизайна предполагает понимание пропорциональности, гармонии в комбинировании образов и красок. Но роль дизайна не ограничивается сугубо эксплицитными характеристиками визуальной коммуникации. Концепция изображения должна отличаться

- оригинальностью
- этичностью, духовностью
- привлекательностью
- эффективным отражением сущности продукта.

Таким образом, инфографика представлять собой одновременно и наглядный источник знаний, и действенное средство мотивации учащихся к самостоятельному поиску и критической оценке информации.

В частности, важно, чтобы учащимся не только предлагали готовые инфографики, но, и чтобы они самостоятельно создавали свои собственные, отражая взаимосвязи, алгоритмы, рисуя диаграммы и придумывая символы. Процесс создания инфографики поощряет учащихся находить необходимую информацию, самостоятельно ее обрабатывать и не только анализировать факты, но и творчески визуализировать результаты осмысления. Чем выше уровень владения языком, тем выше потенциал для составления инфографики самими учащимися.

Деятельное участие учащихся в создании инфографики, привлечение релевантных веб-сервисов и анализ инфографики и моделей — это важные этапы работы с соответствующим контентом на уроках.

Учащимся можно предложить следующие задания, связанные с подготовкой инфографики:

- порекомендовать создать инфографику, основываясь на тексте, который они прочитали, а затем пересказать его по составленной опоре.
- попросить учащихся отразить статистические данные из какого-либо текста в формате инфографики. Это можно сделать, проведя опрос в школе или используя информацию из научного журнала
- предложить составить карту линейных или парадигматических связей слов по определенной тематике и дополнить их изображениями.

Инфографика, в основе которой лежит создание различного рода опор-стимулов, является результативным средством при семантизации вокабуляра, освоении грамматических правил, объяснении теории, ситуационной иллюстрации речевого материала, обучении говорению, подготовке проектов. В отличие от привычных визуальных опор, инфографике присущи характеристики, позволяющие оценочно интерпретировать содержание информации и развивать аналитическое, абстрактное и творческое мышление.

В качестве предпочтительных сторон применения данного средства обучения педагоги и методисты в своих статьях, посвященных использованию инфографики, выделяют следующие важные аспекты: [Кучеренко 2021: 21], [Семенюченко 2019: 4].

- Ориентированность на результат.
 - Учащиеся создают образовательный контент с помощью Интернета. В результате создания и использования инфографики формируются навыки и умения, которые будут задействованы при изучении других академических дисциплин.
 - Применяется как для самостоятельной индивидуальной работы, так и для работы в парах и группах разной численности.
 - Используются как на занятиях в классе, так и дистанционно;
 - Формируются предметные, метапредметные и личностные умения. Совершенствуются следующие навыки: системного мышления, анализа, синтеза.
 - Задействуется как рациональный, так и эмоциональный тип мышления.
- Среди недостатков педагоги выделяют:

- Разный уровень интеллекта и когнитивного развития учащихся.
- Адекватное владение тем или иным сервисом для создания инфографики, что потребует некоторого времени.
- Необходимость наличия Интернета, медленная скорость работы сети.
- Множественность интерпретаций образов и символов, ошибки в выборе способа подачи информации.
- Кажущаяся легкость в создании и применении инфографики.

Методисты также отмечают следующие преимущества инфографики как средства обучения в процессе изучения иностранного языка [Брыксина 2020: 86]:

1. Креативность:
 - инфографика интересна и увлекательна для обучающихся, удобна в использовании и отвечает самым современным требованиям. Ее применение поддерживает творчество и стимулирует развитие аналитических способностей.
2. Системность, доступность, компактность:
 - обеспечивает системное понимание направления изучаемого материала;
 - раскрывает образовательные возможности большой группы;
3. Возможность четкого планирования и структурирования:
 - помогает ученикам в принятии самостоятельных решений в процессе обучения.
4. Аналитический характер подачи материала и облегчение запоминания:
 - вся система иностранного языка подается структурировано в виде доступных для понимания таблиц и схем, играя роль своеобразной навигации по изучаемому материалу. Используя их, ученики легко и, самое главное, осознанно, смогут разобраться в нем.
5. Направленность:
 - процесс овладения языком базируется на «ярких пятнах» и «опорных моментах», которые помогают сфокусироваться на необходимых аспектах в реальном времени.
 - использование этих инструментов и технологий позволяет раскрыть потенциал учащихся и максимально задействовать его в изучении языка.

Инфографику можно использовать на уроках немецкого и английского языка как в репродуктивных, так и продуктивных заданиях, таких как:

- аннотирование
- вопросно-ответные упражнения
- корректирование контента
- восстановление информации или заполнение пробелов
- сравнение или нахождение сходств и различий
- упражнения на дополнение контента
- множественный выбор
- составление списка
- верные и неверные высказывания

Особенность широкого спектра применения инфографики позволяет использовать ее практически при изучении всех языковых аспектов и на разных этапах изучения языка. Например, на начальном уровне обучения инфографика поможет систематизировать понимание времен, употребления артиклей, косвенной и прямой речи и других грамматических тем.

Инфографика делает ученика активным участником познавательного процесса, придает работе аналитический характер, эффективно формирует лингвистическую компетенцию. Она стимулирует развитие творческого, критического, ассоциативного мышления и целостного восприятия исследуемой проблемы. Обеспечивая многообразие методов обучения, ясность и логику в изложении материала, активизируя

мыслительную деятельность, облегчая восприятие, обработку и запоминание, инфографика способствует развитию внутренней мотивации к познанию.

Таким образом, использование инфографики может сыграть неосценимую роль в процессе обучения иностранному языку, оптимизировать объяснение сложного материала, и, что немаловажно, придать учащимся уверенность в себе и обеспечить интерес к изучаемому предмету.

Литература

1. *Брыксина О. Ф.* Дидактический потенциал инфографики: о полифункциональности в образовании // Поволжский педагогический вестник. 2020. № 2 (27). С. 85–92.
2. *Кучеренко Н. Л.* Методический потенциал инфографики как средства обучения иностранным языкам с использованием поликодовых текстов / Н. Л. Кучеренко // Иностранные языки в школе. 2021. № 3. С. 20–25.
3. *Митрофанова О. Д.* Методика преподавания русского языка как иностранного. М.: Русский язык, 1990. 271 с.
4. *Семенюченко Н. В.* Технология создания и использования учебного коллажа на уроках иностранного языка // Иностранные языки в школе. 2019. № 7. С. 2–10.

Законы и нормативные акты

5. ВПР. Английский язык. 7 класс. Образец. / Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки, 2023. С. 9–10.
6. Единый государственный экзамен по ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ. Спецификация контрольных измерительных материалов для проведения в 2023 году единого государственного экзамена по ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ (английскому, немецкому, французскому, испанскому языкам) / Подготовлена федеральным государственным бюджетным научным учреждением «ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ИЗМЕРЕНИЙ» / Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки, 2023. 8 с.
7. Концепция федеральных государственных образовательных стандартов общего образования. ФГОС основного общего образования (зарегистрирован Минюстом России 01.02.2011 г. №19644) // Проект Рос. кад. Образования. М.: Просвещение.2012. 155 с.
8. Об образовании в Российской Федерации: Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 02.03.2016) // Собрание законодательства Российской Федерации. 31.12.2012. № 53 (ч. 1). Ст. 7598; Собрание законодательства Российской Федерации. 07.03.2016. № 10. Ст. 1320.
9. Письмо Минобрнауки России от 12.05.2011 № 03-296 «Об организации внеурочной деятельности при введении федерального государственного образовательного стандарта общего образования».
10. Приказ Министерства просвещения РФ от 31 мая 2021 г. № 287 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования» 07.03.2016. № 10. Ст. 1320.

Имиева Аида Гасан-Гусейновна
студентка 2 года обучения магистратуры,
факультет иностранных языков
zm666am@gmail.com

Кадачиева Хайбат Магомедтагировна
к. ф. н., доцент
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»
Махачкала, Россия
haibat@mail.ru

К ВОПРОСУ ИЗУЧЕНИЯ МЕТАФОРЫ В РЕЛИГИОЗНОМ ДИСКУРСЕ

Аннотация: Данная статья акцентирует внимание на значимости метафор в религиозной сфере, представляя обзор исследований, посвящённых изучению метафор в религиозном дискурсе, и осуществляя анализ метафорических моделей, присутствующих в текстах религиозных книг.

Ключевые слова: метафора, религиозный дискурс, теологическая метафорология, метафорическая модель, концептуализация.

UDC 81-119

Imieva Aida Gasan-guseynovna
2nd year master student, Faculty of Foreign Languages
zm666am@gmail.com

Kadachieva Haibat Magomedtagirovna
Candidate of Philology, Associate Professor
Dagestan State University
Makhachkala, Russia
haibat@mail.ru

THE STUDY OF METAPHORS IN RELIGIOUS DISCOURSE

Abstract. The article focuses on the significance of metaphors in the religious domain, providing a review of research dedicated to the study of metaphors in religious discourse and conducting an analysis of metaphorical models present in religious texts.

Keywords: metaphor, religious discourse, theological metaphorology, metaphorical model, conceptualization.

Метафора как лингвистическое явление являлась предметом изучения выдающихся мыслителей и учёных на протяжении многих лет. Соответственно, изучение метафоры можно считать традиционным в науке о языке. Однако, его продолжение не ограничивается традицией и не теряет актуальности и интенсивности, поскольку оно предполагает наличие множества подходов к определению и пониманию данного явления. Как итог, наука обладает огромным многообразием интерпретаций метафоры, каждая из которых раскрывает ту или иную важную сторону этого сложного явления. Одной из современных задач изучения метафоры является выявление особенностей её функционирования в различных дискурсах.

Дискурсивные исследования являются одним из наиболее актуальных и перспективных направлений современной лингвистики. Особое внимание лингвистов привлекает изучение особенностей религиозной коммуникации, ведь религиозный дискурс представляет собой один из наиболее древних и важных типов институционального общения. О растущей актуальности данного направления

лингвистических исследований говорит постоянно возрастающее количество работ, посвящённых различным сторонам этого явления, среди которых труды таких учёных, как И. М. Гольберг (1995), Н. К. Миронова (1997), Е. А. Кожемякин (2013), В. А. Бурцев (2013), Л. П. Крысин (2014), Н. Н. Резанова (2010), А. А. Чернобров (2007) и другие.

По мнению учёных, религиозный дискурс занимает важное место среди всех институциональных типов дискурса, так как выполняет ряд общественно важных функций, составляющих духовную сферу человеческой жизни. Цели религиозного дискурса достигаются при помощи ряда средств, среди которых следует выделить концептуальную метафору, представляющую особый интерес для современных исследований. В связи с этим учёные предлагают выделять новое лингвистическое направление в рамках учения о метафоре — *теологическую метафорологию* [Резанова 2010: 40].

Данное направление ставит перед собой следующие задачи: выявление функций метафоры в религиозном дискурсе; определение специфики теологической метафоры; установление основных метафорических моделей, свойственных религиозному дискурсу. В ходе развития теологической метафорологии исследователями были сделаны попытки реализовать названные основные задачи.

Во-первых, религиозная метафора может обладать различными функциями в зависимости от стиля каждой конкретной ситуации коммуникации и других факторов, так как религиозный дискурс включает в себя немалое количество разнообразных жанров и форм воплощения. Тем не менее, в качестве трёх основных принято выделять когнитивную, прагматическую и педагогическую функции [Прилуцкий 2012: 21].

Во-вторых, определение функций позволяет говорить и о специфике религиозной метафоры. Прежде всего, существенными в данном виде институционального дискурса являются такие свойства метафоры, как образность и яркость. Именно это даёт возможность людям представлять и осмысливать абстрактные религиозные концепты, ценности и догматы посредством конкретных объектов. Кроме того, поскольку религиозный дискурс отличается также и воздействующей функцией, метафора в нём обладает высокой степенью эмоциональной нагруженности. В связи с педагогической функцией отмечают и дидактический эффект, вызываемый теологической метафорой. Дополняя функциональные особенности, исследователи делают акцент на прецедентности метафоры. Это специфическое качество объясняется тем, что все теологические метафоры восходят к определённым и известным источникам, то есть основываются на текстах священных книг [Кондратьева 2015: 106].

В-третьих, результаты современных исследований дают возможность установить ряд метафорических моделей, отличающихся сферой-источником. В связи с доминирующей частотностью использования, структурированностью и разнообразием средств воплощения, в основном, выделяются следующие модели: *фитоморфная, зооморфная, метафоры родства, физиологическая, артефактная*.

В состав *фитоморфной модели* может входить несколько крупных фреймов: «части растения» (слоты «корни», «ветви», «семена», «цветы»), «жизненный цикл растений и участие в нём человека» (слот «жизненный цикл растения»), «места произрастания» (слоты «почва», «поля»).

Менее продуктивная, но значимая для концептуальной картины мира *зооморфная* модель раскрывается в двух основных фреймах: «состав царства животных» (слоты «собственно животные», «насекомые», «птицы») и «части тела животных» [Силенко 2013: 140].

К *метафорам родства* можно отнести, к примеру, такие выражения, как «сыны божьи», «отец небесный», «братья по вере», «монашеская братия» и т.д.

Данная метафорическая модель подразделяется на два главных типа отношений — горизонтальные (равноправные) и вертикальные (иерархические). Например, существует парадигма метафор оппозиции «отец – сын», в которых структурируются взаимоотношения Бога и верующих людей [Кондратьева 2015: 105].

Что касается *физиологической метафоры*, в рамках религиозного дискурса данная модель теологической метафоры реализуется через следующие фреймы: «физиологические органы» (слот «сердце» – основной), «части тела» (слоты «руки», «лицо», «ноги», «голова»).

Наконец, *артефактная модель* в религиозном дискурсе, согласно исследованиям, наиболее часто репрезентирует концепты «Дом» и «Механизм» и, соответственно, реализуется посредством одноимённых фреймов [Силенко 2013: 137].

Таким образом, исследование метафор в религиозном дискурсе является важным для понимания глубинных смыслов, которые несут в себе тексты дискурса, обслуживающего духовную сферу человеческой жизни. Дальнейшие исследования в этой области обещают расширять наше знание о концептуализации действительности в текстах религиозного дискурса.

Литература

1. Кондратьева, О. Н. Метафорика религиозного дискурса // Вестник ЧелГУ. 2015. № 10 (365). С. 101–106.
2. Прилуцкий, А. М. Метафорика религиозного ритуального дискурса // Религия. Церковь. Общество. Исследования и публикации по теологии и религии. СПб., 2012. Вып. 2. С. 21–38.
3. Резанова, З. И. Метафорический фрагмент русской языковой картины мира: идеи, методы, решения // Вестник Томского государственного университета. 2010. № 1 (19). С. 26–43.
4. Силенко, О. Г. Метафора в религиозном дискурсе / О. Г. Силенко, Н. Г. Суспицына // Лингвокультурология. Вып. 7. Екатеринбург, 2013. С. 135–147.

Исмаилова Булбун Гасановна
студентка 4 курса, факультет иностранных языков
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»
Махачкала, Россия
aminat66@mail.ru

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРИНЦИПА ЯЗЫКОВОЙ ЭКОНОМИИ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Аннотация. Данная статья исследует реализацию принципа языковой экономии в английском языке. Принцип языковой экономии заключается в эффективном и кратком использовании языка для передачи смысла. Авторы стараются избегать излишнего повтора, устранять избыточные или многословные выражения и использовать точные и краткие формулировки. В английском языке реализация этого принципа влияет на стилистическое качество текста. Авторы используют меньше слов, чтобы передать более глубокие значения, создавая впечатляющую и запоминающуюся письменность. Техники, используемые для достижения языковой экономии в английском языке, включают избегание многословности, использование яркого и краткого образности, эффективное использование метафор и сравнений, а также умелое применение диалогов. Реализация принципа языковой экономии в английском языке повышает стилистическое качество текстов и способствует более эффективному и точному выражению идей и смысловой глубине.

Ключевые слова: принцип языковой экономия, английский язык, лингвистические уровни, сокращения, стилистический аспект

UDC 81'42

Ismailova Bulbun Gasanovna
4th year student, Faculty of Foreign Languages
Dagestan State University
Makhachkala, Russia
Aminat66@mail.ru

IMPLEMENTATION OF THE PRINCIPLE OF LANGUAGE ECONOMY IN THE ENGLISH LANGUAGE

Abstract. This article examines the implementation of the principle of linguistic economy in the English language. The principle of economy of language is the efficient and concise use of language to convey meaning. The authors try to avoid unnecessary repetition, eliminate redundant or verbose language, and use precise and concise language. In English, the implementation of this principle affects the stylistic quality of the text. Authors use fewer words to convey deeper meanings, creating impactful and memorable writing. Techniques used to achieve linguistic economy in English include avoiding verbosity, using vivid and concise imagery, effective use of metaphors and similes, and skillful use of dialogue. The implementation of the principle of linguistic economy in the English language improves the stylistic quality of texts and contributes to a more effective and accurate expression of ideas and semantic depth.

Keywords: principle of language economy, English language, linguistic levels, abbreviation, stylistic aspect.

Английский язык является одним из самых распространенных и важных языков международной коммуникации. Миллионы людей из разных стран используют

английский для общения, деловых контактов, академических и научных целей. В связи с этим, важно разработать эффективные стратегии и принципы использования английского языка, которые позволят достичь ясности и понимания в коммуникации.

Один из таких принципов – языковая экономия отражает стремление использовать язык максимально эффективно и экономично, избегая излишнего использования слов, фраз или конструкций. Языковая экономия способствует более ясному и лаконичному выражению мыслей, упрощает процесс коммуникации и улучшает взаимопонимание между говорящими.

Принцип языковой экономии является важной концепцией в изучении и преподавании языков. Он играет решающую роль в повышении эффективности и результативности коммуникации, выступает за краткость, точность и ясность в использовании языка. Это руководящий принцип, который помогает писателям и ораторам более эффективно и действенно доносить свое сообщение. Лингвистическая экономия занимает центральное место и в английском языке, так как лежит в основе большей части коммуникативных процессов.

Экономия применима и к языку, для нее также характерна склонность к краткости, бережливости, рациональному использованию языковых средств. Д. К. Ципф обнаружил, что склонность к экономии является критерием, регулирующим любой аспект человеческого поведения, который руководствуется этим принципом наименьшего усилия, действующим и в рамках языковой эволюции. В таком динамическом процессе, как изменение языка, слова постоянно сокращаются, переставляются, устраняются, заимствуются и изменяются по значению [Ципф 1979: 55].

Принципу экономии в употреблении языковых единиц придавал большое значение И. Г. Пауль, который в своей классической работе «Принципы истории языка» посвятил ему главу под названием «Экономия языковых средств», характеризуя этот принцип как: «Более или менее экономное использование языковых средств для выражения мысли зависит от потребности. Нельзя, правда, отрицать того, что очень часто языковые средства используются излишне расточительно. В целом, однако, для языковой деятельности характерна определенная тенденция к бережливости» [Пауль 2014: 265].

Это принцип более действенный и способствует наиболее эффективной передаче информации. Этого можно достичь за счет использования простого языка, коротких предложений и активного залога. При написании важно сосредоточиться на четкой и краткой передаче сообщения, не жертвуя смыслом или воздействием [Макаров 2002: 7]

По мнению В. Уитнея, основная причина процессов, приводящих к изменению формы слова, — это предрасположенность, или, по крайней мере, готовность отсекал такие части слов, которые могут быть утрачены без ущерба для смысла и, таким образом, вырабатывать такие формы, которые будут более приспособлены для нужд пользователей, которые в большей степени будут соответствовать их привычкам и предпочтениям [Whitney 1989: 50].

Это сами говорящие неосознанно стремятся сократить необходимый минимум в общении – и силы, которые затрачиваются на произношение-речевое усилие, речевую энергию, время, необходимое для передачи определенной информации [Головач 2011: 138].

Без данного принципа сложные слова оставались бы всегда неизменными. Кроме того, стремление облегчить произношение, оно же — тенденция к экономии, происходит из самой человеческой природы, из его устройства, при этом экономия при произнесении не осознается самим человеком. При этом, если человеку предоставляется выбор – сказать что-то в краткой форме или полной, он однозначно

выберет краткость, понимая на бессознательном уровне простоту и удобство такого способа выражения [Арнольд 1990: 254].

Рассмотрим некоторые из способов достижения языковой экономии в английском языке, которые проявляются на различных языковых уровнях.

Самый естественный способ укоротить слова – это обрезать или сжать их, как правило, отрезая окончание или вторую часть слова, реже – начало или его среднюю часть:

*Some work **tomo** (tomorrow) and then back to pune.*

*Not much here, the **fridge** (refrigerator) is empty.*

*He had plenty of time to catch his **plane** (airplane)*

*Will leave the other at the station if **poss** (possible).*

Наряду с сокращениями, активно используются аббревиатуры, которые являются общепринятыми и известны читателю. Например, вместо избыточной формы *American Psychological Association* эффективнее будет использовать *APA*. Аналогичным образом:

*My **GPS** helped me find my way home after getting lost on the highway.*

*The **FBI** is investigating a possible cyber attack on our system.*

В разговорной письменной речи часто встречаются сокращения, которые часто употребляются носителями английского языка и в силу этого легко понимаются. Например, вместо написания *laugh out loud* – *lol*, а также

***Tbh** – to be honest* – честно говоря

***Wbu** – What about you?* – Как насчет тебя?

***Hbu** – How about you?* – Как насчет тебя?

Широкое распространение в английском языке получила лексическая конверсия, когда любое слово может использоваться как другая часть речи без какого-либо изменения формы [Беркнер 1978: 215].

При этом говорящему не нужно запоминать новые слова при передаче информации, что вписывается в принцип экономии:

*They are planning to spend their **honeymoon** in France. – They are planning to **honeymoon** in France.*

*These birds are kept in a cage. – These birds are **caged**.*

*John goes to school by **bus** every day. – John **buses** to school every day.*

На грамматическом уровне языковая экономия может проявляться в виде грамматических трансформаций, когда для передачи информации используется минимальное количество языковых единиц [Бенвенист 2010: 315].

Так, например, чтобы сократить количество слов и сделать фразу более ясной, вместо пассивного залога предпочтительнее использовать активный:

*The report was **written by John**. – John **wrote** the report.*

*The letters have to be delivered. – She (has to) **deliver(s)** the letter.*

Само существование английского языка как аналитического может служить проявлением экономии, когда менее бросающиеся в глаза, менее отличительные формы подверглись устранению в пользу наиболее заметных артиклей, предлогов и фиксированного порядка слов-приемов, обычно встречающихся при отсутствии флективности [Кубрякова 1981: 169].

При этом, «выделенность» аналитических конструкций английского глагола часто компенсируется коммуникантами в процессе разговорного общения более лаконичными формами *Present* или *Past Simple*:

*Brownie is **being baked** by Michael. — Michael **bakes** a brownie.*

Проявление экономии прослеживается и в случаях замены «непереходности» «переходностью», характеризующейся большей семантической емкостью:

*The woman showed him the way to the table **fussing around him** – The woman **fussed him** into a table.*

На синтаксическом уровне реализация языковой экономии может иметь множественные проявления. Назовем некоторые из них :

Синтаксическая особенность разговорной речи заключается в активном применении коротких простых предложений, которые идут друг за другом:

"Not always. This old man is clean. He drinks without spilling. Even now, drunk. Look at him" (Hemingway "A Clean, Well-Lighted Place", p. 345).

Удаление местоимений и замена существительных местоимениями:

Looks (it looks) like there is a long delay in your pol cell msgs.

Wish (I wish) u happy flight. Hope (I hope) c u sun.

Говорящий предпочитает избегать использование слов, которые не несут смысловую нагрузку (*very, really, actually* и др.):

*In my **personal** opinion — In my opinion.*

В стилистическом аспекте также наблюдаются множественные случаи языковой и речевой экономии. Так, вместо книжных возвышенных слов, могут использоваться их нейтральные синонимы:

*The comedian's **hilarious** / **funny** jokes had the audience in stitches.*

*His **despicable** / **sad** behavior towards his coworkers made him unpopular in the office.*

Кроме того, эффективное использование метафор, которые восполняют лексический пробел и создают множество новых выражений. Метафоры яркие и краткие и могут передавать абстрактное и сложное значение [Баева 2014: 35].

Мы так часто используем метафоры, что даже не осознаем, что их используем. Они создают яркие ассоциации и эмоциональное воздействие, используя при этом меньше слов:

My love is a rose in bloom.

She has a heart of gold.

Таким образом, можно утверждать, что закон языковой экономии является универсальным законом развития языка, который представлен на всех уровнях языковой системы. Феномен языковой экономии особенно важен в современном быстро меняющемся мире, где время ограничено, а продолжительность концентрации внимания короче. Предоставляя информацию сжато и эффективно, люди могут привлечь и поддерживать интерес своей аудитории, будь то в письменной или устной форме [Бузаров 1998: 345].

Реализация языковой экономии в английском языке не только улучшает общение, но и повышает общий уровень владения языком. Это побуждает людей критически относиться к выбору слов, структуре предложений и общей связности. Люди могут повысить свою способность добиваться успешных результатов общения.

