

В рамках данного исследования нам важно конкретизировать семантический аспект репрезентации концепта „die Hässlichkeit“/«уродство», т. е. конкретизировать семантические поля. Так, на основе анализа немецких сказок Братьев Гримм нами установлено, что при описании злодеев и отрицательных персонажей используется прежде всего описание внешнего несовершенства, а при описании внутреннего мира используются чаще всего лексемы *böse, neidisch, die böse Hexe, faul u boshaft*. Например: „Da hatte ihr *neidisches Herz* Ruhe, so gut ein *neidisches Herz* Ruhe haben kann“. Der Koch mußte sie in Salz kochen, und *das boshafte Weib* aß sie auf und meinte, sie hätte Schneewittchens Lunge und Leber gegessen“. „*Das böse Weib* aber, als es nach Haus gekommen war, ging vor den Spiegel und fragte: ...“.

Изучение фразеологии разных языков и их концептов способствует более глубокому пониманию менталитета, ценностей и культуры народов. В немецкой языковой культуре также можно найти способы репрезентации концепта „die Hässlichkeit“/«уродство» посредством пословиц и выражений как эксплицитно (20 %), так и имплицитно (80 %): *Der Lahme findet überall Krücken. Die Liebe ist blind. Alt genug und doch nicht klug. Das Gesicht verrät den Wicht*. Вышеизложенное доказывает, что в немецком языке преобладает имплицитная репрезентация концепта „die Hässlichkeit“/«уродство», а это выражение уродства, которое указывает на глупость, жадность, злость, лень и т. д.

В результате исследования немецкой языковой картины мира можно констатировать, что концепт „die Hässlichkeit“/«уродство» вербализует не только внешние, но и внутренние качества человека, при этом внешнее изображение всех отрицательных героев полностью совпадает с их внутренним несовершенством, а именно, злобой, ленью и завистью. Важно при этом отметить, что концепт „die Hässlichkeit“/«уродство» означает недостаток, порок, безобразие, патологию, извращение, убожество, болезненность, ненормальность, неприглядность, неэстетичность, неаппетитность, некрасивость, дефективность, безобразность, обезображенность, чудовище, уродливость, непривлекательность, аномалию, неполноценность, неестественность, несоответствие, неправильность, противоестественность, странность и т. д.

**Заключение.** Таким образом, исследование концептов на материале фразеологических единиц и текстов сказок может способствовать лучшему пониманию национально-культурной специфики языка в целом. При этом важно отметить, что любой концепт формируется в коллективном сознании в соответствии с общепринятыми моральными ценностями, а также традициями народа, сформировавшимися за многие века.

#### Список цитируемых источников

1. Концепт как лингвокультурное явление [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://elib.pnzgu.ru/files/eb/doc/1gDid8o7b7Eh.pdf> — Дата доступа: 20.01.2023.
2. Бабушкин, А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка / А. П. Бабушкин. — Воронеж : Изд.-во Воронеж. гос. ун-та, 1996. — 104 с.
3. Duden Das Bedeutungswörterbuch. — In 12 B. — B. 10. — 21 th. ed., bearbeit. — Mannheim ; Leipzig ; Wien ; Zürich : Dudenverlag, 1997. — 1103 S.
4. Электронный словарь синонимов Woxikon [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://synonyme.woxikon.de/synonyme/h%C3%A4sslich.php>. — Дата доступа: 15.05.2023.
5. Thesaurus und Synonyme des Substantivs Hässlichkeit [Elektronische Ressource]. — Zugriffsmodus: <https://www.verben.de/substantive/synonyme/Ha3sslichkeit.htm>. — Zugriffsdatum: 15.05.2023.

УДК 81.271.2

Д. С. Гамазова

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

Научный руководитель  
З. И. Корзун

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-СЕРВИСА QUIZLET В ОБУЧЕНИИ ПРОДУКТИВНОЙ ЛЕКСИКЕ

**Введение.** Современный период развития общества характеризуется влиянием компьютерных технологий, которые проникли во все сферы человеческой деятельности, обеспечили распространение информационных потоков в обществе, образуя глобальное информационное пространство. Неотъемлемой и важной частью этих процессов является компьютеризация образования, что предполагает использование информационно-коммуникационных технологий, которые рассматриваются как «совокупность методов, производственных процессов и программно-технических средств, интегрированных с целью сбора, обработки, хранения, распространения, отображения и использования информации в интересах ее пользователей» [1, с. 3].

Данное исследование направлено на разработку комплекса упражнений на основе использования Интернет-сервиса Quizlet как одного из средств обучения продуктивной лексике учащихся и определение его эффективности. Его актуальность заключается в необходимости разработки методических аспектов, опреде-

ления особенностей и результативности использования интернет-сервиса Quizlet как одного из средств обучения продуктивной лексике учащихся второй ступени общего среднего образования.

