

многие языковые школы предоставляют тесты и экзамены для оценки настоящего уровня знаний. Сертификаты, полученные после успешного завершения курса, могут подтвердить компетентность в изученном языке; изучение иностранного языка требует постоянной практики. Языковые школы предоставляют всевозможными способами для общения с носителями языка и погружения в языковую среду.

Языковые школы также дают повышение в сфере языковой компетентности, даже специалистам в области преподавания иностранных языков: во-первых, развитие навыков и знаний приводит к повышению квалификации и, как следствие, к карьерному росту; во-вторых, в процессе обучения специалист становится более компетентным и способным выполнять свои задачи более эффективно; в-третьих, в процессе обучения открываются новые возможности для себя. Это могут быть новые проекты, бизнес-возможности.

Для того, чтобы проще было выбрать языковую школу, следует обращать внимание на многие факторы, в том числе на рекламу школы. В современном мире реклама играет огромную роль, и во многих случаях качественная реклама гарантирует успешное продвижение того, или иного продукта. Неотъемлемой частью рекламы, в особенности рекламы образовательных услуг, является слоган.

Рекламный слоган — это фраза, которая включает в себе главную информацию о предложении компании. Слоган представляет собой короткое рекламное сообщение, которое обычно состоит всего из нескольких слов. Такая фраза должна быть яркой, броской, цепляющей, хорошо запоминающейся. Обычно слоган произносится или пишется в самом конце рекламного сообщения и резюмирует сказанное ранее.

Языковые школы также имеют свои говорящие слоганы, благодаря которым и можно сделать для себя вывод о том, какая школа подойдет тому, или иному человеку.

Заключение. Языковые школы в Беларуси играют важную роль в содействии изучению иностранных языков. Они предоставляют обучающимся доступ к качественным образовательным ресурсам, способствуют совершенствованию умений, необходимых для успешной коммуникации в многоязычном мире. Независимо от целей — будь то улучшение рабочих перспектив, путешествия или культурное обогащение — изучение иностранных языков через языковые школы открывает двери к бесконечным возможностям.

Список цитируемых источников

1. *Обдалова, О. А.* Иноязычное образование в XXI веке в контексте социокультурных и педагогических инноваций [Электронный ресурс] / О. А. Обдалова. — Режим доступа: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000512051>. — Дата доступа: 08.10.2023.
2. *Бессонова, Л. А.* Языковая компетентность будущего специалиста как показатель качества современного образования [Электронный ресурс] / Л. А. Бессонова, Н. В. Кунцевич. — Режим доступа: <https://core.ac.uk/display/38523437>. — Дата доступа: 08.10.2023.
3. Методика формирования языковой компетенции на иностранном языке [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Дальневосточный федеральный университет, Школа педагогики; авт.-сост. Т. И. Скрипникова. — Электрон. дан. — Владивосток : Дальневосточный федеральный университет, 2018. — Режим доступа: <http://uss.dvfu.ru/>. — Дата доступа: 08.10.2023.

УДК 811

Е. В. Козеко

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

*Научный руководитель
Е. В. Булатая*

СПЕЦИФИКА УПОТРЕБЛЕНИЯ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ГАЗЕТНОМ ДИСКУРСЕ

Введение. В настоящее время средства массовой информации являются неотъемлемой частью жизни людей. При этом одним из типов массмедийного дискурса выступает газетный дискурс, важность изучения которого обусловлена тем фактом, что из всего разнообразия видов средств массовой информации газеты — самый старый и мощнейший инструмент воздействия на общественное мнение.

В газете есть несколько способов донесения информации, однако основным считается текст. В семиотике текст означает последовательность любых знаков для коммуникации. В языкознании это определение сужается до последовательности вербальных знаков. В свою очередь, психолингвистика рассматривает текст как способ отражения действительности, использующий язык [1].

По мнению М. М. Бахтина, «газетный дискурс характеризуется как особый род социальной деятельности, основной функцией которого является распространение знаний, идей, художественных ценностей и иной информации в целях формирования определенных взглядов, представлений и эмоциональных состояний, а через них оказание влияния и на поведение людей» [2, с. 345].