Литература

1. Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка. М.: Просвещение, 1990. 301 с.
2. Баева И. А. Коммуникативная экономия и эффективность языкового общения // Вестник Московского Университета. 2014. № 4. С. 29–45.
3. Бенвенист Э. Общая лингвистика. М.: URSS, 2010. 351 с.
4. Беркнер С. С. Проблемы развития разговорного английского языка. Воронеж: Воронеж. Ун-т, 1978. 230 с.
5. Бузаров В. В. Основы синтаксиса английской разговорной речи. М.: Крон-пресс, 1998. 365 с.
6. Головач О. А. Принцип экономии в лингвистике // Вектор науки ТГУ. Тольятти. 2011. № 3. С. 137–139.
7. Кубрякова Е.С. Типы языковых значений: Семантика производного слова. М.: Наука, 1981. 200с.

8. *Макаров А. К.* Языковая экономия и ее место в теории коммуникации // Сибирский педагогический журнал. 2002. № 2. С. 3–14.
9. *Пауль Г.* Принципы истории языка. М.: URSS, 2014. 290 с.
10. *Цунф Д. К.* Поведение людей и принцип наименьшего усилия. М.: Феникс, 1979. 125 с.
11. *Hemingway E.* The Short Stories of Ernest Hemingway: The Hemingway. URL: <https://books.google.ru/books?id=iygsDwAAQBAJ&pg=PA345&lpg=PA345&dq=#v=onepage&q&f=false>
12. *Whitney W. D.* The life and growth of language. New York: Appleton, 1989. 236 p.

Исмаилова Сабрина Магомедшафиевна
студентка 4 курса, факультет иностранных языков
Savra383@gmail.com

Курбетова Рукият Фикретова
к.ф.н. доцент
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»
Махачкала, Россия
kurbetova@mail.ru

ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ С ОБРАЗАМИ ДИКИХ ЖИВОТНЫХ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Аннотация. В статье рассматривается национально-культурное содержание фразеологических единиц немецкого языка с зооморфическим компонентом. Рассмотренные нами фразеологизмы с образами диких животных, позволили выявить особенности мировосприятия немецкого этноса, его культуру и образ жизнедеятельности.

Ключевые слова: зооморфизмы, этнос, дикие животные, специфика, значение, образ, лиса, заяц, волк.

UDC 81-22

Ismailova Sabrina Magomedshafievna
4th year student, Faculty of Foreign Languages
Savra383@gmail.com

Kurbetova Rukiyat Fikretova
Candidate of Philology, Associate Professor
Dagestan State University
Makhachkala, Russia
kurbetova@mail.ru

PHRASEOLOGICAL UNITS WITH IMAGES OF WILD ANIMALS IN GERMAN

Abstract. The article explores the national-cultural content of phraseological units of the German language with a zoomorphic component. The phraseological units with images of wild animals considered by us allowed us to identify the peculiarities of the worldview of the German ethnic group, its culture and way of life.

Keywords: zoomorphisms, ethnos, wild animals, specificity, meaning, image, fox, hare, wolf.

Известно, что во всех языках мира фразеологизмы находят свое особенное значение и немецкий язык не является исключением. Типология фразеологических единиц многогранна. В их числе также зооморфизмы, рассматривающиеся и как наименование животного, и как лексическая единица в совокупности. Зоонимы могут быть употреблены как в своем прямом значении, так и в переносном. Во втором случае их задача заключается в раскрытии качеств человека через сравнение [Виноградов 2011: 55].

В зоолексемах наиболее ярко выражается специфика языковой картины мира этноса. Это, в свою очередь, обусловлено представлением данного народа своей, индивидуальной картины мира.

Как мы знаем, животные играют немаловажную роль в жизни человечества. С момента появления и развития, люди на протяжении всей истории жили бок о бок с животными. Отдельное внимание животному миру привело к развитию индивидуального лексического слоя. Этот пласт отличается своей неограниченностью сфер употребления и специфической окраской.

Эта сфера лингвистики привлекает внимание многих ученых лингвистов.

Определяя значение зооморфизмов, ученый Е. М. Вольф пишет: «Существуют 3 уровня значений зооморфизмов. Первое – это непосредственное наименование животного, второе – мифологическое, находящее отражение в национальной культуре народа. На основании этих двух уровней значения формируются базовые представления, которые актуализируются при использовании зоонима для зооморфной характеристики человека» [Вольф 2005: 184].

Рассмотрим фразеологическую группу зоонимов, которые являются специфичными для немецкого языка. Так, например, фразеологизмы с образом барсука занимают особое место среди немецких фразеологизмов. Это обусловлено их заселением больших участков Германии, в особенности — в южной его части. По наблюдениям за повадками этого животного, немцы отмечают его любовь к одиночеству. Барсук не покидает свою нору без необходимости, вследствие чего немцы сравнивают его с человеком-интровертом: *zu Hause sein wie ein Dachs, immer zu Hause sein wie ein Dächschen*.

Функция зооморфизмов заключается в отражении поведения индивида через призму фразеологизмов с компонентным зоонимом. Тем самым, как отмечалось выше, идет сопоставление поведения человека с тем или иным животным, в зависимости от сходства их поведения. Но следует подчеркнуть, что это сопоставление в разных лингвокультурах может различаться [Ануфриева, URL]. Так, рассмотрим семантику фразеологизмов с компонентами «лиса», «волк» и «заяц» в немецком языке.

Лиса считалась мифическим животным, воплощающее в себе душу мертвеца, сопровождающую его в загробный мир.

Из-за многочисленности в лесах Германии лис, у немцев развился ряд представлений о них. Так, немцы подчеркивают хитроумность данного вида животного: *ein schlauer Fuchs, ein alter Fuchs geht nicht wieder ins Garn, der Fuchs kann das, was der Löwe nicht kann*.

Кроме того, немцы связывают лису с такими понятиями, как мудрость и сообразительность: *Sie ist wie ein armer Fuchs, die nur ein Schlichhat*.

Наряду с общепризнанной хитростью лисы, немцы также отмечают ее льстивость и склонность к предательству своих: *den Fuchsschwanzstreichen, dem Fuchsbeichten*.

Следующая зоолексема, которую мы будем рассматривать — это волк. Образ данного зверя немцы сопоставляют с активным и энергичным человеком, деятельность которого исключает пассивный образ жизни. В данных зооморфизмах осуждается излишняя лень и безделье: *ein Wolf im Schlaffingnie ein Schaf*.

Также немцы подчеркивают коварность и ненадежность, характерные для волка, так как в случае опасности он может оставить свою стаю и убежать: *Wolf Schafspelz, esistalbern Schaf, dasdemWolf beichttet* [Байер 2010: 76].

Из-за большого распространения диких зайцев на территории Германии в немецком языке особое место занимают фразеологические единицы с зоолексемой заяц. Заяц ассоциируется с рядом характеристик:

- с опытным человеком: *ein alter Hase*.
- с трусливым человеком: *Hans Hasenfuß*.
- с человеком, который слишком много работает: *erarbeite twie ein Hase*.
- с символом любви: *Hasen reigen* [Бинович 1975: 277].

Зооморфические единицы немецкого языка отличаются своими особенностями и спецификой. Заяц является любимым героем немецких басен и сказок. В современном немецком языке образ зайца больше ассоциируется с опытным человеком, нежели с трусостью: *erist wie ein alter Hase, seine Gedankesind wie Gedankede salten Hasens*.

Проведенный анализ показывает, что зооморфическая лексика в составе фразеологизмов используется для характеристики человека. В рассмотренных фразеологизмах представлена физическая и качественная характеристика человека. Ассоциативные представления о поведении, действиях, признаках и повадках тех или иных представителей фауны отражают этно-культурную специфику, менталитет немецкого народа, его нравы и стереотипы.

Литература

1. Ануфриева М. В. Исследование фразеологизмов немецкого языка с компонентным зоонимом // Юный ученый. 2017. № 2. С. 1–2. URL: <https://moluch.ru/young/archive/11/880> (дата обращения 11.10.2023).
2. Байер Х., Байер А. Немецкие пословицы и поговорки. М.: Высшая школа. 2010. 392 с.
3. Бинович Л. Э., Гришин Н. Н. Немецко-русский фразеологический словарь. М.: Русский язык, 1975. 772 с.
4. Виноградов В. В. Избранные труды: Лексикология и лексикография. М.: Русский язык, 2011. 336 с.
5. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. М.: URSS, 2005. 278 с.

Керимова Саида Назаровна
студентка 4 курса, факультет иностранных языков
kerrysn@yandex.ru

Рагимханова Тамилла Ибрагимовна
ст. преподаватель
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»
Махачкала, Россия
rtamilla@mail.ru

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЭБОНИКСА (НА МАТЕРИАЛЕ АМЕРИКАНСКОГО РЭПА)

Аннотация. В статье рассматривается афроамериканский вариант английского языка (эбоникс) и особенности его функционирования на материале текстов композиций афроамериканских рэп-исполнителей. Раскрываются фонетические, грамматические и лексические особенности эбоникса на примерах из различных рэп-композиций.

Ключевые слова: афроамериканский английский, эбоникс, черный английский, диалект, грамматические особенности, фонетические особенности, лексические особенности, рэп.

UDC 81'11

Kerimova Saida Nazarovna
4th year student, Faculty of Foreign Languages
kerrysn@yandex.ru

Ragimkhanova Tamilla Ibragimovna
Senior Lecturer
Dagestan State University
Makhachkala, Russia
rtamilla@mail.ru

LINGUISTIC FEATURES OF EBONICS (BASED ON THE AMERICAN RAP LYRICS)

Abstract. In this article the African–American dialect of the English language (Ebonics) is described and the features of its functioning on the example of lyrics of African-American rap artists' songs are considered. The phonetic, grammatical and lexical features of Ebonics are revealed by means of examples from various rap songs.

Key words: African-American English, Ebonics, Black English, dialect, grammatical features, phonetic features, lexical features, rap.

Возникший на основе языка, принесенного колонизаторами на территорию современных Соединенных Штатов Америки, афроамериканский английский является одним из наиболее значимых диалектов американского английского в контексте изучения лингвистического разнообразия и культурного наследия этой страны.

Для наименования афроамериканского английского языка в разные периоды использовались следующие термины: *Nonstandard Negro English, Black English Vernacular, Spoken Soul, Ebonics, Negro Dialect, Black Street Speech, American Negro Speech, Black Communications, Black Dialect, African-American English, African-American Vernacular English, Ebonics* [Романова 2018: 137].

На современном этапе развития последний вариант — Ebonics — является наиболее распространенным, а потому узнаваемым, названием диалекта. Согласно *Online Etymology Dictionary*, данный термин образован сочетанием двух слов: “*ebony*” — «черное дерево» и “*phonics*” — «правила фонетики» [Online Etymology Dictionary, URL]. Истоки термина восходят к концу 1970-х годов, когда Роберт Уильямс, психолог из Вашингтонского университета в Сент-Луисе (*St. Louis*), ввел этот термин для описания отличительных языковых моделей *African American Language* — так в тот период называли этот диалект.

Эбоникс, служащий инструментом общения для членов афроамериканского сообщества в США, оказал существенное влияние на формирование культуры этой страны. Так, например, использование эбоникса в литературе стало отличительной чертой текстов, создаваемых классиками и современными писателями афроамериканского происхождения, которые использовали эбоникс в своих произведениях для передачи характерных черт диалекта и местной культурной специфики чернокожего населения [Wolfram 2002: 48].

Афроамериканцы внесли большой вклад в мировое музыкальное наследие. Они создали рэгтайм (*ragtime*), Госпел (*Gospel music* — евангельская музыка), блюз, джаз, рок-н-ролл, *R&B*, соул (*soul*), фанк (*funk*) и хип-хоп [Tian 2022: 126].

Африканский континент, его наследие и вызовы, с которыми приходилось сталкиваться его народу, а также история долгое время служили центром того, что многие называли «осознанным» хип-хопом (*conscious hip hop*), создававшимся в конце 1980-х и 1990-х годов. Примерами так называемого «осознанного» хип-хопа служат работы таких артистов, как *X Clan*, *Black Star*, *Public Enemy*, *Boogie Down Productions* и др. С момента основания и по настоящее время исполнители хип-хопа использовали эту форму музыкального искусства для создания альтернативных рассказов о реалиях жизни чернокожих в Америке. Отмечается, что афроамериканцы преднамеренно использовали свою музыку для провокационных высказываний о значении расы, происхождения и национальности [Yancy 2011: 48].

Некоторые лингвисты используют термин *Hip Hop Nation Language*, для описания языка, используемого рэп-исполнителями в своих композициях. Большинство ученых сходятся во мнении, что язык так называемого *Hip Hop Nation Speech Community* это тот же самый *African American English*, хотя и в нем наблюдаются некоторые отличия от традиционного эбоникса, преимущественно на синтаксическом и грамматическом уровнях. Существует мнение, что эти различия связаны с тем, что сленг является наиболее примечательной особенностью языкового употребления в *Hip Hop Nation Speech Community*, и поэтому синтаксису и грамматике уделяется мало внимания.

Проанализировав более чем 100 рэп-композиций различных исполнителей афроамериканского происхождения, нами были выявлены грамматические, лексические и фонетические особенности эбоникса.

К фонетическим особенностям афроамериканского социолекта английского языка относятся:

1. Сочетание *th* в начале слова произносится как [d]:

- *That's all dem can do...* (*Kanye West “I'm in It”*);
- *But you ain't peep that, nigga, go 'head repeat dat, nigga....* (*50 Cent “Fully Loaded Clip”*).

2. Редукция *t* и *d* в конце слов (если это не окончание прошедшего времени у глаголов).

3. Окончание на *-ing* произносится и пишется как *-in'*:

- *System thumpin', party jumpin', I said loud and clear...* (*50 Cent “Just a Lil' Bit”*);
- *I'm terrible at invitin' myself, call me over* (*Drake “Call on Me”*).

Грамматические особенности эбоникса с примерами на каждый случай представлены в следующей таблице:

Таблица 1.

Опущение вспомогательного глагола <i>to be</i> при образовании длительного аспекта во временах <i>Present / Past Continuous</i>	1. <i>Niggas telling</i> women how they bodies supposed to be, but... (Tyler, The Creator "Dogtooth"); 2. Yup, <i>she trying</i> get me that poo-tang... (Kanye West "Clique").
Отсутствие у глаголов времени <i>Present Simple</i> различий по лицам	1. If young Metro <i>don't</i> trust you, I'm gon' shoot you! (21 Savage, Offset, And Metro Boomin feat. Quavo "Rap Saved Me"); 2. He <i>say</i> that he gon' take somethin' from me... (NLE Choppa "Shotta Flow").
Отсутствие различий между формами <i>was / were</i> и <i>is / are</i>	1. We <i>was</i> hopin' for a signal, too afraid to change the channel... (Tyler, the Creator "Big Bag"); 2. 2016, we <i>was</i> ridin' around, beatin' niggas up in the club... (21 Savage & Metro Boomin "Runnin").
Опущение глагола-связки <i>to be</i>	1. Big weight, we <i>straight</i> ... (Migos "Vaccine"); 2. <i>He dead</i> , change the topic...(King Von "Real Oppy").
Инвариантное значение глагола <i>to be</i> , который иногда употребляется для обозначения события или действия в настоящем времени или события, распределенного с перерывами во времени	1. I <i>be</i> Puerto Rican day parade floatin'... (Kanye West "Clique"); 2. She <i>be</i> talkin' to him when she in the matrix... (Juice WRLD feat. Lil Uzi Vert "Wasted").
Употребление формы <i>ain't</i> вместо глагола <i>to be</i> в отрицательной форме	1. And I <i>ain't</i> seen my friends in a minute... (Tyler, The Creator "Foreword"); 2. You <i>ain't</i> sick enough to pull it on yourself, You <i>ain't</i> rich enough to hit the lot and skate... (Kendrick Lamar "DNA").
Использование двух глаголов с отрицательным значением или двух других отрицательных слов в одном предложении – двойное отрицание	1. I <i>don't</i> want <i>nothing</i> in return...(Tyler, The Creator "Dogtooth"); 2. You mothaf...as, <i>can't</i> tell me <i>nothing!</i> (Kendrick Lamar "DNA").

К языковым особенностям афроамериканского английского языка на лексическом уровне относятся:

Таблица 2.

"Nigger / nigga" как средство обращения к представителям своей	1. Still tote your vest man, <i>niggas</i> be trippin'... (The Notorious B.I.G. feat. Diana King
--	--

культуры	<p>“Respect”);</p> <p>2. <i>And the bombest weed smoke that'll make a nigga choke...</i> (Snoop Dogg feat. LBC Crew & The Dogg Pound “Blueberry”).</p>
Употребление слов с отрицательной коннотацией в положительном значении	<p>1. <i>I'm the shit, least that what my neck say...</i> (Kanye West “Clique”).</p>
Обилие сокращенных форм, как <i>dunno</i> , <i>hafta</i> , <i>doncha</i> , <i>prolly</i> , <i>outta</i> , <i>gonna</i> , <i>wanna</i>	<p>1. <i>You shoulda made love to me already...</i> (Tinashe feat. Future “Faded Love”);</p> <p>2. <i>Ayy, ayy, now she actin' outta pocket...</i> (Post Malone feat. 21 Savage “Rockstar”);</p> <p>3. <i>Cause I dunno how long I can hold my heart in two</i> (ASAP Rocky feat. Gunplay & ASAP Ferg “Ghetto Symphony”);</p> <p>4. <i>But how she sleeping? She prolly ain't sleepin' or barely</i> (REASON feat. Alameda “Slow Down”);</p> <p>5. <i>So we gonna smoke a ounce to this...</i> (Snoop Dog “Gin and Juice”).</p>
Замена уже существующих слов, обозначающих те или иные реалии преступного мира, специальным сленгом	<p>1. <i>He pulled out his gat (=gun), I knew he wouldn't last...</i> (Eazy-E feat. Dr. Dre & MC Ren “Eazy-Duz-It”);</p> <p>2. <i>That's why I move like the mob (=criminal), I'm watchin' movies too much...</i> (YG feat. Kendrick Lamar “Really Be (Smokin N Drinkin)”);</p> <p>3. <i>Niggas love sneak dissin' on Twitter They don't want beef (=fight) for real</i> (21 Savage “No heart”);</p> <p>4. <i>Black Panther party, Huey with the leather Feel like I'm him with the cheddar (=money)...</i> (Carnage feat. Lil Uzi Vert, A\$AP Ferg & Rich The Kid “Wdyw”);</p> <p>5. <i>Man don't you know that I'm loco (=villain)?</i> (Snoop Dogg feat. B-Real “Vato”).</p>

Таким образом, эбоникс, как самостоятельный диалект американского английского, обладает рядом фонетических, грамматических, а также лексических особенностей которые были выявлены нами в процессе анализа текстов рэп-композиций более 20 различных исполнителей афроамериканского происхождения. В работе приведено более 30 различных примеров, из них 4 на фонетические особенности, 14 на грамматические и 13 на лексические.

Литература

1. Романова Е. Ю. Афроамериканский английский: британское наследие или креольское образование? // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. Вып.10 (803). С. 136–145.
2. *Online Etymology Dictionary*. URL: <https://www.etymonline.com/> (accessed: 04.11.2023).

3. *Tian W.* A Study of African American English Variant Based on the Corpus of Afro-American Music // *International Journal of Languages: Literature and Linguistics*. 2022. № 2. P. 126–132.
4. *Wolfram W.* The development of African American English. Oxford, UK / Malden, MA: Blackwell, 2002. 237 p.
5. *Yancy, G.* The Scholar Who Coined the Term Ebonics: A Conversation with Dr. Robert L. Williams // *Journal of Language Identity & Education Identity*. 2011. №1. P. 41–51.

Лобеева Полина Игоревна

аспирант

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет

им. Г.Р. Державина»

Тамбов, Россия

guninap@gmail.com

**ДИДАКТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ИНТЕРАКТИВНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ
ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ФРАЗОВЫХ ГЛАГОЛОВ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА:
СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ**

Аннотация. Рассмотрены возможности использования интерактивных приложений для использования в учебном процессе в процессе изучения фразовых глаголов английского языка. Проанализированы особенности применения приложений в учебном процессе, выявлены их существенные характеристики, преимущества и недостатки. Даны рекомендации по их применению в образовательном процессе.

Ключевые слова: фразовые глаголы, приложения, заучивание, тематический подход, искусственный интеллект.

UDC 372.881.111.1

Lobeeva Polina Igorevna

postgraduate student

Derzhavin Tambov State University

Tambov, Russia

guninap@gmail.com

**DIDACTIC POTENTIAL OF INTERACTIVE APPLICATIONS
IN TEACHING AND LEARNING ENGLISH PHRASAL VERBS:
A COMPARATIVE ANALYSIS**

Abstract. The paper considers the possibilities of using interactive applications when teaching and learning English phrasal verbs. The analysis of the features of interactive applications in the educational process is presented; their essential characteristics, advantages and disadvantages are identified. Recommendations for their use in the educational process are given.

Key words: phrasal verbs, applications, memorization, thematic approach, artificial intelligence.

Традиционно преподавание фразовых глаголов основывается на заучивании их значений при помощи различных упражнений — выбор правильного ответа из нескольких предложенных, заполнение пропусков или нахождение соответствия между глаголами и значением. В чем недостатки данного подхода? Во-первых, как правило, у обучающихся не формируются ассоциативные связи, необходимые для корректного употребления того или иного глагола в соответствующем контексте. Другими словами, недостатком такого подхода является механическое запоминание фразовых глаголов, при этом их использование в коммуникативных ситуациях может представлять трудности. Во-вторых, многие учебные пособия для различных уровней образования реализуют так называемый списочный подход, который предполагает изучение фразовых глаголов, объединённых не по тематическому признаку, а по основному глаголу (например, фразовые глаголы с основой *take, get, do, make* и т.д.). В-третьих, большая часть учебных пособий содержит недостаточно количество

упражнений и учебного материала как для заучивания, так и для их продуктивного использования в речи.

Для решения данной проблемы предлагается использовать возможности искусственного интеллекта в процессе изучения фразовых глаголов современного английского языка. В частности, представляется целесообразным внедрять в процесс обучения различные интерактивные приложения, которые позволяют обучающимся отрабатывать использование фразовых глаголов в различных контекстах. Интерактивные или мобильные приложения представляют собой программы, которые которая загружаются из Интернета и устанавливаются на мобильное устройство (смартфон) [Атрощенко 2019: 162]. Их активное внедрение связано, прежде всего, с распространением мобильного обучения как одной из новых форм использования информационно-коммуникационных технологий, а также доступностью интерактивных (мобильных) приложений для обучающихся. По оценкам экспертов, количество приложений постоянно увеличивается. Так, например, в онлайн-магазине *GooglePlay* в 2022 году было более 455000 обучающих приложений, что на 16000 больше, чем в 2021 [Business of apps, URL].

Технологии искусственного интеллекта активно внедряются в образовательный процесс и их дидактический и лингводидактический потенциал в обучении иноязычному речевому взаимодействию, становятся предметом обсуждения в работе многих исследователей (Авраменко А. П., Сысоев П. В.).

Цель данной работы заключается в описании принципов работы интерактивных приложений, облегчающих запоминание и усвоение фразовых глаголов современного английского языка, проведении сопоставительного анализа для выявления достоинства и недостатков существующих приложений.


Для исследования были отобраны приложения, которые используются для заучивания фразовых глаголов. Их выбор был обусловлен следующими требованиями: практичность, доступность, удобство использования. Приложения должны находиться в открытом доступе и могут быть установлены на цифровые устройства (смартфон) бесплатно. В частности, были протестированы пять приложений с одноименным названием *Phrasal verbs*, но принадлежащие разными разработчиками: *Smart learning solutions*, *SevenLynx*, *ReevTechInc*, *Digital Learning Apps*, *Iorolabs*.

Сравнение приложений проводилось по нескольким параметрам: выбор содержания (количество фразовых глаголов доступных для изучения, возможность формирования списка для заучивания), типы упражнений для заучивания (подбор соответствий, заполнение пропусков без варианта ответа, множественные выбор), наличие платного контента, оценка прогресса.

При анализе материала использовались методы описания, сравнения и обобщения полученных результатов.

Интерактивные приложения, которые используются для заучивания английских фразовых глаголов, представлены в Таблице 1. В результате сопоставительного анализа было установлено, что, несмотря на единую образовательную цель, перечисленные ниже приложения варьируются как по объему содержания, так и по используемым подходам для достижения целей обучения.

Сопоставительный анализ приложений на запоминание фразовых глаголов

Приложение	Разработчик	Количество единиц для заучивания	Возможность формирования списка для заучивания	Разные уровни сложности	Типы упражнений	Платный контент	Оценка прогресса
	Smart learning solutions	2000	да	Да	Подбор соответствий, множественный выбор	нет	Да
	SevenLynx	-	нет	Нет	Тесты на множественный выбор, подбор дефиниций	нет	Да
	ReevTech Inc.	500	нет	Нет	Карточки для заучивания	да	Нет
	Digital Learning Apps.	4000	нет	Да	Тесты, квизы	да	Нет
	Iorolabs		нет	Нет	Карточки, тесты, квизы, подбор соответствий, множественный выбор		

Так, например, приложения, созданные *Smart learning solutions* и *Digital Learning Apps*, имеют самый большой объем единиц для заучивания (2000 и 4000, соответственно). При этом возможность формирования индивидуальных списков для заучивания характерна лишь для одного из представленных приложений. Данная функция представляется очень важной, так как позволяет обучающимся строить индивидуальную образовательную траекторию и не тратить время на повторение глаголов, которые им хорошо известны. Более того, приложение от *Smart learning solutions* классифицирует изучаемые единицы по уровням в соответствии с европейской шкалой (*intermediate, elementary, advanced*, и т.д.). Приложение от Iorolabs предлагает тематический подход к изучению фразовых глаголов (*Dayoff, Seasons*, и т.д.). Также это предложение содержит наиболее количество различных упражнений на запоминание и контроль изученного материала. Представляется важным отметить, что некоторые приложения реализуют подход к заучиванию материала, основанный на прохождении тестов. Так, например, приложение от *SevenLynx* предлагает два вида тестов – контекстные и на понимание значений. В тоже время, есть приложения, которые построены по принципу карточек для заучивания (*flashcards*), в которых

основной упор делается на запоминание значения, а употребление в контексте не отрабатывается. Большая часть приложений позволяет оценить прогресс в изучении (процентное выражение правильно выполненных заданий).