**Основная часть.** Как известно, лексика — это основной строительный материал нашей речи, её содержательная сторона. Как отмечает А. М. Арсеньев, владение лексикой является важной предпосылкой развития речевых умений. Мы учим слова не для того, чтобы знать их, а для того, чтобы осуществлять общение с использованием усвоенных лексических единиц. Поэтому обучение лексической стороне речи не только является целью обучения, но и выступает средством обучения всем видам речевой деятельности: будь то устная речь (аудирование, говорение) или письменная (чтение, письмо), в основе каждой — слово» [2, с. 158].

Онлайн-сервис Quizlet может быть использован на этапе ознакомления с новыми лексическими единицами. С точки зрения Е. Н. Соловова, существует два возможных пути ознакомления с новой лексикой — беспередовая семантизация слов и семантизация лексических единиц с помощью перевода. Первый способ предполагает использование наглядности (изобразительной, контекстуальной, с помощью действий), синонимов и антонимов, языковой догадки и т. д. Преимуществами данного способа выступают его быстрота, возможность легко запоминать слова, возникновение разнообразных ассоциаций у обучающегося. К негативным аспектам можно отнести неточность в интерпретации значения слова: значение может быть сужено, расширено, изменено исходное значение лексической единицы. Второй способ предполагает наличие перевода лексических единиц, использование двуязычных бумажных или электронных словарей, что, в свою очередь, гарантирует точность и быстроту понимания значения слова, однако такой путь не позволяет развивать контекстуальную догадку и мышление учащихся [3, с. 89—93]. Онлайн-сервис Quizlet предоставляет возможность выбрать из этих двух способов семантизации лексических единиц наиболее оптимальный: ресурс позволяет семантизировать слово с помощью картинки, синонимов или антонимов, дефиниций и перевода с предоставлением звукового ряда.

При обучении продуктивной лексике на платформе Quizlet возможны такие виды работы, как упражнения на заполнение пропусков, упражнения в виде кроссвордов, упражнения в виде игры на составление предложений или перевода слов, где предусмотрены задания в виде режимов «Карточки», «Заучивание», «Письмо» и «Правописание», «Тестирование». Особенностью данной платформы выступает то, что кроме карточек вида «термин-перевод», «термин-картинка», «термин-определение» можно составить «термин-синоним»; «термин-антоним», «фраза/идиома частями», «словообразование», «термин — несколько словосочетаний с пропусками», чтобы обучающиеся сами выбрали недостающее в пропуске слово, «термин — несколько предложений с пропусками».

Одной из задач данного исследования выступает разработка комплекса упражнений по формированию речевых лексических навыков с использованием интернет-сервиса Quizlet, его апробации и определение эффективности на основе эксперимента. На *формирующем этапе* эксперимента разработанный комплекс упражнений по обучению лексике с использованием интернет-сервиса Quizlet был внедрен в учебно-образовательный процесс на базе ГУО «Средняя школа № 14 г. Барановичи» при изучении темы-проблемы „Deutschland und Belarus“. В качестве испытуемых выступили 12 учащихся 6 В/Г класса.

Следует отметить, что содержанием разработанного нами комплекса упражнений выступили задания в соответствии со стадиями формирования речевых лексических навыков как тренировочного, так и игрового характера. С одной стороны, упражнения были направлены на усвоение учащимися значения и формы (графической, фонетической и грамматической) лексических единиц, с другой стороны, были предложены упражнения на поиск соответствий смежных понятий в родном и иностранном языках, например: *Klickt auf die Kärtchen, um die Übersetzung zu erfahren. Wählt die richtige Variante der Übersetzung aus. Bestimmt, ob die Übersetzung korrekt ist. Schreibt die Übersetzung des Wortes auf. Ordnet die Wörter den Definitionen zu.*

Важно при этом отметить, что в интернет-сервисе Quizlet предусмотрены различные режимы выполнения заданий, в частности, как индивидуальная, так групповая формы работы, когда сам учащийся может выбрать участников группы, например: *Wählt aus, wie das Spiel organisiert wird.*

Для определения эффективности разработанного комплекса упражнений с использованием интернет-сервиса Quizlet на уроках немецкого языка на *контрольном этапе* эксперимента нами было проведено анкетирование. Результаты анкетирования свидетельствуют о том, что обучение иноязычной лексике с использованием интернет-сервиса Quizlet вызвало положительный отклик у учащихся. Учащиеся отметили, что слышали о существовании вышеуказанного сервиса, но на уроках иностранного языка им никогда не пользовались, однако хотели бы использовать данный сервис в первую очередь при организации самостоятельной работы. 62,5 % учащихся хотели бы узнавать новое, что говорит о том, что они достаточно мотивированы для самостоятельного использования сервиса. 75 % респондентов считают игры для запоминания материала функцией, которая способна оказать наибольшую помощь при усвоении материала. 87,5 % опрошенных отметили, что возможность самостоятельного создания карточек и тестов поможет лучше запоминать материал и повысить мотивационную готовность к изучению лексической составляющей иностранного языка.