Исследователь С. В. Бекетова отмечает важность речевой коммуникации в газетном дискурсе и утверждает, что газеты направлены на широкую публику и служат коммуникативным инструментом

между людьми разных социальных ролей, вероисповеданий, рас и др. Кроме того, С. В. Бекетова затрагивает оценочный аспект как один из главнейших составляющих газетного дискурса и говорит о том, что любой текст и информация, содержащаяся в тексте, всегда подвергается оценке. Автор статьи упоминает также о лингвистической специфике газетных публикаций и выделяет ряд характерных для газет черт: связанность между предложениями, структура тематики, схематическая организация текста и ряд риторических и стилистических особенностей. Газетный дискурс — «это система взаимосвязанных, взаимозависимых и взаимообусловленных языковых элементов, направленных на выполнение определенной цели — донести информацию для читателя в наиболее доступном виде» [3, с. 4].

Цель данного исследования состоит в установлении основных видов прецедентных имен собственных и специфики их функционирования в англоязычном газетном дискурсе.

Материалом для исследования послужили 100 контекстов, отобранных методом сплошной выборки из электронных изданий англоязычных газет “USA Today”, “Daily News”, “The New York Times”, “The Wall Street Journal” и содержащих прецедентные имена собственные.

Основная часть. В результате проведенного исследования было выявлено, что употребление прецедентных имен в газетах основывается на последних и актуальных новостях. Несмотря на актуальность или популярность тех или иных прецедентных имен, не каждый читатель способен понять, о ком или, о чем идет речь без контекста. Например, антропоним *D'Angelo Russel* (*ДиАнджело Рассл*) ничего не значит для широкого круга читателей, поэтому для понимания смысла текста аудиторией необходимо присутствие уточняющего контекста: “Lakers guard *D'Angelo Russel* dribbles past *Toronto Raptors* guard *Gary Trent Jr.* During the first half on Friday night at Crypto.com Arena. Russel had team-high 28 points and nine assists, leading the *Lakers* to a 122-112 win in his return to the lineup” [4]. Таким образом можно лишь строить предположения о роде деятельности человека или, чем он знаменит, что в итоге приводит к заблуждениям.

Так, в следующем отрывке также нельзя с точностью понять, о ком идет речь, однако возникает предположение о его принадлежности к «бьюти-индустрии», что, однако, абсолютно неверно. Ср.: “Curry’s beauty transformation began with a dark brown bob that flipped at chin-level for a ‘It’s cute moment,’ she says. Next, an emerald and gold lid outlined in bold black liner complemented her light green, almond-shaped eyes” [5].

В то же время прецедентные антропонимы, не требуют никакого уточняющего контекста, поскольку предполагается, что они известны широкому кругу людей. Это показано, в частности, в тех случаях, когда антропоним вводится в текст без пояснений и когда на основании самого текста невозможно установить, кому принадлежит данное имя: “Tiger Woods’ personal life is back in the headlines in a negative way” [6]. В данном контексте не уточняется, кто такой *Tiger Woods*, так как предполагается, что он достаточно хорошо известен читателю в качестве гольфиста. Подобным примером может послужить и следующее предложение: “Beyoncé Goes ‘Sun-Washed Blonde’ for Her Renaissance Tour” [5]. Очевидно, что антропоним, упоминаемый в отрывке, широко известен публике.

Наряду с антропонимами в газетных статьях встречаются также прецедентные хрематонимы, т. е. собственные имена предметов материальной культуры: оружия, картин, музыкальных произведений и инструментов, фильмов, литературных произведений и т. п. Например, “Chicago tourists can go underneath *Marilyn Monroe’s skirt*. A giant statue of the legendary sex bomb in that famous *Seven Year Itch* skirt-blown-up moment was unveiled along Chicago’s *Magnificent Mile* today, and tourists already are hot and bothered, and bewitched” [4]. В данном примере идет речь о фильме *The Seven Year Itch*. Он известен благодаря сцене, когда поток воздуха из вентиляционной шахты метро поднимает юбку его героини Мэрилин Монро. Эта сцена часто копируется другими знаменитостями и не только. Кроме того, в честь данной сцены создали гигантскую статую Мэрилин Монро с развевающейся юбкой. Таким образом, можно сказать, что вышеупомянутый прецедентный хрематоним стал основой создания прецедентной ситуации.