Некоторые приложения могут анализировать ошибки учеников и предлагать дополнительные задания для тренировки.

Как показал анализ, интерактивные приложения обладают различным дидактическим потенциалом и могут быть использованы как для самостоятельной работы, так и для тренировки на уроке.

Интерактивные приложения построены на использовании искусственного интеллекта и являются одной из форм информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), которая использует компьютерные системы для анализа и обработки данных.

Сложности, возникающие при использовании интерактивных приложений в обучении фразовым глаголам связаны с необходимостью адаптации учебного материала под конкретные запросы обучающихся, невозможностью отбора материала в соответствии с языковым уровнем обучающихся, а также необходимостью постоянного обновления контента для поддержания интереса обучающихся.

Литература

1. *Авраменко А. П.* Искусственный интеллект в преподавании иностранных языков. Факультет иностранных языков и регионоведения. М.: «КДУ», 2022. 166 с.
2. *Атрощенко И. Г., Коваленко А. С., Лебедева Т. В.* Мобильные приложения и их использование в учебном процессе // Вестник ТвГУ. Серия «Педагогика и психология». 2019. Выпуск 2 (47). С. 160–166.
3. *Сысоев П. В.* и др. Обучение иностранному языку на основе технологий искусственного интеллекта. Тамбов, 2023. 132 с.
4. *Business of apps.* Education App Revenue and Usage Statistics (2023). URL: <https://www.businessofapps.com/> (accessed: 10.11.23).

Лысикова Ирина Васильевна

аспирант

Астраханский государственный университет

Астрахань, Россия

irina_polulyah@mail.ru

ПОЛОРОЛЕВАЯ РЕФЕРЕНЦИЯ В СУБСТАНДАРТНОЙ ЛЕКСИКЕ РУССКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ

Аннотация. В данной статье предпринята попытка проанализировать субстандартную лексику русского и английского языков с точки зрения полоролевой референции. Субстандартная лексика, являясь одним из важных пластов языка, помогает раскрыть представления нации о мужчинах и женщинах.

Ключевые слова: субстандартная лексика, полоролевая референция, оценка, гендерные отношения, мужчина, женщина.

Lysikova Irina Vasilevna

postgraduate student

Astrakhan State University

Astrakhan, Russia

irina_polulyah@mail.ru

GENDER-ROLE REFERENCE IN THE SUBSTANDARD VOCABULARY OF THE RUSSIAN AND ENGLISH LANGUAGES

Abstract. This article attempts to analyze the substandard vocabulary of the Russian and English languages from the point of view of gender-role reference. Substandard vocabulary, being one of the important layers of the language, helps to reveal the nation's ideas about men and women.

Keywords: substandard vocabulary, gender-role reference, evaluation, gender relations, man, woman.

В традиционном понимании лексика языка может быть разделена на две группы, в зависимости от того, где она используется. Первая группа — это стандартная, общеупотребительная лексика, то есть слова, которые можно употреблять в любом месте и в любой сфере деятельности. Эта группа слов является основой словарного фонда языка. Вторая группа — субстандартная лексика, т.е. лексика, ограниченная сферой употребления. Это слова, которые используются только в определенных местах или в определенных областях деятельности.

Субстандартная лексика является богатым источником национально-культурной информации и отражает особенности восприятия мира носителями языка, а также национально-культурные ассоциации, присущие каждой языковой культуре. В настоящее время особую актуальность приобретает изучение гендерных отношений в субстандартной лексике.

Гендерные исследования изучают культурные и социальные аспекты, которые формируют взгляды общества на мужчин и женщин, а также их поведение, связанное с половой принадлежностью. Ученые ввели термин «гендер» в научное описание, чтобы указать на социокультурные аспекты половой идентичности [Лысикова, Файзиева 2023: 60]. В настоящей статье нами была предпринята попытка выявить полоролевые референции в субстандартной лексике русского и английского языков.

В исследовании были использованы данные, которые отражают особенности построения полоролевой референции в субстандартерусского и английского языков. Теоретической базой послужили работы Е. А. Редкозубовой «Реализация гендерной асимметрии в сленге современного языка» [Редкозубова, URL], Е. И. Горошко «Гендерная проблематика в языкознании» [Горошко, URL], А. В. Кирилиной «Гендер: Лингвистические аспекты» [Кирилина, 1999], «Лингвистические гендерные исследования» [Кирилина, URL]. Практическим материалом стала субстандартная лексика русского и английского языков, выбранная из следующих словарей: Толковый словарь русской разговорной речи под редакцией Л. П. Крысина [Крысин, 2014, 2020, 2021], *The Oxford Dictionary of Slang by John Ayto* [John Ayto 1998]. В процессе анализа применялись методы сплошной выборки и семантического анализа.

В рамках нашего анализа полоролевая референция субстандартных лексических единиц русского и английского языков представлена в виде: 1) оценки привлекательности и непривлекательности женщин и мужчин; 2) социально осуждаемые женские и мужские качества.

В русском языке привлекательность женщины для мужчины заключается в ее внешности, обольстительной фигуре, способности доставлять наслаждение и приносить радость.

Привлекательность женщины в основном определяется сексуальными предпочтениями мужчин. Рассмотрим примеры:

аппетитная: соблазнительная (обычно о женщинах). *Пр.: У Михайлова в Химках баба есть — сосет из него соки. — Аппетитная? — Ничего себе* (Крысин 2014 48).

Оценка непривлекательности женщины в русском языке связана с грубой, некрасивой внешностью, излишним или наоборот маленьким весом. Например:

баба-Яга: об очень худой, уродливой женщине. *Пр.: И вправду баба-яга. Ни кожи, ни рожки.* [Крысин 2014: 62]. Наряду с бабой-ягой непривлекательную женщину мужчины называют *грымзой, каргой, кикиморой, образиной, страхолюдиной, страшилой, уродкой, чувырлой* [Крысин 2014: 62].

бабища: рослая, полная немолодая женщина. *Пр.: Русстайл во всей красе: бабища особенно хороша* [Крысин 2014: 63].

бабец: крупная и сильная женщина. *Пр.: Она была, я помню, в теле и по тем временам немолода, по нынешним — бабец вполне, слегка за сорок* [Крысин 2014: 63].

Также отрицательную оценку получают женщины, проявляющие злобу, склочность, грубость, неотесанность, мужественность.

базарная баба: о невоспитанной, грубой, крикливой женщине. *Пр.: Это такая баба базарная, с ней лучше не связываться, себе дороже хороша* [Крысин 2014: 59].

Порицаются мужчинами и имеют негативную оценку женщины, имеющие неразборчивую связь с мужчинами, легкодоступные и аморальные женщины. Например:

подстилка: женщина, легко вступающая в сексуальные отношения с мужчинами. *Пр.: Купить все можно...Все баба — шалавы и подстилки* [Крысин 2014: 173]

свистушка: о легкомысленной девушке, молодой женщине. *Пр.: Как была свистушка, так и осталась: трех мужей сменила, сейчас снова одна, детей нет* [Крысин 2021: 57].

В словаре также отмечены следующие лексические единицы с отрицательной коннотацией: *давалка, лахудра, потаскушка, профурсетка, сучка, шалава, шлюха, гулёна* [Крысин 2020: 321].

Внешность соблазнительного, привлекательного мужчины, по мнению русскоязычных женщин должна быть безупречной. Он должен быть физически совершенным, иметь спортивное телосложение, быть сильным и обладать умением привлечь женщину, демонстрируя свои сексуальные способности:

сок — в полном расцвете сил мужчина, в лучшей поре развития. *Пр.: Как говорится, мужчина в расцвете сил, в самом соку* [Крысин 2021: 244].

стена — сильный о мужчине. *Пр.: Вдруг появляется он, вот такой, серьёзный, положительный. Красивый. С ним удобно, надёжно, за ним как за каменной стеной* [Крысин 2021: 309].

Непривлекательность мужчины, согласно женщинам, проявляется в его физической слабости, отсутствием ума, отталкивающей внешности и невозможности быть настоящим мужчиной. Например:

баран: о глупом, плохо соображающем мужчине. *Пр.: Что с этим бараном разговаривать* [Крысин 2014: 80]. Также говоря об уме мужчины женщины часто используют такие слова как *балбес, балда, дурень, дундук, дурила, кретин, валенок, деревня, тундра, утюг, пень* [Крысин 2014: 80].

баба: о слабохарактерном мужчине. *Пр.: Ты просто баба, а не мужик.* [Крысин 2014: 59]. Слабохарактерного мужчину женщины сравнивают с *курицей, размазней, слюнтяем, тряпкой, хлюпиком, слабаком, мямлей, рохлей, тюфяком* [Крысин 2014: 60].

барчук: избалованный, изнеженный юноша, который не привык трудиться. *Пр.: Тебе-то, провинциальному барчуку, сынку ректорскому, ничего ни скрывать, ни стыдиться не пришлось* [Крысин 2014: 84]. Сюда же можно отнести следующие лексические единицы: *белоручка, лежебока, лоботряс, сачок, филон, лодырь* [Крысин 2014: 84].

Отрицательную оценку имеет мужчина, у которого много неразборчивых сексуальных связей. Например:

потаскун: легкомысленный, склонный к многочисленным и неразборчивым любовным связям мужчина. *Пр.: С милицией собирались тебя искать, потаскун! Глянь в зеркало – во что ты превратился, в драного кота! Совсем заездили тебя девицы* [Крысин 2020: 321]. Сюда же относятся такие слова как *бабник, волокита, кобель, кот, ходок, юбочник*.

В английском языке для мужчины важную роль также играют красота, сексапильность женщины. Положительная оценка данных качеств в английском сленге отражается в использовании следующих слов:

chicklet, chiclet: applied to a (sexually attractive) young woman [John Ayto 1998: 219].

picture — applied to beautiful a woman. *Ex.: The bride was, as they say, a picture.* [John Ayto 1998: 219].

Отрицательная оценка дается непривлекательным женщинам. Например:

crow: applied to an unattractive (old) woman; often in the phrase old crow. *Ex.: She is by no means a crow* [John Ayto 1998: 219].

trout: applied to an unattractive (old) woman. *Ex.: There were some funny old trouts and some spritely young ones, but no raving beauties* [John Ayto 1998: 219].

Также к этой группе слов были отобраны следующие слова: *bag, oldboot, drack, boiler, heap, Mother Bunch* [John Ayto 1998].

Как и в русском, так и в английском языке мужчинами строго осуждается нравственно неприемлемое поведение у женщин:

chippy, chippie: (sexually promiscuous) young woman [John Ayto 1998: 84].

muff: (sexually promiscuous) woman. *Ex.: The muffs are cruising on the drag tonight', i.e., soliciting on the street* [John Ayto 1998: 85].

bimbo: (sexually promiscuous) woman. *Ex.: Not that you were just a bimbo to me... I've discovered that I'm a little in love with you too* [John Ayto 1998: 85].

Умственные способности женщины зачастую ассоциируются с низким уровнем интеллекта, по мнению большинства мужчин женщина особенно привлекательная не может быть умной.

dumb Dora: a stupid woman. *Ex.*: *They [sc. hens] would then wait expectantly, heads cocked on one side with a sort of dumb-Dora inquisitive chuckle* [John Ayto 1998:49].

bimbo: applied to a young woman considered sexually attractive but of limited intelligence. *Ex.*: *Sure, a guy can meet all the bimbos he wants. But the really brainy women – they're not so easy to find* [John Ayto 1998: 49].

dumb blonde: applied to a conspicuously attractive but stupid blonde woman [John Ayto 1998: 49].

Привлекательный мужчина у англоговорящих женщин — это физически сексуальный и сильный мужчина. Рассмотрим примеры:

hunk: applied to a strong and sexually attractive male [John Ayto 1998: 44].

stud-muffin: applied to a really good-looking guy [John Ayto 1998: 44].

lad: applied to a lively (young) man, especially a highly sexed one. *Ex.*: *Bit of a lad is Mr. Alan Clark... running round fancy-free for years* [John Ayto 1998: 44].

lady killer: applied to a man who is credited with a dangerous power of fascination over women. *Ex.*: *Rebecca DeMornay...plays a confident criminal attorney who wears tight skirts and is easily duped by a lady killer* [John Ayto 1998: 66].

Отрицательную оценку в глазах женщин получают мужчины, которые имеют плохую сексуальную репутацию:

goat: applied to a lecherous (older) man; often in the phrase *old goat*; from the malegoat's reputation for sexual insatiability [John Ayto 1998: 67].

ram: applied to a virile or sexually aggressive man [John Ayto 1998: 70].

Также из англоязычного словаря в изучаемом контексте были отобраны такие слова как *wolf*, *Don Juan*, *assman*, *gay-cat*, *tomcat*, *hound*.

Анализ полоролевой референции субстандартных лексических единиц из англоязычных и русскоязычных лексикографических источников позволил сделать вывод о том, что для характеристики женщины-носителя русского языка наиболее часто используются лексемы, включающие следующие слова: *баба*, *бабушка*, *подстилка*, *давалка*.

Для характеристики мужчины-носителя русского языка — лексемы: *баран*, *потаскун*, *кобель*.

Для описания женщины-носителя английского языка наиболее часто используемые слова включают: *chicklet*, *crow*, *bimbo*, *dumb*.

А когда речь идет о мужчине-носителе английского языка, то наиболее распространенными словами являются: *hunk*, *lad*, *goat*, *ram*, *cat*, *wolf*.

На основе анализа лексических единиц полоролевой референции в субстандарте русского и английского языков можно сделать вывод, что образ женщины и мужчины в сопоставляемых языках представлен как одинаковыми, так и разными характеристиками. В русской и английской субкультурах женщина — сексуальная, красивая, мужчина — сильный. То, что касается сексуальности и привлекательности мужчины, то больше лексем, отражающих данную характеристику, было выявлено в английской субкультуре. А вот аморальное поведение, многочисленные половые связи порицаются как мужчинам, так и женщинами в двух сравниваемых культурах. Так, выбранная лексика из словарей играет важную роль в передаче культурных особенностей образа женщины и мужчины, сравниваемых языков.

Кроме того, важно отметить, что проанализированные субстандартные лексемы полоролевой референции показывают образ женщины отрицательным, так как мужчина занимает доминирующие позиции. В нашем патриархальном обществе всё, что относится к мужчинам, считается первичным, в то время как образ женщины, отраженный в языке, часто носит негативные коннотации и характеристики. Можно утверждать, что все языки мира проявляют андроцентризм. Язык создает представление о мире, основанное на мужском взгляде, где женское позиционируется как вторичное.

Литература

1. *Горошко Е. И.* Гендерная проблематика в языкознании. URL: <http://www.owl.ru/win/books/articles/goroshko.htm> (дата обращения: 10.09.2023.)
2. *Кирилина А. В.* Гендер: Лингвистические аспекты. М.: Издательство Института социологии РАН, 1999. 189 с
3. *Кирилина А. В., Томская М. В.* Лингвистические гендерные исследования: URL: <https://magazines.gorky.media/oz/2005/2/lingvisticheskie-gendernye-issledovaniya.html?ysclid=lpfc9a3va6110936692> (дата обращения: 10.09.2023.)
4. *Крысин Л. П.* Толковый словарь русской разговорной речи. Вып. 1. А-И. М.: Языки славянской культуры, 2014. 776 с.
5. *Крысин Л. П.* Толковый словарь русской разговорной речи. Вып. 3: П-Р. М.: Издательский Дом ЯСК, 2020. 824 с.
6. *Крысин Л. П.* Толковый словарь русской разговорной речи. Вып. 4: С-Т. М.: Издательский Дом ЯСК, 2021. 680 с.
7. *Лысикова И. В., Файзиева Г. В.* Генезис проблематики гендерных исследований в лингвистике // Вестник калмыцкого университета. 2023. апрель. № 1. Вып. 57. С. 59–66.
8. *Редкозубова Е. А.* Реализация гендерной асимметрии в сленге современного английского языка. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?edn=yhcpid> (дата обращения: 10.09.2023.)
9. *Ayto J.* The Oxford Dictionary of Slang. New York: Oxford University Press Inc., 1998. 482 p.

Магомедова Сапият Мухтаровна
студентка 3 курса, факультет иностранных языков
sapijat2003@mail.ru

Абдулаева Резеда Нигматулаевна
к.ф.н., доцент
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»
Махачкала, Россия
rezeda1973@mail.ru

ТЕСТИРОВАНИЕ КАК СРЕДСТВО ОЦЕНИВАНИЯ ЯЗЫКОВЫХ ДОСТИЖЕНИЙ ПО ГРАММАТИКЕ НА УРОКЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА (СРЕДНИЙ ЭТАП)

Аннотация. Данная статья посвящена анализу тестирования как средства оценивания языковых достижений по грамматике в обучении английскому языку на среднем этапе. Использование тестов в процессе овладения грамматическими знаниями дают направление мыслительной деятельности учеников, приучают их модулировать процесс переработки достигаемой информации и пользоваться грамматическими знаниями в речевой деятельности. Авторы выявляют, что тестовые задания являются удобными и практичными составляющими целостного подхода к контролю уровня усвоения иностранного языка.

Ключевые слова: тестирование, английский язык, учебный процесс, контроль знаний, виды тестов, грамматические навыки, процесс оценивания.

Magomedova Sapiyat Mukhtarovna
3rd year student, Faculty of Foreign Languages
sapijat2003@mail.ru

Abdulaeva Rezeda Nigmatulaevna
Candidate of Philology, Associate Professor
Dagestan State University
Makhachkala, Russia
rezeda1973@mail.ru

TEST AS A WAY OF ASSESSING LANGUAGE ACHIEVEMENTS IN GRAMMAR IN AN ENGLISH LESSON (MIGGLE STAGE)

Abstract. This article is dedicated to the test as a means of assessing language achievements in grammar in the process of teaching English language in the middle stage. The use of tests in teaching (learning) foreign languages give direction to the mental activity of students, accustom them to modulate the procedure of processing the achieved information and to apply grammatical knowledge in speech activities. The authors reveal that tests are convenient and practical components of a holistic approach to control the level of foreign language acquisition.

Keywords: test, English language, educational (teaching) process, control of knowledge, types of tests, grammar skills, assessment process.

Впервые термин «тест» возник в 1890 г. и был введен в научную жизнь американским психологом М. Кеттелом. Тест (от англ. *test* «испытание, проба, проверка») — стандартизированные задания, в процессе выполнения которых

результат позволяет выявить и измерить психофизиологические и индивидуальные характеристики, а также знания, умения, навыки учащихся [Цит. по Шукин 2006: 49].

Тестовые задания подразделяют на следующие группы:

1. Открытой формы (тест, в вопросах которого не содержатся варианты ответов, т.е. учащийся обязуется написать ответ самостоятельно).

2. Закрытой формы (тест, обладающий несколькими предложенными вариантами ответов) [Балыкина 2009: 132].

Положительный результат в обучении иностранному языку на среднем этапе по большей части зависит от того, как хорошо учитель держит под контролем качество знаний учащихся и обращает внимание на профилактику ошибок. Контроль в процессе обучения выполняет следующие функции:

1) образовательно-развивающая функция, которая позволяет проверить уровень знаний, умений, навыков учеников и которая заключается в заучивании, повторении материала про себя в процессе выполнения теста;

2) обучающая функция представляет собой дополнительное объяснение к ответам;

3) воспитательная функция — выработка привычки к регулярной работе над образовательным материалом [Сластенин 2011: 337].

Тестовые задания по иностранному языку, направленные на установление достижений по грамматике, привлекают внимание учителей с нарастающей быстротой, поскольку именно такие проверки в виде маленьких работ (тестов) являются наиболее экономичными формами контроля, а также весьма объективными факторами освоения учениками языкового материала.

Примеры тестов, направленных на контроль владения грамматическими навыками:

Для составления тестовых заданий для учащихся на среднем этапе, мы опираемся на рабочую программу 5–7 классов по учебникам И. Н. Верещагиной, О. А. Афанасьевой «*English. Student's book*» и Ю. Е. Ваулиной, Дж. Дули «*Spotlight. Student's book*». В учебной практике существуют тесты разных типов, например, тесты развернутого типа (*expanded type test*): обучающийся должен дать полный ответ. В данном случае учащийся составляет вопрос на уже существующее утверждение. Как видно из примера, ребенку даются подсказки в виде вопросительных слов (*question words*), таких как, *when, where, what* и т.д.

Ask questions:

1. Sam finished repairing his car yesterday. — When ___?

2. Yesterday Fred was working at his English from 6 till 9. — How long ___?

3. My brother is in the room. — Where ___?

4. Little Millie is brushing her teeth right now. — What ___?

5. Aunt Nelly got a postcard from her granny three days ago. — When ___?

Далее, мы с вами видим тест альтернативного выбора (*alternative choice test*).

Несложно догадаться, что ученику необходимо выбрать один правильный ответ из двух, или же трех, предполагаемых: он может их подчеркнуть или обвести в кружок.

Present Simple or Present Continuous? Choose the right form.

1. Steve usually (works / is working) late.

2. Adele (is cooking / cooks) dinner at the moment.

3. Mia and Cara (wash / are washing) the dishes right now.

4. Georgia (does / is doing) her homework every day.

5. Chris (is reading / reads) a book now.

6. Nadia often (goes / is going) to the theater.

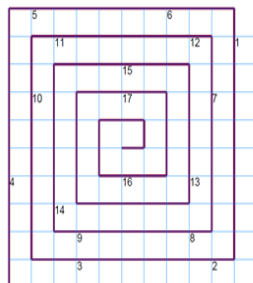
7. Shawn sometimes (is sleeping / sleeps) till late on Saturdays.


8. Kourtney (has / is having) a piano lesson every Monday.

9. Bred and Will usually (eat / are eating) at a restaurant on Sundays.


10. Matthew (listens / is listening) to music at the moment.

Тестовые задания по грамматике могут иметь и игровой вид. Например, разгадать кроссворд и вставить нужную форму прилагательного (comparative or superlative degree). Данный тест помогает запомнить правильное написание слов, развивает логическое мышление и умение понимать форму прилагательного, учит, при необходимости, пользоваться словарями и учебниками.





1. pretty, prettier, _____
2. good, _____, best
3. tall, _____, tallest
4. short, _____, shortest
5. weak, _____, weakest
6. _____, lighter, lightest
7. ugly, _____, ugliest
8. bad, _____, worst
9. fat, fatter, _____

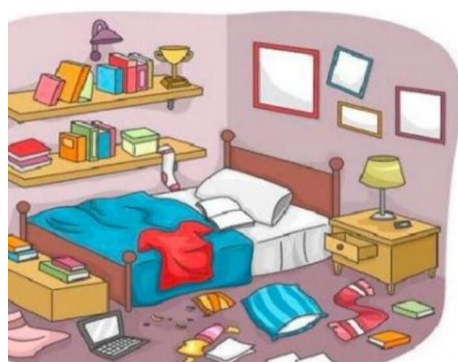






В следующем тесте ученики рассматривают предложенную им картинку, а после, проанализировав рисунок, они должны выбрать правильный вариант (*There is or There are*). Задания, представленные в виде картинок, помогают детям лучше усваивать материал и развивать мыслительные навыки. Прием **guided discovery** позволяет показать контекст, или ситуацию, в котором используется та или иная конструкция.

There is - There are



1. Complete with **there is / there are**


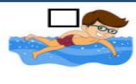













- a t-shirt on the bed.
- two books on the floor.
- a scarf on the floor.
- four pictures on the wall.
- many books on the shelves.
- a book on the bed.
- a laptop on the floor.
- some papers on the floor.

В следующем тестовом задании учащиеся делятся две группы: команда, которая первой сопоставит картинки с предложениями и преобразует глаголы в правильную форму, выигрывает. В указанном тесте ученики не только улучшают, вырабатывают, закрепляют грамматические правила по теме *Present Simple*, но и проявляют свои сильные стороны, помогают друг другу избежать ошибок.

PRESENT SIMPLE

Complete the sentences using the verbs below and then match them to the corresponding picture:

play, drive, like, ride, go, take, swim, listen, read, walk, work, do,

1. Tom football every afternoon.			
2. Mary a bike at the weekend.			
3. Tom and Tina to the cinema on Saturdays.			
4. Mr Wilson pictures in his free time.			
5. Joe in the sea in summer.			
6. Mary and Nick books on Fridays.			
7. Robin to music in his free time.			
8. Sally her dog every morning.			
9. My parents all day.			
10. Sam to work.			
11. Nil his homework in the afternoon.			
12. Patty drawing in her free time.			

Итак, в учебной практике существует множество тестов, которые используются для оценивания грамматических достижений в грамматике. Тестовые задания как средства оценивания языковых достижений по грамматике способствуют держать под контролем учебно-познавательную деятельность учеников. Однако, тестовый контроль для всех учащихся должен иметь одинаковый характер, тем самым ученики будут находиться в равных условиях и испытывать одинаковую сложность во время прохождения теста.