**Заключение.** Таким образом, использование интернет-сервиса Quizlet позволяет не только обучать продуктивной лексике с учетом стадий формирования речевых лексических навыков, но и совершенствовать навыки самостоятельной работы учащихся при работе над лексической стороной иноязычной деятельности, реализовать на уроке иностранного языка принципы индивидуализации и дифференциации, так как каждый

учащийся может работать в индивидуальном режиме, а также разнообразить социальные формы работы на уроке (индивидуальную и групповую), осуществить самоконтроль уровня усвоения лексических единиц.

Следует отметить, что использование интернет-сервиса Quizlet в учебном процессе может быть более эффективным при внедрении режимов «Карточки», «Тест» и игр “Quizlet Live” и «Проверка». Учащиеся проявляют интерес к сервису, что может способствовать улучшению их учебных результатов.

#### Список цитируемых источников

1. Сулейманов, М. Д. Цифровая грамотность : учебник / М. Д. Сулейманов, Н. С. Бардыго. — М. : Креативная экономика, 2019. — 324 с.
2. Арсеньев, А. М. Педагогический словарь : в 2 т. / А. М. Арсеньев. — М. : Изд-во Академии педагогических наук, 1960. — Т. 2. — 774 с.
3. Соловова, Е. Н. Методика обучения иностранным языкам : базовый курс лекций : пособие для студентов пед. вузов и учителей / Е. Н. Соловова. — 4-е изд. — М. : Просвещение, 2006. — 239 с.

УДК 811

Я. С. Гананайко

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

Научный руководитель  
А. П. Мясоед

### ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ИМИДЖА СПОРТСМЕНА

**Введение.** Интерес к публицистическому дискурсу обусловлен социальной значимостью той коммуникативной сферы, которую репрезентует данный тип дискурса: во-первых, информирование массового адресата об общественно значимых проблемах и событиях, во-вторых, формирование социальной оценки этих проблем и событий, в-третьих, управление, манипуляция общественным мнением. В задачи публицистического дискурса входит создание имиджа, который имеет большое влияние на восприятие людьми медийной личности.

Имидж — сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа эмоционально-окрашенный образ кого-либо или чего-либо [1]. Другими словами, это образ человека, игра для зрителя, так называемая «маска», чтобы понравиться другим и показать себя с наилучшей стороны. Для создания имиджа используются различные средства языковой выразительности.

Цель исследования — выявление особенностей использования языковых средств для создания имиджа спортсмена на материале русско- и немецкоязычного публицистического дискурса). В ходе исследования использовались методы контекстуального, структурного и стилистического анализа.

**Основная часть.** Имидж — это коммуникативная роль с долгосрочной инициативой, маска, «надеваемая звездой» для завоевания популярности, привлечения внимания и поддержания интереса к своей личности [2]. Как показывают социальные и культурные практики, люди не вступают в контакт со «звездами», не знакомятся с ними в процессе повседневной жизни, а черпают информацию о них из других источников и имеют дело с образом «звезды», а не с реальным представлением уникальных характеристик данного человека. Это значит, что при создании публичного имиджа необходимо привлечь к себе внимание, произвести хорошее впечатление, сделать себя понятным, завоевать доверие и авторитет, запомниться и стимулировать желаемое поведение. Существует целый ряд приемов для достижения данных целей. Мы попытались рассмотреть процесс создания имиджа с помощью языковых средств выразительности на материале русскоязычных и немецкоязычных СМИ. База данных в количестве 158 единиц (по 79 для русского и немецкого языков) была получена в результате выборки из русскоязычных и немецкоязычных интернет-ресурсов (СМИ).

Создание имиджа спортсмена в немецкоязычном и русскоязычном публицистическом дискурсе имеет свои особенности, но было выявлено, что в обоих языках для создания имиджа спортсмена активно используются тропы (эпитеты, метонимии, метафоры) и фразеологизмы.

Самыми частотными в обоих языках являются **эпитеты**, 38 % для русскоязычного дискурса 51 % для немецкоязычного. Это легко объясняется их функциями: конкретизировать описание, дополняя создаваемую воображением читателя картину новыми деталями, и усиливать эмоциональный эффект, создаваемый текстом. Например:

*Алькарас **потрясающий**, он здорово играет, хорошо выглядит, он полноценная суперзвезда тенниса; Все эти футболисты **потрясающие**; Идеальный капитан; ПСЖ не станет таким же великим, как Месси;*