Литература

1. Балыкина Е. Н. Вопросы построения тестовых заданий // Основы педагогических измерений. Вопросы разработки и использования педагогических тестов. Минск: РИВШ, 2009. С. 128–155.
2. Ваулина Ю. Е, Дули Д. Английский язык. 5 класс. Учебник для общеобразовательных учреждений. М.: Просвещение, 2012. 164 с.
3. Верещагина И. Н. Английский язык. V класс. Учебник для общеобразовательных организаций и школ с углубленным изучением английского языка с приложением на электронном носителе. М.: Просвещение, 2013. 174 с.
4. Слостенин В. А. Педагогика. М.: Академия, 2011. 576 с.
5. Щукин А. Н. Обучение иностранным языкам: Теория и практика. М.: Филоматис, 2006. 480 с.

Микаилова Диана Агавердиевна
студентка 4 курса, факультет иностранных языков
Mikailova0300@mail.ru

Кадачиева Хайбат Магомедтагировна
к.ф.н., доцент
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»
Махачкала, Россия
haibat@mail.ru

**ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ГЕНЕТИВНЫХ КОНСТРУКЦИЙ
В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ
(на материале романа Э. Портер *Pollyanna*)**

Аннотация. В статье рассматривается генетив и специфика употребления данного грамматического явления в современном английском языке, определяются наиболее типичные семантические группы и способы образования генетива в английском языке.

Ключевые слова: генетив, семантические классы, грамматика, имя существительное, английский язык.

UDC 811.11

Mikailova Diana Agaverdievna
4th year student, Faculty of Foreign Languages
Mikailova0300@mail.ru

Kadachieva Khaibat Magomedtagirovna
Candidate of Philology, Associate Professor
Dagestan State University,
Makhachkala, Russia
haibat@mail.ru

**FUNCTIONING OF GENETIVE CONSTRUCTIONS IN ENGLISH LANGUAGE
(Based on the novel *Pollyanna* by E. Porter)**

Abstract. The article considers the problem of the genitive and specifics of its use in Modern English. Most typical semantic classes and ways of formation of the genitive are defined, basing on the novel of H. Porter *Pollyanna*.

Keywords: genitive case, semantics classes, grammar; noun, English.

Древнеанглийский язык имел несколько падежей: именительный, винительный, родительный, дательный и творительный (последний имел особую форму только у местоимений и прилагательных) [Thomson 2008: 74].

В современном английском в результате перестройки грамматической системы выделяются общий и притяжательный падежи.

По мнению И. П. Ивановой, «падеж в языках флективного или агглютинирующего строя — категория слова, показывающая его синтаксическую роль в предложении и связывающая отдельные слова предложения. Падежами называют как функции слов в предложении, так и соотносимые с ними формы слов» [Иванова 2011: 98].

В современном английском старые именительный, винительный и дательный падежи смешиваются и сливаются в общий падеж (*the Common case*), а родительный падеж обособляется, значение его суживается, синтаксические функции

ограничиваются. Такое обособление родительного падежа не случайно, так как уже в древнеанглийском периоде форма родительного падежа в основном имела приименное употребление и выступала в функции определения. Атрибутивная функция данной формы в среднеанглийском языке все больше расширялась, родительный падеж стал специально определительным приименным падежом, обозначающим принадлежность [Kreyer 2003: 169]. В связи с этим изменилось и само название данного падежа: притяжательный (*the Possessive case*) вместо родительного (*Genetive*).

Для того, чтобы определить в какой форме и какую роль играет падеж в английском языке, нами была предпринята попытка проанализировать генетив на примере его функционирования в романе Э. Портер Pollyanna. В ходе анализа нами были выявлены следующие способы образования генетива: N+N, NofN и N' S.

В соответствии с классификацией R. Murphy представляется возможным выделить следующие семантические группы в составе сочетаний N+N:

1. Материал / вещество: *a stone wall(house), a glass vase(door), an iron stick, a sugar drink, a silk dress (skirt, hat), gold pieces, woodfir, drapery curtains, gingham dress, straw hat, flat-iron, velvet basque, lace curtains, wood box, brass andirons, tin roof.*

Например:

*He did not speak again, indeed, until they were almost to the great **stone house** in which John Pendleton lay with a broken leg (Porter, p. 139).*

*Just ahead, her aunt's black **silk skirt** rustled luxuriously (Porter, p. 25).*

2. Объект действия: *a garden worker, a school teacher, a water pitcher, a house occupants.*

Например:

*...she added, glancing at the well-filled towel rack and **water pitcher** (Porter, p.191).*

*I'm Old Tom, a **garden worker** (Porter, p. 82).*

3. Место и время совершения действия: *a morning wish (work), hill house, youth ideals, wood path, aisles woods, June morning, mission church, beldings villetrain, Harrington homestead, Saturday afternoon, Sunday afternoon, afternoon visit, attic window, Sunday school, western town, Thursday morning.*

Например:

*When you've finished your **morning work**, Nancy (Porter, p. 4).*

*On a pleasant **Thursday morning** Pollyanna had been taking calf's-foot jelly again to Mrs. Snow and Pollyanna were the best of friends now (Porter, p. 89).*

3. A book page, story part, task part, path place, window ledge.

Например:

*That's the **storypart**, you see (Porter, p. 159).*

*The next moment she had climbed nimbly to the **window ledge** (Porter 2021, p. 31).*

Таким образом, наиболее распространенной группой является группа словосочетаний, обозначающих материал или вещество, а также место или время совершения действия. Такие группы как объект действия, часть предмета представлены значительно меньше.

Следующим способом выражения генетива является «of-фраза», которая употребляется с существительными, обозначающие неодушевленные предметы и абстрактные понятия: *time of the trouble, centre of the city, kitchen of the house, back of the house.*

Например:

*She was at the **back of the house** (Porter, p. 31).*

Данная конструкция чаще всего употребляется с одушевленными существительными, если имеется пояснение: *The **bike of the boy** who was my best friend; **mistress of the old Harrington homestead** who was one of the wealthiest residents of the town.*

На ряду с названными выше конструкциями «*Noun+Noun*» и «*Noun of Noun*» выделяют конструкцию с маркером 's. Они имеют семантические сходства и могут быть использованы для обозначения следующих отношений:

1. Генетив принадлежности:

Miss Polly's room(sealskin coat, two sisters, duty, right-hand man, books, slipper, soul), your sister's child, the missionary's wife, Miss Jennie's little gal, Pollyanna's trunk (up-flung windows, bag, mother, clothing), father's books, Nancy's little sisters, lady's velvet, aunt Polly's lover(things), Pendleton's rooms, Thomas Chilton's number, Mrs snow's daughter (47 единиц).

Например:

*The barrels haven't had many clothes for little girls in them lately; but there were all **father's books**, and Mrs. White said she thought I ought to have those* (Porter, p. 24).

*The family had had little more to do with the **missionary's wife*** (Porter, p. 8).

5. Субъектный генетив:

Miss Polly's arrangements, Nancy's suggestion, Pollyanna's arrival, Pollyanna's visit, a child's presence, Miss Polly's thoughts, people's advice, Nancy's work, Nancy's stay, aunt's gaze (24 единицы):

Например:

*Pollyanna ate her bread and milk with good appetite; then, at **Nancy's suggestion**, she went into the sitting room, where her aunt sat reading* (Porter, p.38).

*The curious helpless feeling that had been hers so often since **Pollyanna's arrival**, had her now fast in its grip* (Porter, p. 88).

6. Объектный генетив:

the land's sake, letter's envelope, character's strength, room's bell, window's ledge, night's weariness (6 единиц):

Например:

*For the **land's sake**, Miss Pollyanna, what a scare you did give me," panted Nancy, hurrying up to the big rock, down which Pollyanna had just regretfully slid* (Porter 2021, p. 174).

*He knew, too, that never again would a long **day's work** or a long night's weariness be quite without that new-found exaltation that had come to him through Pollyanna's eyes* (Porter, p. 127).

7. Генетив – источник происхождения:

Pollyanna's words, people's sympathy, Pollyanna's joy, Jimmy Bean's story, Pendleton's words, father's commands, Pollyanna's instructions, Pollyanna's voice, Mrs Snow's amazement, miss Polly's orders (17 единиц).

Например:

***Pollyanna's words** had been most confusing* (Porter, p. 9).

*But it isn't nonsense", urged Pollyanna, answering only the first of her **aunt's remarks*** (Porter, p. 131).

5. Описательный генетив:

youth's ideals, youth's enthusiasm, sunday's sermon (11 единиц).

Например:

*The man of wealth had more years, as well as more money, to his credit, while the minister had only a young head full of **youth's ideals** and enthusiasm, and a heart full of love* (Porter, p. 167).

*Slowly the minister took from his pocket the notes he had made for his next **Sunday's sermon*** (Porter, p. 174).

6. Генетив измерения:

a moment's silence, the afternoon's umbrella-sending (2 единицы).

Например:

*There was a **moment's silence**, then she went on brightly: "And do you know? I'm glad, after all, that she didn't come to meet me; because now I've got HER still coming, and I've got you besides (Porter, p. 20).*

*But now, NOW, in the face of the new suspicions that had become convictions by the **afternoon's umbrella-sending** — Nancy only welcomed the question with open arms (Porter, p. 167).*

7. Генетив, обозначающий целое, часть которого упомянута:

Miss Polly's voice (lips, hands, ear), Timothy's eyes, Pollyanna's face, Nancy's face, girl's hand, a fly's head, creature's frightened eyes, the dog's head, his patient's pulse, Mr/Pendleton's broken leg, man's jaw (50 единиц).

Например:

*Miss Polly looked at the forlorn little gray bunch of neglected misery in **Pollyanna's arms**, and shivered: Miss Polly did not care for cats-not even pretty, healthy, clean ones (Porter, p.146).*

***Pollyanna's eyes** were wide with surprise (Porter, p. 94).*

Miss Polly's lonely life, Jennie's death, Pendleton's nature.

Рассматривая способы образования генетива, следует отметить, что основным графическим маркером генетива является 's, который в ряде случаев может заменяться на апостроф (').

В ряде случаев формы генетива ('s) и словосочетания с предлогом *of* (*of-phrases*) взаимозаменяемы. В современном языке все более частотным способом выражения отношений генетива становится словосочетание «*Noun + Noun*».

Анализ генетивных конструкций, проведенный на материале романа Э. Портер *Pollyanna* показал, что в английском языке доминируют два способа выражения отношений генетива, одним из которых является словосочетание «*N+N*» и «*N'S*». Наиболее распространенной группой является группа словосочетаний, обозначающих материал или вещество, а также место или время совершения действия. Такие группы, как «объект действия», «часть предмета» оказались не такими распространенными. Такие словосочетания несмотря на то, что используются для выражения генетива, не являются настолько частотными, как генетив с маркером 's.

На основании проведенного анализа мы приходим к выводу о том, что наиболее распространенной группой генетива с маркером 's является генетив, обозначающий целое, часть которого упомянута, генетив принадлежности, а также субъектный генетив. Такие группы, как определительный генетив, генетив измерения, описательный генетив и генетив источник происхождения являются менее частотными в тексте произведения.

Литература

1. Иванова И. П., Бурлакова В. В., Почепцов Г. Г. Теоретическая грамматика современного английского языка. М.: Наука, 2011. 281с.
2. Портер Э. Поллианна: книга для чтения на английском языке. Санкт-Петербург: КАРО, 2021. 256 с.
3. Kreyer R. Genitive and of-construction in modern written English. Processability and human involvement // International Journal of Corpus Linguistics, 2003. P. 169-207.
4. Thomson A. J., Martinet A. V. A Practical English Grammar. 4th ed. Oxford: Oxford University Press, 2008. 384 p.

УДК 378.4

Мишутина Ольга Валерьевна

к.п.н., доцент

Новосибирский государственный педагогический университет

Новосибирск, Россия

purus@mail.ru

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ПОДГОТОВКЕ СТУДЕНТОВ – БУДУЩИХ ХИМИКОВ К ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ТЕХНОПАРКОВ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Аннотация. В статье рассмотрен один из аспектов проблемного поля межкультурной коммуникации. Специфика современного рынка труда требует изменений в подготовке кадров в области естественных наук. Дополнительная поддержка и сопровождение со стороны преподавателей гуманитарных дисциплин поможет справиться с этими затруднениями.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, технопарки, иностранный язык для специальных целей, интеграция, устная речь, письменная речь

UDC 378.4

Mishutina Olga Valeryevna

Candidate of Pedagogy, Associate Professor

Novosibirsk State Pedagogical University

Novosibirsk, Russia

purus@mail.ru

INTERCULTURAL COMMUNICATION IN VOCATIONAL TRAINING OF FUTURE CHEMISTS FOR SCIENCE AND TECHNOLOGY PARKS: REGIONAL APPROACH

Abstract. The article focuses on the aspect of the problem field of intercultural communication. The specifics of the modern labour market require changes in the training of personnel in the field of Natural Sciences. Additional support from humanities teachers will help to manage with these difficulties.

Keywords: intercultural communication, technoparks, English language for Special Purposes, integration, speaking, writing

Исследования в области межкультурной коммуникации неразрывно связаны с мониторингом состояния современного рынка труда и основными изменениями, затрагивающими различные профессиональные сообщества. Цифровизация в школах, средних специальных учебных заведениях и вузах, изменения в содержании программ обучения, а также регулярно выходящие обновления искусственных нейронных сетей (*GPT* от *OpenAI*; *YandexGPT*; *GigaChat* от Сбера, и т.д.) вновь поднимают острые проблемы в системах «человек <—> человек», «человек <—> техника» и «человек <—> знаковая система» (по Е. А. Климову) [Климов 2010: 3], относящиеся к развитию / замедлению когнитивной активности обучающихся, прогрессу / стагнации / регрессу их учебных достижений, недобросовестным заимствованиям идей, целых текстов, изображений, некорректному оформлению отдельных цитирований, отсутствию интереса к творческому развитию и т.п.

Обсуждения различных вопросов в сфере образования и профессиональной деятельности все чаще связаны с «человеческим фактором», приданием особой важности «живой» коммуникации человека с окружающим миром и представителями

других культур. Кроме того, в парадигме новой геополитической обстановки происходит смена партнеров по коммуникации, что одновременно обновляет и расширяет возможности и перспективы для профессионального развития в контексте межкультурной коммуникации. Сложность всей ситуации заключается в быстро изменяющемся информационном поле, в котором от человека требуется постоянная проверка достоверности информации. При этом, потребность экономики в конкурентоспособных специалистах на местах только растет. Здесь на первый план выходит региональная специфика.

Расположение г. Новосибирска на пересечении транспортных и торговых путей не только эффективно влияет на экономику области, но и способствует постоянному развитию и расширению его научной инфраструктуры (научно-исследовательских институтов Сибирского Отделения Российской Академии Наук, Академпарка (комплексного научно-технологического парка), Бiotехнопарка, Межфакультетского Технопарка универсальных педагогических компетенций в Новосибирском государственном педагогическом университете). Таким образом, замысел создателя Сибирского научного центра, профессора М. А. Лаврентьева о связи науки, образования и производства (т.н. «Треугольник Лаврентьева») реализуется в подготовке выпускников высших учебных заведений города, способных справляться со сложными производственными задачами, и в конечном итоге, удовлетворить потребности региональной экономики в создании и функционировании реальных рабочих мест.

Вступая в коммуникацию, представители двух или нескольких языковых сообществ осознают свою принадлежность к разным культурам и взаимодействуют на межкультурном уровне в том контексте, который определяется коммуникативной ситуацией, образованием, опытом коммуникантов, их возрастом и т.д. При недостатке знаний об особенностях культурного наследия языкового сообщества / сообществ партнера / партнеров по коммуникации вероятны ошибки, способные ранить собеседника / собеседников гораздо весомее и чувствительнее, чем лингвистические [Тер-Минасова 2017, URL]. В профессиональной коммуникации эти ошибки могут оказаться препятствиями, которые преодолеть труднее, нежели справиться с грамматической спецификой устной или письменной речи.

При осуществлении профессиональной деятельности в условиях технопарков [Мишутина 2019: 5] (как научных и технологических парках — инновационных площадках для реализации научного, творческого и делового потенциала сотрудников; так и межфакультетских технопарках универсальных педагогических компетенций, предоставляющих свою инфраструктуру для формирования компетенций в искомой образовательной области всем участникам образовательного процесса) сотрудникам необходимы знания о специфике региона, его характеристиках, инфраструктуре, достижениях в науке и образовании.

В этой связи, обучающимся по направлениям в области естественных наук требуется дополнительная поддержка и сопровождение со стороны преподавателей гуманитарных дисциплин. В частности, дисциплин «Иностранный язык для специальных целей», либо «Специальный иностранный язык» (в зависимости от учебного плана). Для решения поставленной задачи нами разработана соответствующая методология, объединившая три подхода: культурологический (Ю. М. Лотман, С. Г. Тер-Минасова), контекстный (А. А. Вербицкий, Г. В. Колшанский), и региональный (Н. Е. Буланкина [Bulankina, Nelyubov 2020], Е. П. Глумова).

Ведущими исследователями подчеркивается тесная связь сферы языка и культуры (Ю. М. Лотман, С. Г. Тер-Минасова, Т. В. Черниговская, N. Chomsky). Ю. М. Лотман, размышляя о диалектически связанных и взаимопереходящих сторонах одного процесса (культурного контакта), говорит о необходимости дешифровки

чужого культурного поведения в системе привычных кодов, нахождении противниками общего языка для ведения полемики и пр. [Лотман 2002: 206–207]. Г. В. Колшанским подчеркивается, что «коммуникация осуществляется всегда в определенных социально-культурных условиях» [Вербицкий, Калашников 2010: 54]. F. Li and L. Dong определяют межкультурную коммуникацию как процесс взаимодействия представителей разных культур, ее цель — предотвращение недопонимания между ними [Li, Dong 2021: 753-754]. Межкультурную коммуникативную компетенцию, согласно исследованиям Guo-Ming Chen and William J. Starosta, можно рассматривать в нескольких аспектах (когнитивном, мотивационном, поведенческом). Последний из которых выражается в концепте межкультурной находчивости и способствует завершению деятельности с достижением целей коммуникации в ходе межкультурного взаимодействия [Chen, Starosta 2000, URL]. Таким образом, обучающимся по направлениям (специальностям) в области естественных наук, в ходе подготовки к профессиональному взаимодействию важно научиться находить общий язык с представителями других культур [Сохранов-Преображенский 2022], владеть информацией об исторической, культурной специфике их стран, снимать возникающие недопонимания за счет собственных знаний о родной культуре и о культуре собеседника, стремиться к осуществлению цели коммуникации. Эти задачи возможно решить на занятиях по указанным дисциплинам.

N. Chomsky обращал внимание преподавателей школ и университетов на тот факт, что разработку учебных программ и методов обучения, безусловно, необходимо проводить с учетом новейших достижений в науке, но следует быть с этим очень внимательными [Chomsky 2006: 89]. Т. В. Черниговская, В. М. Аллахвердов с соавторами подчеркивают: «человеку приходится жить в постоянно меняющейся среде и принимать решения об интерпретации многозначной информации всех уровней — от сенсорных стимулов до языка и коммуникации в целом, что зависит от разных видов контекста» [Черниговская 2020: 683]. Данные предостережения и утверждения, на наш взгляд, обуславливают и подтверждают значимость применения культурологического, контекстного и регионального подходов в реализации межкультурной коммуникации на занятиях по дисциплине «Специальный иностранный язык». Особым образом это относится к разъяснению преподавателем (с позиции диалектики) функционала Искусственного Интеллекта и его применения студентами в учебном процессе, при занятии творчеством, и при выполнении самостоятельной работы, домашних заданий и т.п.

В процессе изучения иностранного языка, появление в лексиконе обучающегося нового слова сопровождается не только его письменной формой, произношением, но и разъяснением значения [Тер-Минасова 2017, URL]. Введение специальной терминологии в рамках программного материала для студентов – будущих химиков (как бакалавриата, так и специалитета), осуществляется при обращении к конкретным примерам публикационного наследия региональных научных школ г. Новосибирска, Сибирского региона и Российской Федерации в целом. Сравнивается иноязычная специфика научных терминов с учетом новейших российских и зарубежных публикаций на английском языке в изучаемой сфере.

Согласно исследованиям Е. П. Глумовой, одной из стратегических задач иноязычного образования является развитие у обучающихся умений «выстраивать процесс межкультурной коммуникации на основе широких региональных знаний о культуре иноязычного социума» [Глумова 2017: 102]. Студенты с большим интересом ищут новую информацию об иноязычной культуре, специфике диалектов, этических аспектах и т.п. Важно отметить, что эффект от ознакомления с иноязычной культурой наиболее очевиден в том случае, когда существует опора на родную культуру, историю и науку.

Еще раз обратимся к N. Chomsky. Он пишет: «важно сохранять бдительность перед реальной опасностью: новые знания и техника будут определять характер того, что и как преподается, а не способствовать достижению целей образования, которые зиждутся на других основаниях и определяются иной терминологией» [Chomsky 2006: 89]. Необходимо найти «золотую середину», не позволяя технологиям всецело поглощать самого человека, вывести его гармоничность и профессионализм на уровень полноценной межличностной и межкультурной коммуникации. Это поможет специалисту обеспечить уверенность в основе своей профессиональной подготовки, умениях управлять собственным профессиональным ростом и развитием в непрерывном образовании.

Литература

1. *Вербицкий А. А., Калашиников В.Г.* Категория «контекст» в психологии и педагогике. М.: Логос, 2010. 300 с.
2. *Глумова Е. П.* Региональный аспект межкультурной коммуникации // Проблемы современного образования. 2017. № 6. С. 92–104.
3. *Климов Е. А.* Психология профессионального самоопределения. М.: Издательский центр «Академия», 2010. 304 с.
5. *Лотман Ю. М.* Статьи по семиотике культуры и искусства. Серия: «Мир искусств». Сост. Р. Г. Григорьева, под ред. С. М. Даниэля. СПб.: «Академический проект», 2002. 544 с.
6. *Мишутина О. В.* Формирование коммуникативной готовности студентов – будущих химиков к профессиональной деятельности в условиях технопарков средствами иностранного языка: автореф. дисс ... канд. педагог. наук. Казань, 2019. 24 с.
7. *Сохранов-Преображенский В. В., Лыгина М. А., Борзенко О. В.* Смыслообразующие аспекты готовности студентов к профессиональной самоорганизационной деятельности. Пенза: Издательство ПГУ, 2022. 176 с.
8. *Тер-Минасова С. Г.* Вызовы межкультурной коммуникации: взгляд из России // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2017. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vyzovy-mezhkulturnoy-kommunikatsii-vzglyad-iz-rossii> (дата обращения: 26.11.2023).
9. *Черниговская Т. В., Аллахвердов В. М., Коротков А. Д., Герикович В. А., Киреев М. В., Прокопеня В. К.* Мозг человека и многозначность когнитивной информации: конвергентный подход // Вестник СПбГУ. Философия и конфликтология. 2020. Т. 36. Вып. 4. С.675–686.
10. *Bulankina N. E., Nelyubov S. A.* Value Oriented Context of Innovative Educational Processes a Transforming Socio-Cultural Situation of a Cross-Border Region // *Siberian Teacher*. 2020. Vol. 4 (131). P. 5–12.
11. *Chen G.M., Starosta W.J.* The Development and Validation of the Intercultural Sensitivity Scale. *Human Communication*. Rhode, 2000. Vol. 3. URL: https://digitalcommons.uri.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1035&context=com_facpubs (accessed: 29.11.2023).
12. *Chomsky N.* Language and Mind. Third edition. Cambridge: Cambridge UP, 2006. 206 p.
13. *Li F. Dong L.* Cultivation of Intercultural Communication Competence for Business English Majors. *Open Journal of Business and Management*. 2021. P. 752–760.

Омарова Ашура Мурадовна
студентка 1 года обучения магистратуры,
факультет иностранных языков
assik131@gmail.com

Кадачиева Хайбат Магомедтагировна
к.ф.н., доцент
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»
Махачкала, Россия
haibat@mail.ru

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ КОД КУЛЬТУРЫ В АНГЛИЙСКИХ ПОСЛОВИЦАХ

Аннотация. В статье проводится анализ английских пословиц, репрезентирующих гастрономический код культуры. Выявляются наименования продуктов питания, названия распространенных английских блюд и напитков в пословицах. Проводится анализ оценочной репрезентации гастрономического кода, а также использования наименований еды для отражения тех или иных качеств человека.

Ключевые слова: гастрономический код, наименования еды, пословица, оценка, отражение положительных и отрицательных качеств человека.

UDC 81'373

Omarova Ashura Muradovna
1st year master student, Faculty of Foreign Languages
assik131@gmail.com

Kadachieva Khaibat Magomedtagirovna
Candidate of Philology, Associate Professor
Dagestan State University
Makhachkala, Russia
haibat@mail.ru

THE GASTRONOMIC CULTURE CODE IN ENGLISH PROVERBS

Abstract. The article studies English sayings representing the gastronomic culture code. The names of products, popular English dishes and drinks in proverbs are examined. The evaluative representation of the gastronomic code, as well as the use of food names to reflect certain human qualities are revealed.

Keywords: gastronomic code, nominations of food, proverb, evaluation, reflection of positive and negative characteristics of man.

В пословицах отражается система общечеловеческих оценок (положительных и отрицательных), в них представлено видение реальной действительности целым этносом. Пословицы — это ценные единицы языка, с помощью которых возможно проникнуть вглубь языковой символики. Они способны создавать новые правила человеческого поведения в окружающем его мире, на основе заложенных в них образцов социальных норм.

Согласно Г. Л. Пермякову, в пословицах выражена определенная закономерность, воспринимаемая как постоянное правило, обычай, своего рода рекомендация, инструкция для людей [Пермяков 1988: 21].

Культурный код, как определенная совокупность знаний о культуре данного этноса, представлена в языке в виде знаков материального и духовного мира. Знаки могут быть вербальными, предметными и ментальными (стереотипы, традиции, ценности). По мнению исследователей, национальное культурное пространство составляет система культурных кодов, к которым относятся соматический, пространственный, временной, предметный, биоморфный, зооморфный, духовный и другие коды [Гудков 2008: 77].

В. Н. Телия рассматривает пословицы как «один из основных кодов культуры, как язык веками сформировавшейся обыденной культуры, передающейся из поколения в поколение и отражающей все категории и установки жизненной философии народа – носителя языка» [Телия 1996: 241].

В данной статье рассматривается гастрономический код культуры, который связан с важностью еды для человека. Во все времена элементы питания входили в состав специального культурного кода. При этом интересно отметить, что пищевой код культуры — это не только ментальная схема, зафиксированная в сознании человека, но и ряд установок, которые ощущаются индивидом как бессознательные, практически спонтанные проявления аппетита или отвращения. Пословицы, в которых отражен гастрономический код культуры, можно подразделить на классы по тематическому и оценочному признакам.

Рассмотрение пословиц с наименованиями продуктов питания показало, что в английском языке представлено достаточно большое количество пословиц, посвященных приему пищи с общими компонентами *food, eat / eating, breakfast, lunch, dinner, supper*. Например: “**Eat at pleasure, drink by measure / Ешь вволю, пей в меру**”. “**After dinner comes the reckoning / Любишь кататься, люби и саночки возить**”. “**The appetite comes with eating / Аннетит приходит во время еды**”. “**No song, no supper / Кто не работает, тот не ест**”.

Наиболее многочисленную группу пословиц с наименованиями продуктов составляют пословицы с компонентом «хлеб» и его ассоциации. Это связано с тем, что хлеб является символом главной ценности в жизни человека, он является главной пищей в доме любого человека любой культуры, что показывают следующие пословицы: “**Bread is the staff of life. / Хлеб — всему голова**”. “**Don't butter your bread on both sides. / Не сжигайте свечу с двух концов**”. “**All griefs are less with bread. Беда еще не беда, если есть кусок хлеба**”. “**Half a loaf is better than no bread. / Лучше полбуханки, чем ничего**”. “**Rich men's tables have few crumbs. / На столе богачей не остается хлебных крошек**”.

Наряду с *bread* в рассматриваемых нами пословицах были выделены компоненты *cake (пирожное), pie (пирог), pudding (пудинг)* — мучные изделия, характерные для английской кухни. “**Better some of the pudding than none of the pie. / Лучше получить немного пудинга, чем вообще не получить пирога**”. “**Promises are like pie crust; they are made to be broken. / Обещания словно корка пирога, неизменно нарушаются**”. *You cannot eat your cake and have it. / Нельзя и съесть пирог, и сохранить его*.

В пословицах английского языка нами также были выявлены наименования **молочных** продуктов — *butter (масло), milk (молоко)*. “**Butter wouldn't melt in his/her mouth. / Волк в овечьей шкуре**”. “**It's no use crying over spilt milk. / Слезам горю не поможешь**”. “**Half an egg is better than the shell / Пол-яйца лучше, чем скорлупа**”.

Наименования фруктов и овощей представлены немногочисленными лексемами — *fruit, apple, parsley, beans*. “**The apple never falls far from the tree. / Яблоко от яблони не далеко падает**”. “**Parsley seed goes nine times to the Devil. / Пока зерно петрушки растёт, девять раз к дьяволу попадёт**”. “**Hunger makes hard beans sweet. / Голод делает жесткие бобы вкусными**”.

В ходе исследования выявлены пословицы с компонентами *meat, fish, rabbit*: “*After meat comes mustard. / После ужина горчица*”. “*Give a man a fish and you feed him for a day*”. “*First catch your rabbit and then make your stew. / Сначала поймай кролика, а потом уже сделай из него рагу*”.

Помимо продуктов питания, в пословицах английского языка можно встретить названия распространенных английских блюд и напитков (рагу, овсянка, лимонад, соус, бульон) “*He that eats most porridge shall have most meat. Tom, кто ест больше каши, получит больше мяса*”. “*What’s sauce for the goose is sauce for the gander. / Что соус для гусыни, то соус и для гусака*”. “*When life gives you lemons, make lemonade. / Когда жизнь дает тебе лимоны, делай лимонад*”. “*Some eat the stew, the nask for the rap. / Некоторые едят тушеное мясо, потом просят сковороду*”. “*You can’t make a no melette without breaking eggs. / Нельзя сделать яичницу на разбив яиц*”.

Рассмотрим оценочный потенциал пословиц с гастрономическими компонентами в английском языке. Жизненная важность пищи, еды для человека отражена в следующих примерах: “*Eating sets the head to rights. Bread is the staff of life. / Хлеб — всему голова*”. “*Happiness rarely keeps company with an empty stomach. / Счастье редко бывает спутником пустого желудка*”.

Носители английского языка считают, что нужно хорошо питаться, чтобы хорошо работать, исполнять свои обязанности, например: “*A saman eats so he works / Как человек ест, так он и работает*”.

В то же время существуют пословицы, в которых осуждается обжорство, указывается, что еда — не главная ценность жизни. Даются рекомендации о том, что для здоровья полезно есть мало, например: “*Man does not live by bread alone. / Не хлебом единым жив человек*”. “*Gluttony kills more than the sword. / Обжорство убивает хуже меча*”. “*Eat and drink measurely and defy the mediciners. / Ешь и пей умеренно, и не ходи к врачам*”. “*Temperance is the best physic. / Умеренность — лучшее лекарство*”.

Англичане известны своей бережливостью, что отражено в пословицах, в которых приветствуется экономность: “*Rich men’s table shave few crumbs. / На столе богачей не остается хлебных крошек*”.

В то же время голод, отсутствие еды негативно сказывается на физическом и эмоциональном состоянии человека: “*A hungry man is an angry man. / Голодный человек — сердитый человек*”.

В некоторых пословицах содержатся рекомендации по правильному питанию. Например, указывается время приема пищи, которое полезно для здоровья, а также полезные продукты, например: “*Eat little at dinner, less at supper. Ешь мало на обед, еще меньше на ужин*”. “*Better pay the butcher than the doctor. Лучшее платит мяснику, чем доктору*”.

Таким образом, мы видим, что в пословицах отражены полезные советы, которые передавались их поколения в поколение и закрепились в пословицах. Например, в следующей пословице содержится совет прогуляться после ужина, что также соответствует рекомендациям врачей: “*After dinner sit a while, after supper walk a mile. / После обеда посиди, после ужина миллю пройди*”.

В английских пословицах отражена мысль о том, что нужно как следует потрудиться для того, чтобы есть. Ничто не достается даром, за все необходимо платить, например: “*He that would eat the fruit must climb the tree. / Тот, кто любит фрукты, должен влезть на дерево*”.

Хотя в приведенных пословицах идет речь не только о еде, но гастрономический код используется здесь для усиления, подчеркивания важности еды и необходимости приложить усилия для ее приобретения.

Таким образом, анализ пословиц показал, что гастрономический код в английском языке представлен как общими наименованиями пищи (*food, eat / eating,*

breakfast, lunch, dinner, supper). Наиболее многочисленную группу составляют пословицы с компонентом *bread* и других мучных изделий (*cake, pie, pudding*), в меньшем объеме представлены наименования молочных продуктов — *butter* (масло), *milk* (молоко); фруктов и овощей (*apple, parsley, beans*), а также с наименованиями *meat, fish, rabbit*. Помимо продуктов питания, в пословицах встречаются названия распространенных английских блюд и напитков (*porridge sauce, lemonade, stew, omelette*). Отмечается необходимость хорошо питаться, чтобы хорошо работать, в то же время осуждается обжорство. Также даются рекомендации по здоровому питанию. В пословицах отражено такое качество англичан, как бережливость, и негативное влияние отсутствия еды на физическое и эмоциональное состояние человека.

Литература

1. *Большой сборник пословиц*. URL: <https://posloviz.ru/category/eda/> (дата обращения: 13.12.2023)
2. *Гудков Д. Б. Телесный код русской культуры: материалы к словарю*. М.: Гнозис, 2008. 288 с.
3. *Пермяков Г. Л. Основы структурной паремиологии*. М.: Наука, 1988. 236 с.
4. *Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический, лингвокультурологический аспекты*. М.: Языки русской культуры, 1996. 288 с.
5. *Christy R., comp. Proverbs, Maxims and Phrases of All Ages*. 1887. URL: <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=cool.ark:/13960/t25b0pt68&view=1up&seq=9&skin=2021> (accessed: 11.11.2023)

Орехова Юлия Михайловна

к.п.н., старший преподаватель кафедры иностранных языков,
Ярославское высшее военное училище противовоздушной обороны,
Ярославль, Россия
y.m.orekhova@gmail.com

ТЕХНОЛОГИЯ РАЗВИТИЯ КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ ГРАМОТНОСТИ КУРСАНТОВ НА ЗАНЯТИЯХ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Аннотация. Обосновывается целесообразность внедрения технологии развития критического мышления в процесс преподавания иностранного языка для подготовки военных специалистов. Данная педагогическая технология направлена на совершенствование определенных личностных умений, творческого мышления, функциональной и информационной грамотности курсантов. Представлен опыт реализации технологии развития критического мышления при изучении темы «Международные организации и военно-политические блоки».

Ключевые слова: педагогический эксперимент, современные педагогические технологии, критическое мышление, функциональная грамотность, курсанты, дисциплина «Иностранный язык».

UDC 378.147

Orekhova Yuliya Mikhailovna

Candidate of Pedagogical Sciences
Senior Lecturer
Yaroslavl Higher Military Institute of the Air Defense
Yaroslavl, Russia
y.m.orekhova@gmail.com

THE TECHNOLOGY OF CRITICAL THINKING DEVELOPMENT FOR THE FORMATION OF CADETS' FUNCTIONAL LITERACY AT FOREIGN LANGUAGE CLASSES

Abstract. The article proves the feasibility of the use of the technology of critical thinking development at foreign language classes with military specialists. This pedagogical technology is aimed to improve personal skills, creative thinking, functional and information literacy of cadets. The experience of implementation of the technology of critical thinking development in the study of the topic "International organizations and military-political blocks" is presented.

Keywords: pedagogical experiment, modern educational technologies, critical thinking, functional literacy, cadets, academic discipline "Foreign language".

Повышение качества образования по дисциплине «Иностранный язык» возможно посредством реализации эффективных педагогических технологий в учебной и воспитательной деятельности курсантов. Одним из показателей является достижение определенного уровня функциональной грамотности обучающихся и их умения мыслить критически. По этой причине важно использовать различные методы и технологии, чтобы сделать процесс обучения более эффективным.

Развитие функциональной грамотности строится с опорой на текст специальности, который выступает основой обучения профессионально ориентированной коммуникации. Работа может быть направлена на поиск

запрашиваемых фактов, извлечение основной информации, выделение ключевых моментов, а также комплексный анализ информации (интерпретация, оценка, проверка релевантности и валидности материала). Умение работать с данными занимает особое место среди метапредметных результатов, что является следствием сформированной читательской грамотности. Восприятие и обработка информации предполагает умение анализировать, сравнивать, синтезировать и обобщать ее при работе с источником [Азимов, Шукин 2009: 150].

Реализация технологии развития критического мышления (далее ТРКМ) способствует развитию когнитивных способностей, самостоятельности, регулятивных умений, совершенствованию функциональной и информационной грамотности, активизации фоновых знаний. При изучении данного вопроса были использованы теоретические методы (обобщение научной психолого-педагогической и методической литературы по исследуемой проблеме), эмпирические методы (изучение и обобщение опыта, педагогическое наблюдение) и опытно-экспериментальное обучение.

Актуальность рассматриваемого вопроса обусловлена рядом факторов [Орехова, Цыбякова 2022: 192]:

1. *Требованиями модернизированного ФГОС ВО.* В соответствии с образовательным Стандартом выпускник должен уметь читать специализированную литературу на иностранном языке для поиска необходимой информации, анализировать полученную информацию, выделять общее и частное, оценивать информацию с точки зрения релевантности и т.д.

2. *Необходимостью мыслить критически в быстро меняющемся мире.* Критическое мышление является важной чертой, которой должен обладать военнослужащий для объективной оценки своих и чужих мыслей, проверки правильности выдвигаемой гипотезы и поиска аргументов, принятия правильного решения.

3. *Способностью к переработке больших объемов данных.* Как известно, процессы получения и осмысления информации напрямую связаны с мышлением, поскольку при работе с информационными ресурсами требуются способности к сравнению, синтезу и обобщению, которые, в свою очередь, относятся к основным операциям мыслительной деятельности.

4. *Практической направленностью образования.* В настоящий момент компетентностная парадигма занимает ключевое место в системе отечественного образования. Успешность ее реализации заключается в способности самостоятельного использования приобретенных знаний и умений для решения профессиональных задач, а также наличии устойчивого желания к личностному и профессиональному саморазвитию.

5. *Умением применять полученные навыки в реальной жизни.* Под функциональной грамотностью принято понимать способность человека использовать знания, умения и навыки для решения задач в различных сферах жизни. Критическое мышление играет ключевую роль, т.к. позволяет анализировать информацию и принимать обоснованные решения.

6. *Знанием иностранных языков для успешной коммуникации в поликультурном мире.* Способность осуществлять иноязычное межличностное и межкультурное общение является важным требованием, предъявляемым к военному специалисту в рамках современной геополитической ситуации.

Применение ТРКМ на учебных занятиях позволяет совершенствовать когнитивные и речевые умения в процессе выполнения упражнений на поиск смысловых ошибок в тексте, проведения дебатов и круглых столов по проблемной тематике, написания синквейна, восстановления причинно-следственных связей на основе прочитанного текста, выполнения заданий на логическую догадку, составления

аргументированного высказывания на основе инфографического текста и др. [Орехова, Цыбьякова 2022: 192].

Разработанная система упражнений по теме «Международные организации и военно-политические блоки» включает в себя задания, направленные на:

1) моделирование на занятии практических ситуаций (дебаты, круглый стол, политическая дискуссия, диалог-расспрос и пр.) для активизации речемыслительной деятельности курсантов, а также развития умения мыслить критически в рамках будущей профессиональной деятельности;

2) овладение умением находить и осмысливать логические ошибки при критическом анализе рассуждений, выводов, текстового материала;

3) освоение материала в соответствии с учебными вопросами и общей концепцией темы.

Педагогическое наблюдение за процессом показало, что систематическое использование инструментов ТРКМ в процессе преподавания иностранного языка способствует развитию у курсантов следующих способностей:

– мыслить критически (вырабатывать собственную точку зрения, доказывать / опровергать утверждение, находить аргументы/контраргументы, сравнивать их силу и др.);

– анализировать тексты (понимать их, критически оценивать информацию), что ведет к повышению читательской грамотности, которая является базовым навыком функциональной грамотности;

– взаимодействовать с другими субъектами образовательного процесса для решения поставленной задачи, что достигается за счет осознанного поиска;

– занимать аргументированную позицию, критически относиться к событиям, фактам, вежливо высказывать сомнения в устоявшихся истинах, положениях, мнениях.

Итак, анализ реализации в образовательной практике приемов по развитию критического мышления курсантов в рамках экспериментальной работы дал возможность выявить позитивную динамику и обоснованно считать используемые приемы эффективными. Полагаем, что дальнейшему исследованию подлежит разработка заданий в рамках других тем, изучаемых в курсе профессионально ориентированного английского языка.

Литература

1. Азимов Э. Г., Шукин А. Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). М.: ИКАР, 2009. 448 с.
2. Орехова Ю. М., Цыбьякова Е. С. Оценка уровня сформированности критического мышления курсантов на занятиях по иностранному языку // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования, 2022. № 3 (36). С. 191–196.

Плахтий Олеся Александровна

студентка 2 курса

olesyaplachtiy@gmail.com

Каллаева Джанетта Алиевна

к.ф.н., доцент

ФГБОУ ВО «Российский химико-технологический

университет имени Д.И. Менделеева»

Москва, Россия

dec3@mail.ru

СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЙ В АНГЛИЙСКОМ НАУЧНОМ ДИСКУРСЕ

Аннотация Данное исследование посвящено изучению функционирования цветообозначений в современном английском научном дискурсе. В статье проводится анализ семантики терминов цвета, которые используются в заголовках научных статей. В значительном количестве заголовков термины цвета выполняют оценочно-экспрессивную функцию.

Ключевые слова: оценка, семантика, цветовая лексика, эмоциональное воздействие, научный дискурс, аксиологический анализ.

UDC 811.11-112

Plakhtiy Olesya Aleksandrovna

2nd year student

Kallaeva Janetta Alievna

Candidate of Philology, Associate Professor

D. Mendeleev University of Chemical Technology of Russia

Moscow, Russia

dec3@mail.ru

SEMANTIC ANALYSIS OF COLOR TERMS IN ENGLISH SCIENTIFIC DISCOURSE

Abstract. The article is devoted to semantical analysis of color terms in English scientific discourse. It analyzes the semantics of color terms in the titles of scientific articles. In a significant number of headlines, color terms perform an evaluative and expressive function.

Keywords: evaluation, semantics, color terms, scientific discourse, emotional impact, axiological analysis.

Целью данного исследования является рассмотрение семантических особенностей научных заголовков, в структуре которых используются термины цвета. Актуальность исследования определяется недостаточной степенью изученности функции цветообозначений в английском научном дискурсе.

В качестве материала исследования методом сплошной выборки были отобраны заголовки статей, содержащие цветоименования, опубликованные на платформах *sciencedirect.com*, *nature.com*, *chemistry world.com*. и *rsc.org*.

Заголовок рассматривается нами как компонент научной статьи. К особенностям научного дискурса обычно относят логичность, точность, объективность, строгий отбор языковых средств. Заголовок, сохраняя часть этих требований, имеет свои характерные черты.

Э.М. Рянская и Л.В. Алексеева выделяют информативную, оценочно-экспрессивную, интегративную и композиционную функции заголовка [Рянская 2020: 11].

М. В. Черкунова и Е. А. Клопова считают, что главной целью заголовка английской научной статьи является не просто проинформировать читателя об исследовании, но и «побудить реципиента ознакомиться с полнотекстовой версией статьи» [Черкунова 2023: 54].

Одним из требований к заголовку научной статьи в английском языке, по мнению М.В. Воловиковой и Т.К. Стригиной, является то, что изложенная в нем информация должна быть доступна для восприятия не только для специалистов [Воловикова 2016: 48]. То есть цель заголовка заинтересовать не только профессионалов, но и более широкий круг аудитории.

Простоту и легкость восприятия английского заголовка, в сопоставлении с научным дискурсом русского языка, отмечает в своем исследовании Н.К. Рябцева [Рябцева 2018: 40].

Заголовки в научном дискурсивном поле английского языка отличаются большой экспрессивностью и выразительностью. К значимым элементам, помогающим выполнению этой функции, несомненно, относятся термины цвета. Цветообозначения используются в научном дискурсе со словами, относящимися к различным семантическим группам.

Во всех мировых культурах цветообозначения играют существенную роль в осмыслении человеком окружающей действительности. Восприятие цвета связано с биологической, социальной и культурной средой. Цветонаименования являются объектом изучения в различных областях науки: литературе, философии, психологии. Большое количество работ посвящено лингвокультурным исследованиям колоративной лексики, проблемам символики цвета в литературных произведениях, средствах массовой информации.

Цветообозначения передают различные эмотивные смыслы, переживания, направляют реципиента в определенное эмоциональное русло [Воробьева 2021: 56].

Наше исследование выявило использование в заголовках разнообразных колоронимов, которые описывают объекты, материалы, вещества, реакции или явления.

Цветонаименования могут быть однокомпонентными и составными, обозначая оттенки или сочетание двух и более цветов:

1. *Rational design of soluble intrinsic black polyimide containing.*
2. *Hydrophobic carbon dots with blue dispersed emission and red aggregation-induced emission.*
3. *Enhancing the color of inorganic yellow pigments using yellow fluorescent materials.*
4. *Bluish green emission from pyrene-pyrazoline containing heterocyclic materials and their electronic properties;* 5. *Tetrahedral coordinated Mn(V) in Ba₃V₂O₃ with varied stoichiometry as thermally stable turquoise to dodger blue inorganic pigments.*
6. *Construction of a subgenomic CV-B3 replicon expressing emerald green fluorescent protein to assess viral replication of a cardiotropic enterovirus strain in cultured human cells.*
7. *A novel green synthesis approach for natural bluish-violet pigments derived from water extracts of *Vaccinium bracteatum* Thunb leaves.*

Почти все цветовые прилагательные в данных заголовках реализуются в своем прямом номинативном значении, за исключением колоронима *green* в примере № 7. В словосочетании *green synthesis* он обозначает не цвет, а абсолютно новый экологичный способ получения вещества.

Зеленый цвет — это цвет экологической стабильности. Он символизирует чистую окружающую среду, действия и вещества, не наносящие вред природе.

Анализ заголовков показал, что колороним *green* в данном значении находит применение практически во всех сферах жизнедеятельности человека.

1. *Greening your way to profits: Green strategies and green revenues.*
2. *Green technology outsourcing for agricultural supply chains with government subsidies.*
3. *Greening the path to carbon neutrality in the post-COP26 era: Embracing green energy, green innovation, and green human capital.*

Зеленый цвет — это цвет природы, которая оказывает благотворное влияние на физическое эмоциональное состояние человека: *Feel blue? Touch green! Participation in forest management as a treatment for depression.* В данном заголовке можно наблюдать использование цветообозначения *blue* в составе идиомы *feel blue* — грустить, печалиться.

Семантически эквивалентным словом можно рассматривать прилагательное *sustainable* — устойчивый, направленный на сохранение окружающей среды, природных ресурсов для будущих поколений.

1. *Green and sustainable synthesis of CAO nanoparticles.*
2. *Exploring current and future adoption of green and sustainable criteria by Malaysian parents in toy selection.*
3. *Recent advances in microextraction techniques using sustainable green solvents for mass spectrometry analysis.*

Положительное значение цветообозначения *green* прослеживается, когда речь идет о различных видах доступа к информации в сети Интернет. *Green open access* означает, что информация выкладывается самим автором исследования, в случае с *gold open access*, журнал или издательство дают доступ к статье. В обоих случаях это доступный и законный способ получения информации читателем, в отличие от *black open access*, при котором нарушаются авторские права.

1. *China plans 'green' open access future.*
2. *The case of significant variations in gold, green and black open access: evidence from Indian research output.*
3. *Green and gold open access citation and interdisciplinary advantage: A bibliometric study of two science journal.*
4. *'Black' open access is forcing a shake-up of chemistry journal publishing.*

Цветообозначение *green* в заголовках статей обладает не только положительной коннотацией, но может символизировать такие отрицательные качества как зависть, ревность. В этих случаях данное цветоименование чаще используется в составе идиом, пословиц или устойчивых выражений:

1. *The grass is always greener on my Friends' profiles: The effect of Facebook social comparison on state self-esteem and depression.*
2. *Green with envy and nerves of steel: moderated mediation between distributive justice and theft.*
3. *The under-diagnosed green-eyed monster: Otello syndrome and how to manage it.*

Отрицательную коннотацию можно наблюдать при использовании колоронима *green* в составе слов *greenwashing*, *greenwashers*. Термином *greenwashing* — рус. «зеленый камуфляж» называют уловки компаний, которые в попытке привлечь потребителя, заявляют о том, что их продукция, способы ее производства и утилизации не наносят вреда окружающей среде. Компании и люди, прибегающие к таким приемам, стали обозначаться термином *greenwashers*.

1. *Biodegradable plastics: Green hope or greenwashing?*
2. *From greenwashing to green B2B marketing.*

3. *Greening the greenwashers — How to push greenwashers towards more sustainable trajectories.*

4. *Impact of carbon offset perceptions on greenwashing: Revealing intentions and strategies through an experimental approach.*

Колоративам *green* и *blue* может противопоставляться цветолексема *grey*. *Grey spaces* / серые городские пространства противопоставляются *green u blue spaces*, которые обозначают парки, игровые площадки, водные объекты.

1. *Gray space and green space proximity associated with higher anxiety in youth with autism.*

2. *A perspective on green, blue, and grey spaces, biodiversity, microbiota, and human health.*

3. *Quantity assessment of urban green, blue, and grey spaces in Poland.*

4. *Using green to cool the grey: Modelling the cooling effect of green spaces with a high spatial resolution.*

Колороним *grey*, его производные и формы могут использоваться и как символ старения, пожилого возраста, уныния, безысходности:

1. *Women and reproductive health in a graying world.*

2. *The graying world: Who will care for the frail elderly?*

3. *Narcissism may be a dark trait but it does help with seeing the world less grey.*

4. *Medicine — the grey bridge between life and death.*

Термины *grey*, *blue* и *green* наряду с другими цветами могут использоваться в заголовках для привлечения внимания к различным способам получения материалов и веществ. В современном мире очень много внимания уделяется проблемам экологии. Ученым важно подчеркнуть, что их исследование способствует бережному отношению к окружающей среде.

Колоронимом *green* обозначаются самые безопасные варианты производства тех или иных материалов.

1. *Blue, green and turquoise pathways for minimizing hydrogen production costs from steam methane reforming with CO2 capture.*

2. *Long-term optimization of the hydrogen –electricity nexus in France: Green, blue or pink hydrogen?*

3. *Green, turquoise, blue or grey? Environmentally friendly hydrogen production in transforming energy systems.*

4. *Comparison of green ammonia and green hydrogen pathways in terms of energy efficiency.*

Цветообозначения являются одним из эффективных способов создания образности и выразительности. Семантика цветообозначений может обладать как положительной, так и отрицательной оценочностью.

Цель заголовка дать читателю предельно сжатую информацию о содержании статьи, поэтому каждое слово в нем играет существенную роль. Он должен привлечь внимание читателя к конкретному исследованию, побудить его выбрать ее из огромного числа публикаций.

Литература

1. Воловикова М. Л., Стригина Т. К. Синтаксические особенности заголовков научных статей, переведенных на английский язык // Балтийский Гуманитарный журнал. 2016. № 3. С. 45–50

2. Воробьева Е. Ю. Цветовое восприятие как средство эмоционального воздействия // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование. 2021. № 2. С. 54–60.

3. Рябцева Н. К. Особенности названий научных статей на русском и английском языке: контрастивный аспект // Научный диалог. 2018. № 6. С. 32–42.

4. Рянская Э. М., Алексеева Л. В. Прагматический компонент заголовков научных текстов. Нижневартовск: НВГУ, 2020. 96 с.
5. Черкунова М. В., Клопова Е. А. Прагмалингвистические параметры заголовков в англоязычном и русскоязычном научном дискурсе: опыт сравнительного анализа // Дискурс профессиональной коммуникации. 2023. Том 5. № 4. С. 51–67.
6. *Chemistry World*: Chemistry news, research and opinions. URL: <https://www.chemistryworld.com/> (accessed: 02.09.2023)
7. *The Royal Society of Chemistry*. URL: <https://www.rsc.org> (accessed: 05.09.2023)
8. *ScienceDirect*. URL: <https://www.sciencedirect.com> (accessed: 05.09.2023)

Рамазанова Амина Ахмедовна
старший преподаватель
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»
Махачкала, Россия
ibna3113@mail.ru
Мусиева Айшат Алиомаровна
ayamusieva@mail.ru

ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИМИДЖЕФОРМИРУЮЩЕЙ РЕЧИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ЛИДЕРОВ

Аннотация. Статья посвящена изучению лингвостилистических механизмов формирования имиджа политического лидера. Определяется роль лингвостилистических ресурсов в формировании и закреплении имиджевых характеристик политических лидеров за счет интеллективно-образного воздействия на аудиторию.

Ключевые слова: имидж, имиджеформирующие стратегии, инаугурационная речь, апеллятивность, медиатехнологии.

UDC 811.11-112

Ramazanova Amina Akhmedovna
Senior Lecturer
Dagestan State University
Makhachkala, Russia
ibna3113@mail.ru
Musieva Aishat Aliomarovna
haitkh@mail.ru

LINGUO-STYLISTIC MECHANISMS OF CREATING THE IMAGE OF A POLITICAL LEADER

Abstract. The article studies the linguo-stylistic mechanisms of creating the image of a political reader. The role of linguo-stylistic resources in creating and consolidating the image characteristics of political readers through intellectual-figurative impact on the audience is investigated.

Key words: image, image creating strategies, inauguration speech, appealing nature, mediatechnologies.

Неизменной имиджеформирующей политикой медиаиндустрии является создание имиджевого продукта, в котором фактор успешности и яркости приобретает доминирующее значение, а недостатки ретушируются при помощи медиатехнологий.

Имидж — частный образ, который конструируется авторами медиатекстов или собственными усилиями личности (членами его команды) с целью привлечь к себе внимание [Шепель 1994: 76].

Являясь инструментом политической власти, политический дискурс выступает площадкой для формирования имиджа политического лидера.

Функции политического дискурса отражают многогранную природу этого феномена. Коммуникативная, побудительная, метаязыковая, фатическая функции направлены на реализацию имиджеформирующих стратегий [Волобуев 2015: 133].

В процессе формирования имиджа политического лидера эффективное воздействие на аудиторию оказывает грамотно сконструированная апелляция,

объединяющая в себе умеренно-пафосную риторику, содержательность, аргументативность, суггесивность, ясность, логическую последовательность, соответствие ценностной картине мира аудитории.

Для понимания механизмов формирования имиджа политического лидера, целесообразным видится рассмотрение стилистических особенностей инаугурационной речи президента США — Б. Обамы.

Прагматика инаугурационного обращения Б. Обамы направлена на обеспечение запланированного рационально-эмоционального воздействия на аудиторию, актуализуемого при помощи комбинации речевых стратегий.

Среди основных стратегий, участвующих в формировании имиджа Б. Обамы можно выделить стратегию самопрезентации, стратегию солидаризации, стратегию отождествления, стратегию восхваления, стратегию иллюстрирования и стратегию акцентуации.

Стратегия самопрезентации позволят раскрыть имидж политика-борца-реформатора, политика с ответственной гражданской позицией. Эти характеристики актуализируются следующими лексическими единицами.

1) **Борец–реформатор:** *protect; endure the hardships; the guardians of liberty.*

2) **Личность с ответственной гражданской позицией:** *tolerance; loyalty; patriotism; era of responsibility; meaning of our liberty; hope and virtue;*

Стратегия солидаризации актуализируется комбинацией лексических единиц, имплицитующих идею единения, сплоченности. Например:

We will restore science; we will act together;

We have duties to ourselves, our nation;

This is the price and promise of our citizenship.

Стратегия отождествления актуализируется референцией к историческому бэкграунду Америки. Например:

Forty-four Americans have now taken the presidential Oath.

<...> So it has been. So it must be with this generation of Americans.

Стратегия иллюстрирования актуализируется референциями, подтверждающими аргументацию о проблемных ситуациях в стране. Например:

Our economy is badly weakened... Our nation is at war... We are in the midst of crisis...

Стратегия акцентуации актуализируется рекуррентными обращениями к синтаксическим моделям, обеспечивающим ритмическую и плоскостную организацию нарратива. Например:

Now, there are some who question the scale of our ambitions...

Экспрессивная риторика инаугурационной речи Б. Обамы является доминирующим инструментом воздействия на аудиторию. Являясь ярким образцом публицистического стиля, инаугурационная речь сохраняет основные характеристики публичных речей: апеллятивность, эмфатичность, клишированность, ритмическую заданность, экспрессивность. Рассмотрим, как данные характеристики участвуют в формировании имиджа политика за счет комплексного взаимодействия средств лексического, лексико-синтаксического и синтаксического уровней.

Проведенный анализ позволяет предположить, что наиболее убедительными по силе воздействия являются средства тропического ряда, манифестируемые такими приемами как метафора, гипербола, эпитет, аллюзия. Например:

... the Oath is taken amidst gathering clouds and raging storms... (метафора)

... a charter expanded by the blood of generations... (гипербола)

noble idea; accept grudgingly; hard-earned peace; hungry minds (эпитет)

For us, they fought and died, in places like Concord and Gettysberg; Normandy and the Khe Sahn (аллюзия)

Эти приемы вплетаются в экспрессивную риторiku, соединяясь со средствами синтаксического и лексико-синтаксического рядов. Они участвуют в формировании имиджа президента Б. Обамы, характеризуемого как политика действия, политика-созидателя, политика-стратега. При помощи этих средств происходит закрепление ассоциативных связей, участвующих в создании имиджа политика.

In has not been the path for the faint-hearted but for the strong-willed ... (антитеза)

The guardians of our liberty embody the spirit of our service (непифпаз)

Our nation is at war — against a far-reaching network of violence and hatred (обособление)

This is the price and the promise of citizenship. This is the source of our confidence... (параллелизм)

For everywhere we look, there is work to be done (инверсия)

And those of us who manage the public's dollar will be held to account — to spend wisely, reform bad habits and do our business in the light of day (enumeration).

Homes have been lost; jobs shed; businesses shuttered (эллунсис).

We remain a young nation...

We remain a strong nation...

We remain a wise nation... (анафора, эпитет, градация)

For the world has changed, and we must change (эпифора)

Анализ инаугурационного нарратива предполагает изучение речевых средств, формирующих имидж первого президента США афро-американского происхождения. Умелое использование коммуникативных стратегий, актуализируемых экспрессивной риторикой месседжа Б. Обамы создали почву для формирования имиджа сильного политика новой формации. Закреплению этого имиджа способствуют референции к происхождению Б. Обамы, его активность (возрастная и политическая), образованность, религиозность и пропагандирование базовых ценностей.

Четкая риторика нарратива Б. Обамы, некоторая категоричность в суждениях, апеллятивность его высказываний на первом этапе его президентской деятельности, делают его привлекательным для целевой аудитории политиком. Все эти характеристики закладывают основу имиджа Б. Обамы как популярного и сильного политического деятеля с перспективным политическим будущим.

Литература

1. Волобуев К. В. Политический дискурс: его стратегия, тактика и функции // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. № 6-1. С. 131–133.
2. Шепель В. М. Имиджелогия: Секреты личного обаяния. М.: Культура и спорт, 1994. 319 с.

УДК 81'42

Рамазанова Карина Казбековна

haitkh@mail.ru

Рамазанова Амина Ахмедовна

старший преподаватель

ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»

Махачкала, Россия

ibna3113@mail.ru

МЕХАНИЗМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ВЕРБАЛЬНО-ИКОНИЧЕСКИХ КОДОВ В ДЕМОТИВАТОРАХ

Аннотация. В статье анализируется механизм взаимодействия вербально-иконических составляющих демотиваторов. Авторы отмечают, что демотиваторы создают платформу для распространения стереотипов в глобальном медиасообществе.

Ключевые слова: демотиватор, поликодовый текст, вербально-иконические компоненты, стереотип, креолизация.

UDC 81'42

Ramazanova Karina Kazbekovna

haitkh@mail.ru

Ramazanova Amina Akhmedovna

Senior Lecturer

Dagestan State University

Makhachkala, Russia

ibna3113@mail.ru

THE MECHANISM OF VERBAL-ICONIC ELEMENTS INTERACION IN DEMOTIVATORS

Abstract. The article describes the mechanism of interaction of verbal-iconic elements in demotivators. The authors conclude that demotivators function as a platform used for stereotypical perception in global media community.

Key words: demotivator, polycode text, verbal-iconic components, stereotype, creolized text.

Восприятие и декодирование информационного пространства демотиватора отличается от восприятия текста с классическим вербальным наполнением. Демотивационные постеры манифестируют языковые коды на вербальном уровне, а визуальные — на иконическом.

Исследователи природы поликодовых текстов В.В. Сазонов и К.В. Шошников выделяют тип связи, когда иконический компонент несет в себе только часть информации, выделяя какой-то определенный аспект проблемы, тогда как полное восприятие проблемы происходит при помощи вербальной части [Сазонов, Шошников 1975: 378–379].

Исследователь Е. Е. Анисимова выделяет тексты с нулевой креолизацией, с частичной креолизацией и тексты с полной креолизацией. Вербальная и иконическая части в демотиваторах вступают в отношения взаимодополнения и взаимозависимости [Анисимова 2003: 12–15]

Исследователь О. В. Пойманова предлагает классификацию поликодовых текстов по степени гетерогенности (нулевая и ненулевая); по характеру

представленности в структуре иконических элементов; по характеру представленности в структуре вербальных компонентов; по составу; по соотношению объема представленной информации; по роли изображения [Пойманова 1997: 71–73].

Событийная картина, манифестируемая в информационном пространстве демотиваторов, на первом этапе шифруется посредством социальных кодов, подразделяющихся на визуальный социальный код (сюда может относиться визуальный облик изображаемых участников события, а также пространственный антураж) и языковой социальный код (языковые особенности информации, актуализируемой в демотиваторе).

В качестве примера можно представить демотиватор, представляющий образы экс президентов США — Барака Обамы и Дональда Трампа.



Рисунок 1.

Его можно охарактеризовать как двухкадровый полихромный демотиватор, содержание которого формируется контрастом, направленным на проведение различия между этими двумя политиками. Фоновый красно-черный контраст является дополнительной стратегией оформления, указывающей на трансформации в способах организации демотиваторов последних лет.

Вербальный ряд в данном демотиваторе представлен в верхней левой и нижней правой частях, занимая значительно меньшую по объему часть, нежели изобразительный код. В данном случае наблюдается нарушение классического расположения текстовой части демотиватора, намеренно направленного на усиление имплицативного потенциала данного сообщения. Тем не менее, мы можем говорить о равноценной нагрузке содержательной – вербальной и иконической частей. Изображение в иконической части Б. Обамы и Д. Трампа делает возможным узнавание и последующую расшифровку данного кода.

Не менее ярко проблема взаимодействия вербально-иконических кодов представлена в тематическом блоке «предвыборная гонка».

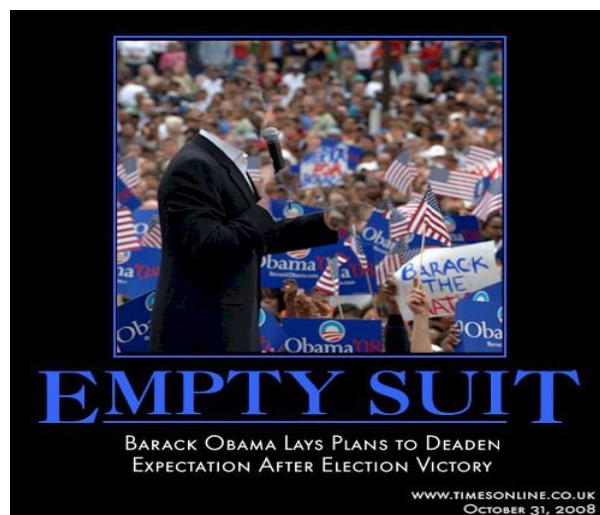


Рисунок 2.

В данном примере автор демотиватора обращается к намеренной гиперболизации, транслируемой иконической частью – образом политика без головы, усиливаемой метафорической составляющей, представленной в вербальной части. Например:

Barack Obama lays plans to deaden expectations after election Victory.

Таким образом, комплексное взаимодействие кодов в информационном пространстве демотиваторов создаёт смысло-содержательное целое демотивационных комплексов.

Являясь относительно новой формой интернет коммуникации, демотиваторы выступают эффективным средством формирования стереотипизированного образа политического лидера. Прагматика демотиваторов нацелена на корректировку концептуальной картины мира пользователей, так как в демотиваторах транслируются прецедентно–значимые ситуации, происходящие в лингвокультуре с распространением глобализации.

Поступающая через демотиваторы новая информация смешивается с установками, существующим в сознании пользователей. Так формируется скорректированное видение события, приводящее в перспективе к устойчивому стереотипу. Когнитивно-аффективная концепция демотиваторов воспринимается человеком как субъективная реальность, управляющая его восприятием. Сигналы-образы и сигналы коды, транслируемые демотиваторами, дают возможность не только подкреплять вербальное сообщение иконической информации, а также направлять его на тиражирование транслируемого стереотипа восприятия.

Литература

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). М.: Издательский центр «Академия», 2003. 128 с.
2. Пойманова О. В. Семантическое пространство видеовербального ряда текста: специальность 10.02.19 «теория текста»: диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических. Московский государственный лингвистический университет. М., 1997. 182 с.
3. Сазонов В. В., Шошникова К. Б. О соотношении вербальной и визуальной информации в прессе // Предмет семиотики. Теоретические и практические проблемы взаимодействия средств в массовой коммуникации. М.: Изд-во МГУ. 1975. С. 374-389.
4. *Demotivation*. URL: <http://www.demotivation.us> (дата обращения: 06.06.2023).

Сайтова Абидат Арсеновна
студентка 4 курса, факультет иностранных языков
saitova.abulya03@mail.ru
Алиева Шабыху Алиевна
к. ф. н., доцент
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»
Махачкала, Россия
shabakhu@mail.ru

ВАЖНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ИЗУЧЕНИЯ АРАБСКОГО ЯЗЫКА ВЫСШЕМ УЧЕБНОМ ЗАВЕДЕНИИ

Аннотация. Данная статья посвящена проблеме изучения арабского языка в высших учебных заведениях. В методике преподавания иностранных языков одним из наиболее важных вопросов является разработка рациональных, актуальных, надежных методик обучения четырем видам речевой деятельности. Так как исследования особенностей изучения арабского языка немногочисленны, статья является актуальной и по сегодняшний день.

Ключевые слова: арабский язык, иностранный язык, вуз, обучение, особенности, восточные языки, преподаватель, студент.

UDC 801.8

Saitova Abidat Arsenovna
4rd year student
saitova.abulya03@mail.ru
Alieva Shabahu Alievna
Candidate of Philology, Associate Professor
Dagestan State University
Makhachkala, Russia
shabakhu@mail.ru

IMPORTANT FEATURES OF STUDYING ARABIC LANGUAGE IN A HIGHER EDUCATION INSTITUTION

Abstract. This article is devoted to the problem of studying Arabic in higher educational institutions. In the methodology of teaching foreign languages, one of the most important issues is the development of rational, relevant, reliable methods of teaching four types of speech activity. Since studies of the characteristics of learning the Arabic language are few, the article is relevant to this day.

Keywords: Arabic language, foreign language, university, education, features, oriental languages, teacher, student.

Изучение арабского языка в вузах представляет собой уникальный опыт, требующий особого подхода. Арабский язык является одним из самых распространенных языков мира и имеет древнюю и богатую историю, что делает его изучение важным и интересным для студентов. Арабский язык входит в состав рабочих языков Организации Объединённых наций и сегодня на нашей планете всё больше людей стали его изучать. Поэтому рассмотрим требования к уровню изучения арабского языка в вузе [Кариева 2019: 19]. Однако изучение арабского языка в ВУЗе имеет свои особенности, среди которых следует выделить несколько основных.

Во-первых, арабский язык отличается своей сложной грамматикой и различными диалектами в зависимости от региона. Это может быть вызовом для студентов, особенно для тех, чей родной язык принадлежит к другой языковой группе. Поэтому важно, чтобы программы изучения в вузах включали в себя подробное изучение грамматики, фонетических правил и различных диалектов. Сегодня, изучая арабский язык в высших учебных заведениях, педагоги обращают внимание студентов на то, что его надо начинать изучать с грамматики арабского языка, постепенно переходя к изучению строения речи и различных способов выражения мысли на этом языке [Рахимова 2019: 47].

Во-вторых, изучение арабского языка в ВУЗе часто предполагает включение в программу изучения арабской культуры и истории. Это помогает студентам лучше понять язык и его особенности, а также позволяет им связать языковое обучение с контекстом и использовать языковые навыки в реальной жизни.

Кроме того, важную роль играет использование современных технологий и методик в процессе обучения арабскому языку в ВУЗе. Это включает в себя различные онлайн-ресурсы, программы для самостоятельного изучения и интерактивные уроки, чтобы студенты могли применять свои навыки в реальном времени и улучшить свои знания.

Помимо всего вышесказанного, нельзя не отметить, что самостоятельная работа студента играет немаловажную роль в изучении любого иностранного языка. Преподаватель организует самостоятельную работу в аудитории так, что на определенный отрезок времени отдельный обучающийся, несколько студентов или вся группа выполняют какие-либо задания, причем присутствие преподавателя дает им возможность получить от него любую необходимую справку по ходу выполнения задания и педагог может в любой момент проконтролировать ход работы обучающихся [Раджабова 2019: 67].

Основная цель изучения арабского языка в вузе — обеспечить студентам хорошую базу знаний и навыков для успешного общения на арабском языке. Особенности изучения арабского языка в вузе включают в себя следующие аспекты:

1. *Алфавит*: одной из первых задач студентов при изучении арабского языка является освоение арабского алфавита, состоящего из 28 букв. Алфавит отличается от латинского и кириллического, поэтому требуется время и усилия для его усвоения.

2. *Грамматика*: арабский язык обладает сложной и своеобразной грамматикой, которая отличается от грамматических правил европейских языков. Изучение арабской грамматики требует тщательного анализа и понимания основных правил и структур.

3. *Лексика*: арабский язык обладает богатой и разнообразной лексикой. Изучение лексики требует запоминания множества новых слов и выражений, а также их использования в практике. Важным аспектом является самостоятельная работа студента.

4. *Культурные аспекты*: изучение арабского языка в вузе неотделимо от изучения арабской культуры, истории, религии и обычаев. Студенты получают глубокое понимание арабского менталитета и учатся уважать и ценить различия в поведении и традициях.

5. *Аутентичные материалы*: одной из особенностей изучения арабского языка в вузе является использование аутентичных материалов, таких как арабская пресса, литература, фильмы и музыка. Это позволяет студентам быть в курсе современного арабского языка и культуры, а также развивает навыки аутентичного общения на арабском языке. Рабочим инструментом в процессе легко выбрать таблицу и схему (которые обучающиеся, как правило, встречают с восторгом и облегчением), чтобы поощрять овладение грамматическими формами на уровне автоматизма. Это позволит удовлетворить естественное желание взрослого ученика получать последовательную, полную и непротиворечивую информацию в собранном виде. Справочные материалы,

разработанные на занятиях, позволяют создать каркас, скелет изучаемого языка, на который впоследствии будет посажена обширная и разнообразная лексика последующий этапов изучения арабского языка [Орлова 2022: 79].

Таким образом, изучение арабского языка в вузе играет важную роль в формировании межкультурной компетенции и расширении перспектив студентов на международном рынке труда. Особенности изучения арабского языка включают в себя изучение алфавита, грамматики, лексики, культурных и аутентичных аспектов. Приобретение навыков владения арабским языком открывает перед выпускниками новые горизонты и возможности для развития и достижения успеха.

Литература

1. *Кариева М. А.* Некоторые требования для эффективного изучения арабского языка в вузе // Наука и образование сегодня. 2019. №11 (46). С. 19–20.
2. *Орлова И. Л.* О некоторых аспектах преподавания арабского языка студентам, имеющим опыт изучения европейского языка // Арабистика Евразии. 2022. № 5 (4). С. 76–87.
3. *Раджабова М. Д.* Основное назначение изучения студентами арабского языка в вузе // Наука и образование сегодня. 2019. № 2 (37). С. 66–67.
4. *Рахимова Ш. М.* Формирование у студентов коммуникативной компетенции в качестве основного назначения изучения арабского языка в вузе // Наука и образование сегодня. 2019. № 6-2 (41). С. 46–47.

Саркарова Эмилия Теймуровна
студентка 4 курса, факультет иностранных языков
emiliyasarkarova2000.es@gmail.com
Дарбишева Хадижат Асхабалиевна
к.ф.н., доцент
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»
darbishewa@mail.ru

ОБРАЗОВАНИЕ АББРЕВИАТУР НА АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИЙНОМ ПОРТАЛЕ THE GUARDIAN

Аннотация. В данной статье были рассмотрены различные способы образования аббревиатур, а также их классификации. В ходе работы были проанализированы статьи англоязычного источника информации *TheGuardian* (2022). В результате исследования были выяснены наиболее часто применяемые типы аббревиатур и сокращений в данном медийном портале.

Ключевые слова: аббревиация, аббревиатура, сокращения, апокопа, афереза, синкопа, графические аббревиатуры, лексические аббревиатуры.

UDC 811.111

Sarkarova Emiliia Teymurovna
4th year student, Faculty of Foreign languages
emiliyasarkarova2000.es@gmail.com
Darbisheva Khadizhat Askhabalievna
Candidate of Philology, Associate Professor
Dagestan State University
Makhachkala, Russia
darbishewa@mail.ru

FORMATION OF ABBREVIATIONS ON THE ENGLISH-LANGUAGE MEDIA PORTAL TNE GUARDIAN

Abstract. In this article, various ways of forming abbreviations as well as their classification were considered; in the course of the work the articles from the English-language source of information *The Guardian* (2022) were analyzed. Because of the study, the most frequently used types of abbreviations and abbreviations in this media portal are clarified.

Keywords: abbreviation, apocope, apheresis, syncope, graphic abbreviations, lexical abbreviations.

В современном английском языке всё больше наблюдается тенденция к сокращению слов и использованию аббревиатур, как в устной, так и в письменной речи. Данное явление обусловлено тем, что большой рост потока информации, возникновение новых терминов и понятий, частая смена сфер употреблений тех или иных названий, вызывает необходимость быстро и кратко передавать важный материал. Язык СМИ является самым восприимчивым к различным языковым инновациям, именно поэтому газеты и журналы становятся первыми источниками, которые фиксируют возникновение новых слов, значений и словосочетаний [Костомаров 1971: 125–126].

Феномен «аббревиация» давно изучается отечественными и зарубежными лингвистами, однако до сих пор вызывает споры касательно таких вопросов, как:

- 1) определение термина аббревиация;
- 2) различие между понятиями «сокращение» и «аббревиатура»;
- 3) классификация аббревиатур.

Ученые разрабатывают классификацию, исходя из собственной трактовки самого понятия «аббревиатура» и «сокращения». Однако в работе каждого из них можно встретить такие виды аббревиации, как: инициальный, сложнослоговой, слоговой, которые в свою очередь подразделяются на подвиды:

1. Инициальные аббревиатуры: буквенные (*UK — United Kingdom, CND — Campaign for Nuclear Disarmament*), акронимы (*NOW — National Organization of Women*); инициально-слоговые (*ex-POW — Prisoner of War*), инициально-словные (*V-day — Victory Day*) и инициальные аббревиатуры, которые читаются как слова (*BUP — British United Press*) [Арнольд 1978: 142–143].

2. Аббревиатуры слогового типа: апокопа (*disco — discotheque*), афереза (*copter — helicopter*) и синкопа (*maths — mathematics*).

В свою очередь Э. М. Дубенец в своей книге «Современный английский язык» делит аббревиатуры на две основные группы: графические и лексические.

Графические аббревиатуры применяются только на письме, в устной речи такие сокращения произносятся полностью (*e.g. — for example, a.m. — ante meridiem, Mr., Ms.*). К лексическим аббревиатурам Э. М. Дубенец относит те, которые и на письме, и в устной речи сохраняют одинаковую форму, то есть все выше перечисленные виды аббревиатур *mike — microphone* [Дубенец 2004: 12–13].

Так как газеты и журналы являются первоисточниками аббревиатур и сокращений, выясним наиболее часто употребляемый тип аббревиации в популярном англоязычном медийном источнике *The Guardian*. В ходе работы были рассмотрены статьи научного, технологического, политического и экономического характера.

Анализ статей сферы технологий и науки, выявил, что в данной области употребляется наибольшее количество новых, не закрепившихся в языке сокращений, эти аббревиатуры можно распределить по типу инициалов на [The Guardian, URL]:

1. Буквенные, образованные путём сложения начальных букв:

AI — Artificial intelligence (Elon Musk reportedly planning to launch AI rival to ChatGPT maker); GPU — Graphics Processing Unit (...Musk reportedly has thousands of high-powered GPU processors...);

FT — the Financial Times (Musk did not immediately respond to the FT or the Guardian's requests for comment);

ACP — Association of Child Psychotherapists ("One concern is that using screens to keep kids quiet is teaching them a kind of instant gratification, which really does form their brains," says Ryan Lowe, who is a child and adolescent psychotherapist and spokesperson for the ACP);

UK — United Kingdom (One in five UK children aged three and four have mobile phone, study finds); ASMR — Autonomous sensory meridian response (people sharing videos of pets or conducting live ASMR shows);

TBS — The Boring Company (His business portfolio includes Twitter, Tesla, TBS); US — The United States (TikTok is at an existential crossroads, facing an unprecedented global crackdown and a potential ban in the US...);

ESA — European Space Agency (Roland Trautner, the space instrumentation development lead at the European Space Agency);

X.AI — Exploration Artificial intelligence (Musk incorporated a company called X.AI).

2. Инициально-слоговые аббревиатуры, здесь происходит объединение двух типов сокращений: *X Corp — Exploration Corporation (Musk recently changed the name of Twitter to X Corp); Gen Z — Generation Z (I have connected with a lot of Gen Z TikTokers);*

COVID — COrona Virus D (The Covid-19 situation in China is generally stable and controllable).

3. Графические аббревиатуры: *bn — billion (China's vaccine production capacity is 7bn doses a year); m — million (now surpassing 150m active users).*

4. Инициально-словесные аббревиатуры: *OpenAI — Open Artificial intelligence (an artificial intelligence company to compete with OpenAI); ChatGPT — Generative Pre-trained Transformer (the creator of ChatGPT); SpaceX — Space Exploration (SpaceX was issued with a Starship launch licence); Netmums — Internet Mums (editorial director of the parenting platform Netmums), данный тип также считается сложно-слоговым; Network — Internet work (...an educational and network-building tool...); co-signing (company signing), co-founded (company founded).*

5. Акронимы, аббревиатуры, которые читаются как слова: *Ofsted — The Office for Standards in Education (Amanda Spielman, the head of Ofsted); Ofcom — The Office of Communications (New research from Ofcom has found that a fifth of three- and four-year-olds now have a phone); WHO — The World Health Organisation (WHO urges Covid data 'transparency' as China prepares to open borders).*

6. Апокопы, образуется усечением последних букв: *app — application (We asked a range of people to describe their experience on the app); mini — minimum (...they like cartoons, animations, mini movies or songs...); Tech — technology (...school teacher who worked with children aged five and six, says two things stood out about their tech use...) [The Guardian, URL].*

Данный анализ показал, что в статьях, посвященных технологическим и научным событиям, чаще всего используются такие типы аббревиатур, как буквенные и инициально-словесные, сокращению, как правило, подвергаются длинные и сложные названия изобретений, явлений и компаний.

Что же касается статей политического характера данного издания, то здесь можно встретить огромное количество аббревиатур и сокращений от названий общественных, государственных и международных организаций. Проанализировав определенное количество статей, были выявлены следующие типы аббревиатур по семантической классификации на [The Guardian, URL]:

1. Названия государственных организаций:

TUC — The Trades Union Congress (The TUC has highlighted the growing use of employee surveillance);

OBR — The Office for Budget Responsibility (OBR will take center stage at the budget this week);

The Met — The Meteorological Office (MET subsequently said that after undertaking inquiries, including speaking to the alleged victim, it was taking no further action);

UNCHR — The United Nations Commission on Human Rights; HSE — Health and Safety Executive (It suggested that existing regulators, including HSE and UNCHR);

CAP — Committee of Advertising Practice (Among the beneficiaries of CAP direct payments);

NFU — National Farmers Union (Nick von Westenholz, the director of trade and business strategy at the NFU).

2. Названия международных организация:

NHS — The National Health Service (The Guardian view on the NHS in peril: the risks are multiplying);

NATO — North Atlantic Treaty Organization (Vladimir Putin says 'dirty bomb' claims to Nato were made on his orders);

ELM — The European Le Mans Series (In its places, under ELMs, is a countryside stewardship scheme and the).

3. Названия общественных организаций:

SPS — the Sanitary and Phytosanitary (A cross-industry veterinary and environmental health group, SPS estimated that the new requirement for export health certificates);

FUW — the Farmers' Union of Wales (The FUW has calculated Wales will be £225m down over the life of the current parliament).

4. Названия институтов, высших школ:

LSE — The London School of Economics (the LSE estimated that labour productivity — a key measure of output per hour of work — would be down by 1.3% by 2030);

ESRI — Ireland's Economic and Social Research Institute (ESRI found trade from the UK to the EU had fallen 16% on the levels anticipated had Brexit not happened);

MBA — Master of Business Administration (Neeraj took his MBA at Cambridge).

5. Название государственных палат и партий:

Commons — The House of Commons (Michael Gove was the first to enter the Commons);

The Labour — The Labour Party (The Labour leader had exposed some obvious weaknesses);

Conservatives — The Conservative Party (Conservatives allowed many public services to fall into a state of disrepair);

SNP — Scottish National party (SNP restores whip to MP Patrick Grady after sexual assault suspension).

6. Название государственных должностей:

MP — Member of Parliament (To apparent applause from other SNP MPs); PM — prime minister.

7. Экономические термины:

GDP — Gross domestic product (after the most recent GDP figures showed a collapse in business investment in the third quarter);

EU VAT — European Union value added tax (Since Brexit, new customs checks and complying with EU VAT rules have created endless headaches).

8. Название советов и собраний:

AHDB — Agriculture and Horticulture Development Board (AHDB has concluded that New Zealand exports to the UK would rise);

PMQs — Prime Minister's Questions (Though not as many as you might expect for a new leader at his first PMQs).

9. Названия государственных проектов и регламентов:

GDPR — General Data Protection Regulation (The reason we're using the GDPR is because these workers have no other recourse);

SFI — The sustainable farming incentive (...countryside stewardship scheme and the sustainable farming incentive scheme...) [The Guardian, URL].

Аббревиатуры также часто встречаются в статьях, посвященных сфере бизнеса и экономики. Как правило, авторы предпочитают сокращать названия компаний и должностей, руководствующих ими, так здесь можно выделить следующие буквенные аббревиатуры:

CEO (Chief executive officer) — главный исполнительный директор (Dan Price resigns as CEO of payments firm after misconduct allegations);

P&O (The Peninsular and Oriental Steam Navigation Company) — пароходная компания полуострова и Востока (P&O Ferries owner reports record-breaking profits after mass sacking);

HBOS (Halifax plc и Bank of Scotland) — британская группа компаний;

RBS (The Royal Bank of Scotland International) — Королевский банк Шотландии (...when Northern Rock, HBOS, RBS had fallen like dominos);

FT — Financial Times (The FT reports that Liz Truss ...);

PRA — The People's Republic of Animation (Messing about with the PRA would be particularly pointless);

GVC — Global value chain (The company, then called GVC, had to pay £5.9m);

ICIS — International Conference on Information Systems (Tom Marzec-Manser, head of gas analytics at consultancy ICIS...) и т.д [The Guardian, URL].

Кроме инициальных аббревиатур, в данной рубрике статей часто применяются и графические сокращения такие, как *m — million (\$220m)*, *bn — billion (\$17.3bn)*, *p — pence (I'd expect a sharp move up tomorrow towards record 700-800p a therm highs)*.

Итак, данное исследование показало, что статьям политической сферы наиболее характерно использование буквенных аббревиатур, в этом случае, можно сделать вывод, что в технологической и научной сфере типы сокращений превосходят статьи политического характера по способу образованию аббревиатур. Что же касается сферы экономики и бизнеса, то здесь едва ли можно найти аббревиатуры инициально-слоговые, апокопы, акронимы, инициально-словесные. Таким образом, можно сказать, что в газете *The Guardian* нет определенной классификации, которой придерживаются авторы статей, здесь также нет строго семантического разграничения между аббревиатурами и сокращениями, одни и те же инициалы могут встречаться в абсолютной любой рубрике газеты.

Литература

1. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка. М.: Высшая школа, 1978. 315 с.
2. Дубенец Э. М. Современный английский язык. Лексикология. М.: Глосса-Пресс, 2004. 192 с.
3. Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе. М.: Издательство Московского университета, 1971. 267 с.
4. *The Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/international> (accessed: 01.03.2023).

Степанова Анна Анатольевна

соискатель

Тамбовский государственный технический университет

Тамбов, Россия

stt.anna@mail.ru

**О НЕКОТОРЫХ ФУНКЦИЯХ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ
В СОВРЕМЕННОМ АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ
(НА МАТЕРИАЛЕ БРИТАНСКИХ СМИ)**

Аннотация. В статье рассматриваются некоторые функции языковой игры, характерные для англоязычных медиатекстов. Традиционно считается, что языковая игра как лингвистический феномен используется в современных СМИ для привлечения внимания читателя, для создания комического или ироничного подтекста, а также для придания тексту большей экспрессивности и эмоциональности. В тоже время, спектр выполняемых ею функций может быть гораздо шире. В частности, в работе выделены и проиллюстрированы примерами из британских СМИ такие функции, как эстетическая, гностическая, гедонистическая, прагматическая, маскировочная и «смягчающая».

Ключевые слова: языковая игра, выразительность, экспрессивность, медиатекст, медиадискурс.

UDC 808

Stepanova Anna Anatolevna

Candidate for PhD degree

Tambov State Technical University

Tambov, Russia

stt.anna@mail.ru

**ON SOME FUNCTIONS OF THE LANGUAGE PLAY
IN MODERN ENGLISH MEDIA DISCOURSE
(USING THE MATERIALS OF THE BRITISH MEDIA)**

Abstract. The article considers some functions of the language play that are characteristic of English-language media texts. It is assumed that language play as a linguistic phenomenon is used in modern media to attract the reader's attention, to create a comic or ironic effect, and to make the text more expressive and emotional. At the same time, the range of functions it performs can be much wider. In particular, such functions of language play as aesthetic, gnostic, hedonistic, pragmatic, disguising and "softening" are exemplified through the British media discourse.

Key words: language play, expressiveness, emotiveness, media text, media discourse.

Интерес к теме языковой игры и увеличение количества подходов к изучению данного явления можно объяснить возрастающей ролью средств массовой информации. Современные СМИ — это глобальная коммуникативная среда, которая функционирует и развивается по своим законам. С одной стороны, они оказывают воздействие на общественное мнение, социальные институты и культуру [Мионов 2003: 299]. С другой стороны, медиадискурс характеризуется многообразием языковых средств, которые могут быть использованы для передачи языковой игры. Именно поэтому современные исследования языковой игры ставят своей целью изучение структурных и стилистических особенностей данного феномена в различных функциональных контекстах, в том числе и в языке новых медиа.

В медиадискурсе одним из способов привлечения внимание читателя является языковая игра, а именно преднамеренное отступление от языковой нормы с целью создания комического или ироничного подтекста. Современные средства массовой информации изобилуют иноязычными элементами, которые становятся характерными маркерами медиадискурса и расширяют спектр языковых единиц, традиционно используемых в прессе.

Кодирование смысла используется не только для привлечения внимания, но и способствует развитию чувства юмора, сокращению психологической дистанции во время коммуникации. Специфика языковой игры заключается в безграничных возможностях языка для создания остроумных высказываний.

Как известно, в основе создания языковой игры лежит авторская интенция. Другими словами, автор медиатекста реализует определенные прагматические установки, используя скрытую манипуляцию. Языковая игра может быть также неосознанным маркером речевого поведения. С ее помощью автор указывает на такие признаки, как профессиональная принадлежность, социальное положение, личностные характеристики, гендерная принадлежность, и т.п.

Представляется интересным рассмотреть, какие функции выполняет языковая игра в современном медиатексте. Опираясь на классификацию, предложенную Т.П. Курановой [Куранова 2010: 275], в данной работе представлен анализ некоторых функций языковой игры — эстетической, гностической, гедонистической, прагматической, выразительной, изобразительной, маскировочной, комической, экспрессивной и «смягчающей».

Эстетическая функция заключается в использовании определённых форм речи для того, чтобы пережить самому и вызвать у читателя чувство прекрасного. Особую значимость приобретает новизна формы, смещение акцента с содержательной стороны события на вербализованную подачу. Другими словами, важно не то, о чем говорится, а то, как об этом говорится. Если материал подан ярко и образно, то вероятность запоминания и закрепления информации в сознании читателя повышается, а, следовательно, и ее дальнейшего распространения. Чаще всего такая функция реализуется в рекламных текстах СМИ, которые изобилуют красивыми формами, построенными на языковой игре: *Coca Cola — FANTAbulous Proposal*. Графическое выделение части слова *FANTA* и обыгрывание узнаваемого *fabulous* безусловно создает яркий запоминающийся образ, вызывающий эстетическое наслаждение. Таким образом, языковая игра состоит в том, что говорящий придает значение форме речи, игнорируя суть передаваемой информации. В подобных случаях на передний план выходит форма, а не содержание.

Гностическая функция состоит в создании новой модели мира путем переосмысления и нового использования уже существующего языкового материала. Данная функция также связана с языкотворчеством. Языковая игра способствует созданию новых словесных элементов, обогащая словарный запас. Как справедливо отметил В.З. Санников, «найденное в акте индивидуального творчества нередко закрепляется в языке как новый, более яркий (и экономный!) способ выражения мысли» [Санников 1999: 26]. Другими словами, игра — это один из путей обогащения языка и речи. Наиболее ярко речетворчество проявляется в создании разного рода окказионализмов и неологизмов. Это довольно распространенный прием в современной журналистике. В качестве примера приведем заголовки из англоязычной прессы:

'Morgxit!' Piers quits GMB after bust-up (The Sun, March 10, 2021)

'Travel crackdown' and cash for cladding crisis (BBC news, February 10, 2021)

В первом примере используется окказионализм *Morgxit*, с помощью которого автор публикации в газете *The Sun* осветил уход одного из ведущих телевизионного шоу «Доброе утро, Британия», в связи с отказом принести публичные извинения по

поводу нелюбимых комментариев, которые были сделаны им после телевизионного интервью Меган Маркл. Как видно из примера, словообразовательная модель *noun+exit*, довольно активно тиражируется в англоязычных СМИ (*brexit*, *megxit*). Во втором примере использован окказионализм *crackdown*, образованный по аналогии с существительным “*lockdown*”, которое по версии нескольких словарей стало словом года в 2020 году. Словосочетание *Travel crackdown* означает крушение туристических планов, связанное с введением новых ограничений на перемещения.

Гедонистическая функция ставит целью развлечение реципиента при помощи необычной формы речи и предполагает необходимость декодирования смысла «закодированного» послания. «Декодирование» текста, даже на самом простом уровне, способно доставить адресату определенное интеллектуальное удовольствие. При этом степень удовольствие непосредственно коррелирует со степенью оригинальности способа создания и передачи языковой игры, а также его необходимости. Например, языковая игра создает определённый ритм или привносит дополнительный смысл. Наибольшее удовольствие сулят те игровые приемы, на основе которых возникают остроумные высказывания. Хорошим примером послужит заголовок из британской прессы “*Spring it on!*” (The Sun, 29 December, 2020), в котором содержится аллюзия на разговорное выражение “*bring it on*” (обычно оно используется в ситуациях, когда хотят подчеркнуть, что готовы к трудному испытанию, готовы к преодолению трудностей). Замена глагола *bring* на существительное *spring* привносит элемент игры, цель которой приободрить жителей Великобритании в канун нового года и вселить надежду на то, что ситуация изменится весной.

Прагматическая функция направлена на привлечение внимания к оригинальной форме речи. Цель любой словесной игры — вызвать интерес у адресата. Для языка СМИ это одна из наиболее характерных функций — оказать воздействие на реципиент информации и побудить к определённым действиям. Так, например, в заголовке *No green light to jab kids!* (BBC news, 18 June, 2021) дается директивная установка на то, чтобы воспрепятствовать антиковидной вакцинации детей. Авторы заголовка используют образное выражение *No green light*, которое обозначает запрет (не дадим зеленый свет) и разговорный вариант слова *injection* — *jab*. Таким образом, можно утверждать, что цель — убедить читателя в том, что ставить вакцину детям является неосторожным шагом и предостеречь от необдуманных действий.

Выразительная функция служит образной, и, соответственно, более изящной передаче мысли. Языковая игра как результат речетворчества часто подразумевает использование образных средств, таких как метафора, аллитерация, противопоставление, и др. Хорошим примером реализации выразительной функции может послужить заголовок и английской газеты Daily Mirror, в котором обыгрывается такой прием, как сравнение: *Harsh winter... brighter spring* (Daily Mirror, 5 December, 2020). В заметке описывается текущая ситуация в Великобритании в связи с ковидными ограничениями и перспективы на улучшение весной. Реализация игры слов достигается за счет использования противопоставления *Harsh* — *brighter*, что делает заголовок более ярким и запоминающимся.

Изобразительная функция обеспечивает наглядное воссоздание ситуации говорения, либо используется для характеристики человека, чьи слова передаются. Одним из ярких примеров, который встретился в британской прессе, является заголовок *Joe Biden “gets to work” and “Trump the grump”* (BBC News, 9 November, 2020), который появился в прессе в связи с уходом Дональда Трампа с поста Президента США. В нем обыгрывается сочетание имени собственного *Trump* и созвучного ему существительного *the grump*, которое обозначает недовольного человека или брюзгу. Как известно, окончание срока правления Дональда Трампа и передача власти сменившему его Джо Байдену сопровождались скандалами и недовольством со стороны бывшего президента, высказыванием обиды в публичном

пространстве. Используя рифму *Trump the grump*, автор заметки дает характеристику бывшему президенту.

Маскировочная функция предполагает виртуозную подачу любого скабрёзного, циничного или даже абсурдного текста, облаченного в «маску» пристойности, благоразумия и логики. Языковая шутка помогает обойти «цензуру культуры» за счет эвфемизации или сокрытия мысли. Довольно часто все непонятные слова и словосочетания воспринимаются как бранные или неприличные [Санников 1999: 27-28]. Например: *Pain in the a*** — Jeremy Clarkson issues plea for Our Yorkshire Farm's Amanda Owen's help* (BBC News, 9 November 2020). В заметке рассказывается о происшествии на ферме, в результате которого 76 овец новоиспеченного фермера прорвались через электрический забор соседа, запутались в сетке и отказались возвращаться домой. В заголовке обыгрывается широко известное выражение *pain in the neck*, которое применимо к ситуациям, связанным с необходимостью решения проблемы. Вместо слова *neck* журналист использовал графическое изображение слова *a*** (ass)*. Тем самым, подчеркивается ироничный характер проблемы и демонстрируется отношение автора к проблеме.

Как отмечают большинство исследователей, *комическая функция* является одной из самых распространенных функций языковой игры. По мнению Е. А. Земской, М. А. Китайгородской и Н. Н. Розановой, комизм — наиболее частая, но не единственная функция языковой игры в разговорной речи [Земская 1983: 200]. Для того чтобы «играть» с языком, нужно как минимум иметь чувство юмора. Другими словами, юмор — это одновременно и тип речевого поведения. Как правило, комический эффект достигается за счет каламбура. Например, в заголовке *See Naples and diet* (The Guardian, 26 Oct, 2002) содержится намек на известное выражение *See Naples and die*, которое подчеркивает величие Неаполя, с которым не может сравниться никакой другой город. В «модифицированной» версии заголовка слово *die* заменено на *diet*, тем самым меняя смысл оригинальной фразы, смещая акцент в сторону гастрономических изысков кухни Неаполя, как бы намекая, что после посещения этого города потребуется диета, ведь его рестораны настолько изысканы, что невозможно устоять от соблазна попробовать все блюда. Комизм ситуации в том, что вместо того, чтобы умереть, достаточно сесть на диету.

Также исследователи выделяют и *экспрессивную* (воздействующую) функцию. Она по своей сути сходна с прагматической функцией, которая также обеспечивается воздействием на адресата. Средства массовой информации не существуют изолированно, а входят в глобальную коммуникативную среду, которая оказывает воздействия на общественное мнение, социальные институты и культуру. Внутри данной системы языковая игра играет роль оценочного механизма, регулирующего общественное сознание. Ее экспрессивная (воздействующая) функция состоит в том, чтобы оказывать определенное воздействие на адресата, произвести впечатление, или побудить к действию. Например, в заголовке *Could a resurrected Tulip help London bloom again* (Financial Times, 10 September, 2020) обыгрывается название небоскреба *Tulip* и глагола *bloom* (цвести) применительно к ситуации, связанной с возобновлением строительства небоскреба, которое было прервано в период пандемии, и возвращением к привычной жизни после отмены ковидных ограничений. Игра достигается за счет использования лексики, описывающей период цветения и зарождения нового, что, безусловно, вызывает положительные эмоции.

По мнению Е. В. Покровской, экспрессивная функция языковой игры тесно связана с *эмотивной функцией*. Это не просто необычный способ передачи содержания, но и форма выражения эмоций [Покровская 2003: 199]. Например, при помощи языковой игры можно передать негативное отношение к премьер-министру Великобритании: *Boris on the ropes* (Scottish Daily Mail, 27 April, 2021). *Борис висит на волоске* — в данном заголовке мы видим использование идиомы *on the ropes*, которая

означает совершить ошибку, или быть на грани провала, висеть на волоске. Отсутствие фамилии рядом с именем указывает на то, что читателю, скорее всего, известно о каком Борисе идет речь, так как британский премьер часто становится жертвой нападков журналистов, особенно в СМИ с лейбористской повесткой.

В функциональном плане, языковая игра может использоваться в так называемой «смягчающей» функции, или защитной (предотвращающей негативную реакцию наблюдателя). По мнению Е. А. Земской, языковая игра может быть средством «смягчения» речи, «она устраняет серьезность тона» [Земская 1983: 174]. «Несерьезность» слов избавляет читателя от необходимости серьезно относиться к сказанному и тем самым смягчает негативный эффект, который та или иная языковая игра может оказать на читателя. Например:

The Times leads with a fresh claim — reporting that Mr Johnson allegedly told Downing Street aides last September that he would rather let coronavirus “rip” than impose a second lockdown because of the economic harm it would cause. (BBC News, 27 April, 2021).

В обзоре журналисты намекают на непоследовательность действий британского премьера и используют метафору *let coronavirus “rip”*, в которой глагол *rip* (разорвать на части, быстро убрать) используется вместо аббревиатуры *RIP — rest in peace*, которую обычно можно увидеть в похоронной хронике или некрологе. Шутливый тон как бы намекает, что британский премьер любит громкие заявления.

Перечисленные функции указывают на то, что использование языковой игры увеличивает эффективность воздействия текста и является средством реализации индивидуализации стиля.

Литература

1. Земская Е. А., Китайгородская М. В., Розанова Н. Н. Русская разговорная речь. Фонетика. Морфология. Лексика, Жест. М.: Наука, 1983. 240 с.
2. Куранова Т. П. Функции языковой игры в медиаконтексте // Ярославский педагогический вестник. 2010. № 4. С. 272–277.
3. Миронов В. В. Средства массовой коммуникации как зеркало поп-культуры // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учебное пособие / Отв. ред. М.Н. Володина. М.: Альма Матер, 2003. С. 295–315.
4. Покровская Е. В. Понимание современного газетного текста: прагматический аспект. М., 2003. 274 с.
5. Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры. М.: Языки славянской культуры, 1999. 768 с.
6. BBC news. URL: <https://www.bbc.com/news> (accessed: 20.04.2023).
7. Daily Mirror. URL: <https://www.mirror.co.uk/> (accessed: 20.04.2023).
8. Financial Times. URL: <https://www.ft.com/> (accessed: 20.04.2023).
9. Scottish Daily Mail. URL: <https://www.dailymail.co.uk/news/scotland/index.html?page=9> (accessed: 20.04.2023).
10. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com> (accessed: 20.04.2023).
11. The Sun. URL: <https://www.thesun.co.uk/> (accessed: 20.04.2023).

УДК 372.881.111.1

Турланова Саида Курбановна
студентка 3 курса, факультет иностранных языков
ssst7t@yandex.ru

Рабаданов Габибулла Муталипович
старший преподаватель
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»
Махачкала, Россия
gabibulla_rabadanov@mail.ru

МЕТОДИКИ ОБУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ ДЕТЕЙ С ДИСЛЕКСИЕЙ

Аннотация. В данной статье рассмотрена проблема обучения английскому языку детей с дислексией. Были описаны основные виды дислексии, а также трудности, с которыми может столкнуться учитель при работе с данной категорией учащихся. Автором перечислены маркеры, по которым можно распознать подобное нарушение и техники выстраивания образовательного процесса для студента с дислексией.

Ключевые слова: методы обучения, иностранный язык, дислексия, дисграфия, обучение.

UDC 372.881.111.1

Turlanova Saida Kurbanovna
3rd year student, Faculty of Foreign Languages
ssst7t@yandex.ru

Rabadanov Gabibulla Mutalipovich
Senior Lecturer
Dagestan State University
Makhachkala, Russia
gabibulla_rabadanov@mail.ru

METHODS OF TEACHING ENGLISH TO CHILDREN WITH DYSLEXIA

Abstract. This article is devoted to the problem of teaching English to children with dyslexia. There were described the main types of dyslexia and some difficulties that a teacher may face when working with this category of students. The author lists markers, which such can recognize a condition and techniques for building the educational process for students with dyslexia

Keywords: teaching methods, foreign language, dyslexia, dysgraphia, teaching.

Актуальность изучения особенностей обучения английскому языку детей с дислексией связана с тем, что дислексия является распространенным нарушением у детей, которое затрудняет процесс обучения языку. Однако с помощью специальных методик и подходов, дети с дислексией могут успешно освоить английский язык.

В настоящее время все больше внимания уделяется инклюзивному образованию, в рамках которого дети с различными нарушениями получают возможность обучаться вместе с остальными учениками. Поэтому изучение особенностей обучения английскому языку детей с дислексией становится еще более актуальным и востребованным.

Дислексия (от греческого «дис» — нарушение, отклонение от нормы, затруднение и «лего» — читать) — это состояние, основное проявление которого — стойкая, избирательная неспособность овладеть навыком чтения [Воронина 2015: 1].

Дислексия является результатом влияния различных патогенных факторов на центральную нервную систему, приводящих к нарушениям функций, лежащих в основе процессов чтения и правописания. Однако при дислексии сохраняется общая способность к обучению и другие умственные способности.

Дислексия выражается в затруднительном развитии навыков чтения.

Дисграфия связана со сложностями освоения письма.

Дискалькулия — недоразвитие способностей к вычислительным операциям.

Дислексию следует рассматривать как особенность, а не расстройство. Об этом свидетельствуют исследования в области познания, поведения и работы мозга, которые показывают, что люди с дислексией специализированы на исследовании неизвестного и мыслят в терминах более широкой картины [Taylor 2022, URL].

Сильные стороны мозга, страдающего дислексией, могли развиваться по мере того, как люди адаптировались к меняющейся окружающей среде. Чтобы выжить, нам нужно было осваивать навыки и приобретать привычки, но нам также было необходимо проявлять творческий подход и находить новые решения путем исследований. В своей работе доктор Хелен Тейлор и доктор Мартин Вестергаард утверждают, что, поскольку возможности мозга ограничены, единственный способ улучшить адаптацию — это специализироваться на различных стратегиях. Некоторые люди стали более специализированными в использовании полученной информации, в то время как другие больше сосредоточились на открытиях и изобретениях.

Исследования показали, что люди с дислексией менее эффективны в процедурном обучении, чем люди, не страдающие дислексией, сказал Тейлор, и это имеет как положительные, так и отрицательные стороны для обеих групп.

Процедурная память — это вид долговременной памяти, накапливающей опыт выполнения предыдущих действий, обеспечивающей исполнение аналогичных действий впоследствии, формируемая и выполняемая неосознаваемым образом

Обучение чтению, письму или игре на фортепиано — все это примеры навыков, которые зависят от процедурной памяти; после усвоения навыка могут обрабатываться автоматически и быстро. Однако, как только навык становится автоматическим человек снова и снова использует одну и ту же информацию. И наоборот, если человек испытывает трудности с приобретением автоматизма, он сохраняет сознательное осознание этого процесса.

В частности, то, как мозг организует свои нейроны и проводящие пути, различается в зависимости от того, лучше ли мозгу удастся глобальное мышление «в целом» или локальное мышление, ориентированное на детали. Было показано, что у людей с дислексией больше связей на большие расстояния и меньше локальных связей. «Исследовательское обучение» — обучение посредством открытий, изобретений, творчества и т.д. что больше соответствует их сильным сторонам.

Знаки, по которым можно распознать особенности:

Языковые нарушения могут проявляться поздним развитием речи, проблемами в произношении слов, их путаницей, трудностями с рифмой и аллитерацией, ошибками в синтаксисе. Другие проблемные аспекты включают плохое запоминание коротких стихотворений и песенок, трудности с запоминанием имен и последовательностей (например, алфавита, дней недели, месяцев года) и извлечением их из памяти. Более того, плохая способность запоминать формы букв, различать похожие формы (геометрические фигуры или буквы, например, *m-n*, *l-t*) или буквы сходной формы, но разного положения (*p-d-g-b*), зеркальные надписи. Дети, подверженные риску дислексии, могут испытывать проблемы с ориентацией в пространстве. Кроме того, вместо того, чтобы быть правильно прочитанными (расшифрованными), слова часто угадываются, опираясь на первую букву, слог или на общий внешний вид слова, или заменяются семантическими аналогами («был» вместо «жил», «автомобиль» вместо «автобус») [Dyslexia Community, URL].

Техники выстраивания образовательного процесса для студента с дислексией:

Гибкость — необходимый навык для обучения. Преподавателям важно всегда проявлять гибкость и быть готовыми отклониться от плана урока в зависимости от ситуации. Если студент страдает дислексией, то учителю необходимо быть гибким вдвойне. Это относится и к активному включению материала, соответствующего интересам учеников (например, их любимые песни, фрагменты телепередач, интервью со знаменитостями и т. д.).

Инструкции должны быть четкими, краткими и максимально простыми. Очень важно дать пример и убедиться в том, что студент понимает, что ему нужно сделать.

Shadowing (теневого повтор) — это техника, при которой человек слушает аудио или видео с речью носителя языка и повторяет за ним вслух (используя скрипт), стараясь максимально симитировать речь носителя. Это один из лучших способов улучшить навыки владения английским языком, поскольку это помогает улучшить произношение, интонацию и словарный запас, ритм, ударение.

Любям с дислексией сложно переписывать с доски, поэтому следует готовить раздаточный материал. При разборе объемного текста следует делать паузы после коротких отрывков и задавать вопросы об основном смысле прочитанного, персонажах, событиях. Нельзя заставлять людей с дислексией читать вслух. Лучше не использовать красную ручку при оценке работ и нужно выбирать более нейтральные цвета.

Таким образом, чтобы обучение ребёнка было эффективным и приносило только положительные результаты, нужно чтобы образовательный процесс соответствовал потребностям ребенка. Понимание специфических трудностей ученика и то, как они могут повлиять на производительность ученика в классе, может позволить учителю использовать разнообразные методы обучения, чтобы помочь ребенку с дислексией успешно интегрироваться в классе.

Литература

1. *Воронина Т. П.* Дислексия, или Почему ребенок плохо читает? Ростов-на-Дону: Феникс, 2015. 95 с.
2. *Dyslexia Community.* URL: <https://dslxcommunity.com/dyslexia-guide> (accessed: 13.11.2023).
3. *Taylor H., Vestergaard M. D.* Developmental Dyslexia: Disorder or Specialization in Exploration // *Frontiers in Psychology.* 2022. URL: <https://www.readcube.com/articles/10.3389/fpsyg.2022.889245> (accessed: 13.11.2023).

Шабанцаева Альбина Руслановна
студентка 4 курса, факультет иностранных языков
alya.shabantsaeva03@mail.ru

Гусейнова Мадина Магомедовна
к.ф.н., доцент
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»
Махачкала, Россия
de-madin@mail.ru

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЕТИ ИНТЕРНЕТ ВО ВНЕКЛАСНОЙ РАБОТЕ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В СРЕДНЕЙ ШКОЛЕ

Аннотация. Данная статья представляет собой особенности применения интернет ресурсов во внеклассной работе. Основное внимание уделяется вопросу использования сети Интернет при изучении иностранного языка в средней школе. Компьютерные технологии дают возможность развивать самостоятельную деятельность учащихся, раскрывать их творческий потенциал и преодолевать коммуникативные проблемы.

Ключевые слова: интернет, внеклассная работа, обучение иностранному языку, компьютерные технологии.

UDC 372.881.1

Shabantsaeva Albina Ruslanovna
4th year student, Faculty of Foreign Languages
alya.shabantsaeva03@mail.ru

Guseynova Madina Magomedovna
Candidate of Philology, Associate Professor
Dagestan State University
Makhachkala, Russia
de-madin@mail.ru

USING THE INTERNET IN EXTRA-CLASS WORK WHEN STUDYING A FOREIGN LANGUAGE IN SECONDARY SCHOOL

Abstract. This article presents the features of using Internet resources in extracurricular activities. The main attention is paid to the issue of using the Internet when studying a foreign language in secondary school. Computer technologies make it possible to develop students' independent activities, reveal their creative potential and overcome communication problems.

Key words: internet, extracurricular activities, foreign language teaching, computer technology.

Использование Интернет-ресурсов делает процесс обучения более индивидуализированным и помогает изучать язык, учитывая способности, уровень владения языком и интересы учащихся. Поддерживая общение в реальной языковой среде, которое обеспечивается всемирной паутиной, учащиеся начинают понимать значимость изучаемого языка. Становится возможным реальное общение [Леонтьев 2019: 125]. Всемирная сеть предлагает широкие возможности для использования внеклассной работы в области различных языковых навыков и умений. Необходимо отметить, что компьютер очень лоялен к обучаемому и не включает в процесс

обучения негативные комментарии, что помогает ученику чувствовать себя комфортнее.

Интернет-ресурсы имеют свои отличительные особенности. Главная особенность это — постепенный переход от более легких к более сложным задачам с учетом его индивидуального графика [Зимняя 2010: 223].

Использование информационных Интернет-ресурсов и их интеграция во внеклассной работе решает многие дидактические вопросы во время внеклассной работы по иностранному языку:

- развитие навыков и умений чтения через непосредственное использование сетевых материалов различной сложности;
- формирование навыков аудирования на основе аутентичных аудиотекстов в Интернете;
- развитие навыков письменной речи путем написания эссе, статей и рефератов;
- обогащение активного и пассивного словарного запаса, отражающее определенные этапы развития культурных, социальных и политических структур;
- развитие культурного ориентира в речевом этикете, в особенностях языкового поведения в коммуникативных ситуациях [Белова, URL].

При использовании компьютерных технологии меняется роль учителя. Основной задачей учителя становится стимулирование творческой активности учащихся, поддержание, а также направление в их творческом поиске. Взаимоотношения с учениками строятся на принципах сотрудничества и сотворчества [Калечиц 1980: 54].

Кроме того, социальные сети рассматриваются сейчас не только как платформа для общения. С помощью них проводятся мероприятия и конференции, разрабатываются образовательные материалы. В современном обществе используется большое количество информационных ресурсов, которые помогают усовершенствовать внеклассную работу по иностранному языку: *ZOOM, Google Meet, Skype, Moodle, Mirapolis LMS*.

Интернет-ресурсы помогают выстраивать внеклассную работу так, чтобы заинтересовать самих учащихся. К примеру, при помощи интернета можно провести онлайн-экскурсии или виртуальные прогулки. Всемирная сеть дает возможность раскрыть творческие способности учащихся через метод проектов, через презентации, через видеоролики, фотоколлажи и многое другое. При внеклассной работе учащиеся могут узнать много страноведческой информации о стране изучаемого языка, а для того, чтобы представить информацию в полном объеме, учитель использует интернет-ресурсы. В итоге хотелось бы еще раз подчеркнуть, что при внедрении Интернета в учебный процесс учителя должны четко определять цели его использования. Использование интернет-ресурсов на уроках иностранного языка и во внеклассной работе в школе требует от учителя предварительной подготовки и методически грамотного построения учебного процесса. В противном случае могут возникнуть негативные последствия, такие как разочарование у учащихся в собственных способностях, формирование неверных стереотипов о культуре, негативная оценка обычаев и традиций страны изучаемого языка.

Литература

1. Белова Е. С. Интернет-технологии и социальные сети как средство учебной коммуникации // Фестиваль педагогических идей «Открытый урок». 2017. URL: <https://urok.1sept.ru/articles/697742> (дата обращения: 28.09.2023).
2. Зимняя И. А. Психология обучения неродному языку на материале русского языка как иностранного // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2010. № 4. С.219–225.

3. *Калечиц Т. Н.* Внеклассная и внешкольная работа с учащимися. М.: Просвещение, 1980. 88 с.
4. *Леонтьев А. А.* Язык, речь, речевая деятельность. М.: Проспект, 2019. 214 с.

УДК 811.111-11

Щиллаева Айшат Джамбулатовна
студентка 4 курса, факультет иностранных языков
ilyiwa@mail.ru

Закиева Тахмина Маиловна
преподаватель
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»
Махачкала, Россия
zakieva.tahmina@mail.ru

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОЦЕНКИ В TV-REVIEW СОВРЕМЕННОГО БРИТАНСКОГО МЕДИАДИСКУРСА

Аннотация. Данная статья посвящена изучению стилистических средств реализации категории оценки в *TV-review* современного британского медиадискурса. Анализируются стилистические средства, способствующие реализации как положительной, так и отрицательной оценки.

Ключевые слова: медиалингвистика, медиадискурс, tv-review, категория оценки, стилистические средства.

UDC 811.111-11

Shillaeva Aishat Dzhambulatovna
4th year student, Faculty of Foreign Languages
ilyiwa@mail.ru

Zakieva Takhmina Mailovna
Dagestan State University
Makhachkala, Russia
zakieva.tahmina@mail.ru

STYLISTIC MEANS OF CREATING AN ASSESSMENT IN THE TV-REVIEW OF THE MODERN BRITISH MEDIA DISCOURSE

Abstract. This article is devoted to the study of stylistic means of implementing the category of evaluation in *TV-review* of modern British media discourse. Stylistic means are analyzed that contribute to the implementation of both positive and negative assessments.

Key words: medialogistics, mediadiscourse, tv-review, evaluation category, stylistic means.

В современном британском медиапространстве с каждым днем появляется все больше и больше *TV-Review* как профессионального и любительского характера. *TV-Review* о фильмах, сериалах, шоу публикуются на специализированных сайтах, на сайтах качественных периодических изданий, в социальных сетях, в профессиональных и любительских блогах.

Под *TV-Review* понимается специфический текст, который может рассматриваться и как результат прикладной внутрисистемной деятельности киноведа, и как жанр журналистики, и как выражение специфической рефлексии абсолютно любого человека, который посмотрел тот или иной фильм / сериал / шоу [Кожокару 2023: 75].

В данном научном исследовании мы вслед за Э.Ю. Гараниной выделяем следующую структуру *TV-Review*:

1. Заголовок, привлекающий внимание читателя.

2. Начальный абзац, в котором рецензент дает минимально необходимую информацию о том или ином фильме/сериале/шоу, кратко и ярко выражая свое мнение о нем.

3. Основной текст *TV-Review*, разделенный на небольшие абзацы:

- анализ и критика нескольких аспектов фильма (замысел режиссера, сценарий, сюжет, саундтрек, спецэффекты и т.д.);
- сравнение с предыдущими работами режиссера / шоураннера, с другими фильмами / сериалами / шоу, с источником сценария;
- выделение наиболее удачных или неудачных моментов.

4. Заключение, которое состоит из оценки фильма / сериала / шоу и рекомендации (смотреть или не смотреть данный фильм / сериал / шоу) [Гаранина 2013: 29].

В современных британских *TV-review* совершенно неважно, является ли тот или иной отзыв положительным или отрицательным, выполняет ли он сложную задачу рекламы или антирекламы, похвалы или критики. В любом случае, отзыв всегда привлекает внимание реципиента к анализируемому фильму, сериалу или шоу [Букина 2020: 40].

В данной научной статье внимание сконцентрировано на медиатекстах группы *TV-review*, извлеченных из онлайн версии качественного британского издания *The Guardian* с 2021 по 2023 гг. с целью выявления стилистических средств, способствующих реализации оценки в современном британском медиадискурсе.

Анализ фактологического материала позволил выявить, что одним из наиболее часто используемых стилистических средств в современных британских *TV-review* является **эпитет**, который характеризует предмет или явление сквозь призму авторского мышления. Анализ рассматриваемых медиатекстов выявил следующие случаи эпитета с положительной коннотацией: *a brilliant comic performer; the bittersweet comedy; a hot married agent couple; delicious wildness; a devastating speech; an entertaining and spectacular movie; heartbreaking moments of vulnerability; high-octane, international spy actionfest Citadel; the densest, cleverest, most emotionally pulverizing drama* и др.

Например:

*And it's still a very **entertaining and spectacular movie**, with a rush of nostalgia to go alongside the exhilaration of fun, even though some of the "flying" effects during the big quidditch match aren't quite what we're used to in 2021.* (October 28, 2021).

*Cooper remains **an absurdly brilliant comic performer** who is capable of **heartbreaking moments of vulnerability**, as she showed in *This Country* (September 22, 2022).*

В приведенном ниже фрагменте случаи суперлатива *the densest, cleverest, most emotionally pulverizing* указывают на исключительность сериала, его лидирующие позиции среди других: *It's back for the fourth and final season to a mix of lamentation and relief among even – possibly especially – the most devoted fans, who hardly have the strength to survive one more round of **the densest, cleverest, most emotionally pulverizing drama on TV*** (March 22, 2023).

Фрагменты с положительной оценкой преобладают в большинстве случаев, хотя изредка встречаются и отрицательные отзывы: *The Full Monty TV review — **boring and badly written*** (June 14, 2023).

*The **awful tale** of how a disappointing Justin Bieber gig led to a missing £78m* (June 19, 2023).

Не менее важным стилистическим средством экспликации оценки в анализируемых медиатекстах группы *TV-Review* является **метафора**, которая реализует следующий набор функций: манипулирует сознанием реципиента, навязывает субъективную оценку читателю, устанавливает необходимые ассоциативные связи,

ослабляет или наоборот усиливает реакцию целевой аудитории на определенную информацию. Результаты анализа статей выявили следующие случаи метафоры с положительной коннотацией: *The Great's most powerful weapon is its revolving cast of hilarious supporting players, all of whom come back on ripe form* (July 27, 2022).

Am I Being Unreasonable? Has many points in its favour (September 23, 2022).

Is it worth it? You betcha. I's Mission: Impossible meets The Bourne Identity meets Kames Bond while glancing off Indiana Jones a few times along its irresistible way (April 28, 2023).

Для выражения отрицательной оценки фильма, сериала или шоу авторы зачастую прибегают к использованию метафоры: *It's a frenetic blend of romcom, road movie and action thriller but suffers from the truth of the adage that when you try to be all things to all people you become nothing to anyone* (September 8, 2022).

... the finished product is so thoroughly junky that even he mildest of associations is the kind of embarrassment one would want scrubbed from both IMDb page and televisual history at large (March 1, 2023).

Для формирования как положительного, так и отрицательного отношения к фильму или сериалу критики британского издания *The Guardian* зачастую при помощи **аллюзии** сравнивают главных героев с уже хорошо известными героями других фильмов, проводят параллели со сценами из других фильмов или сериалов: *Paddy Considine's Viserys decayed like an Indiana Jones baddie opening a cursed tomb while his brother has revealed himself to be Westeros's Paul Rudd* (October 24, 2022).

It opens, rather like a Hollywood remake of Bodyguard, with Richard Madden having loo-based traumas on a train ...His partner (and ex-wife) is the permanently Nadia Sinh (Priyanka Chopra Jonas), who looks like Jessica Rabbit but who is a very good agent (April 28, 2023).

На синтаксическом уровне категория оценки транслируется при помощи следующих стилистических средств: перечисление, асиндетон, полисиндетон, повтор, парантеза, инверсия, риторический вопрос.

Функциональная нагрузка **перечислительных рядов** заключается в усилении изобразительности, а также они способствуют смысловой компрессии и эмоциональной напряжённости: *She revives Little Women as a coming-of-age movie, a marriage comedy, a sibling-rivalry drama – and perhaps most interestingly of all, an auto fictional manifes to for writing your own life* (November 25, 2019).

It's the cleverest, most compelling and most moving thing I've seen in years (June 13, 2022).

If he could have spent some of the time afforded the plot machinations on interrogating more intensively the myths of the Old West, the colonial impulse, the difference between retribution and justice and the other questions his western raises the ambition that is everywhere in it would have been even more gloriously realized (November 10, 2022).

Использование такого стилистического средства как перечисление предполагает задействование **полисиндетона** и **асиндетона**, потенциал которых зависит от количества компонентов:

Harry learns how to play quidditch and he and his three pals are sorted into their various houses (October 28, 2021).

They encounter the formidable teaching staff, including Professors MacGonagall, Professor Quirell and Professor Snape and then meet the challenge of a deadly assault on Harry (October 30, 2021).

Twists, turns, explosions, old-fashioned fisticuffs, the deployment of outrages gadgetry from Acme's Deus Ex Machina range, torture scene, new locations (The Alps, London, all over the States, Paris, Iran) are parcelled out in one long, glorious stream (April 28, 2023).

Анализ рассматриваемых медиатекстов группы *TV-review* выявил единичные случаи **фонетического повтора** (аллитерация) с положительной коннотацией: *It's a fast, fierce, very funny, properly feminist and a fine way to open a show about a pair of gynaecologist sisters bent on revolutionizing maternity and women's health care* (April 21, 2023).

But in its second season, it feels more content to be its own thing — a fun, frothy farce about women in their 50s navigating their lives with even more clumsiness than they did when they were in their 30s (June 22, 2023).

Нами были выявлены также случаи лексического повтора (**анафора**):

She must enforce her own copyright prerogative. She must decide, having created a heroine so clearly based on herself, if a wedding is the only plausible ending to her story, which gives her a commercial bestseller and a materially comfortable life. (November 25, 2019).

Not a moment, not a drinks carton, not an in-flight entertainment system is wasted (June 28, 2023).

При помощи **парантетических внесений** авторы *TV-review* устанавливают более тесный контакт с целевой аудиторией, происходит диалогизация монологического медиадискурса. В приведенных ниже контекстах авторы транслируют свое отрицательное отношение к шоу открыто при помощи парантез: *Princess Rhaenyra now knows that her father has died (finally, after spending several episodes as essentially a gibbering skeleton) and she knows that she wasn't made queen* (October 24, 2022).

They will – and it's not my fault that there is no interesting way to put this – spend a week in a total darkness, performing challenges to earn rewards, chatting to camera in The Vault, mainly about the lack of light, while living and sleeping together and trying not to bump into furniture (April 16, 2023).

Одним из эффективных способов трансляции авторской оценки является **инверсия**, стилистическое значение которой проявляется в нарушении традиционного порядка слов, что способствует усилению смысловой и эмоциональной нагрузки выделенного члена предложения [Серебрякова 2021: 66]: *Overseeing the stupidity and boredom is Danny Dyer, who appears to be morphing into a strange blend of Ross Kemp and Ricky Gervais* (April 16, 2023).

On the colourfully retro, Paddington-ish cartoon of an English street where Aziraphale's bookstore stands, he and Crowley are obliged — for plotting purposes — to intervene as meek record-shop owner Maggie woos spiky coffee-shop proprietor Nina (July 28, 2023).

Таким образом, анализ *TV-Review* современного британского издания *The Guardian* показал, что стилистические способы выражения оценки (как положительной, так и отрицательной) разнообразны: эпитет, метафора, аллюзия, перечисление, повтор, парантеза, инверсия. Выбор оценочных высказываний обусловлен индивидуальной позицией автора и позволяют реализовывать основные функции *TV-Review*: информирование, оценка, воздействие и реклама.

Литература

1. Букина Т. Г. Средства создания оценки в рецензии (на примере рецензии на фильм *The green book*) // *Chronos*. 2020. № 11 (50). С. 40–42.
2. Гаранина Э. Ю. Оценочность в жанре кинокритики // *Вестник КемГУ*. 2013. № 2 (54). Т.2 С. 28–31.
3. Кожокару Т. И. Аналитическая схема в работе кинокритика. Евгений Гусятинский // *АРТИКУЛЬТ*. 2023. № 2 (50). С.75–89.
4. Серебрякова Е. В. Инверсия как средство выражения эмоций в немецкоязычном художественном тексте // *Актуальные проблемы германо-романской филологии и*

методики преподавания иностранных языков: Сборник научных статей. Коломна. 2021. С. 64–68.

5. *The Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com> (accessed: 28.06.2023).