Заключение. Таким образом, наиболее частотным упоминаемым ономастическим пластом в проанализированных газетных статьях выступают антропонимы и топонимы, гораздо реже встречаются хрематонимы. Самыми популярными прецедентными именами собственными в англоязычном газетном дискурсе являются те, которые связаны с широко известными личностями и событиями. В основном к таким личностям в газетном дискурсе можно отнести политиков, актеров, спортсменов, певцов и писателей. Из специфики употребления прецедентных имен в англоязычном газетном дискурсе можно выделить упоминание не только исключительно политиков в политическом сегменте или актеров в сегменте музыки, но и перекликивание сегментов между собой. Очень важным является тот факт, что наиболее употребляемыми прецедентными именами собственными являются в основном актуальные на данный момент прецедентные имена. Однако следует заметить, что в электронных газетах употребляются и «несовременные» прецедентные имена собственные, хотя частотность их упоминания невелика.

Список цитируемых источников

1. Леонтьев, А. А. К психологии речевого воздействия / А. А. Леонтьев // Материалы IV всесоюзного симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации. — М., 1972. — 264 с.
2. Бахтин, М. М. Проблема текста в лингвистике / М. М. Бахтин // Вестник Московского университета. Сер. 7. — 1991. — № 1. — 430 с.

3. Бекетова, С. В. Специфика газетного дискурса / С. В. Бекетова // Университетские чтения. — 2010. — Пятигорск : ПГЛУ, 2010. — С. 97—100.

4. Dangelo Russel's impressive return helps Lakers beat Reptors [Electronic resource] // The Daily News. — Mode of access: <https://www.dailynews.com/2023/03/10/dangelo-russells-impressive-return-helps-lakers-beat-raptors/>. — Date of access: 10.03.2023.

5. Vogue [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.vogue.com/article/erykah-badu-puma-curry-met-gala-2023-getting-ready>. — Date of access: 12.05.2023.

6. What we know about the latest lawsuit against Tiger Woods' ex-girlfriend [Electronic resource] // The USA Today. — Mode of access: <https://www.usatoday.com/videos/sports/golf/sportspulse/2023/03/10/what-we-know-latest-lawsuit-against-tiger-woods-ex-girlfriend/11447266002/>. — Date of access: 12.03.2023.

УДК 81'374.3

А. С. Лагуа

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

Научный руководитель
И. Г. Цеханович

МОДЕЛИ ОПИСАНИЯ СЕМАНТИКИ АРТЕФАКТОВ В ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Введение. Центральной проблемой одноязычной лексикографии на протяжении многовековой истории её существования является адекватное описание семантики различных пластов лексики, среди которых особое положение занимают наименования рукотворных объектов действительности, именуемых артефактами, которые играют важную роль в повседневной жизни человека, а их названия широко используются в различных областях, таких как наука, техника, медицина и т. д. Особая сложность описания семантики данных имён заключается в полипризнаковости самих классов денотатов, поименованных данными единицами. Иными словами, описание лексического значения может осуществляться по целому ряду траекторий, связанных с различными характеристиками объектов номинации: функциональной, перцептивной, внутреннему устройству, наличию составных частей и т. д. Разработка модели описания лексического значения по данным авторитетных лексикографических источников, в основе которой лежит принцип повторяемости и частотности того или иного типа информации, может способствовать выявлению наиболее релевантных признаков в семантике данных субстантивов.

Основная часть. Методика селекции фактического материала для настоящего исследования заключалась в следующем: нами были отобраны слова категории «Артефакты» из 1000 наиболее частотных слов по данным «Corpus of contemporary American English» [1], которые мы затем распределили по тематическим объединениям. Каждая группа состоит из нескольких слов (таблица 1).

Т а б л и ц а 1 — Тематические группы и слова

Тематические группы	Слова
1. Письменные материалы и документы	<i>Book, Newspaper, Magazine.</i>
2. Посуда	<i>Bottle, Cup, Plate, Bowl, Glass.</i>
3. Техника и электроника (устройства)	<i>Radio, Television, Machine, Computer, Phone, Camera.</i>
4. Объекты мебели	<i>Chair, Bed, Table, Desk, Chest, Wardrobe, Shelf, Sofa.</i>
5. Виды транспорта	<i>Car, Plane, Train, Bus, Ship, Motorbike, Bicycle.</i>
6. Одежда и обувь	<i>Dress, Shirt, Shoe, Cap, Suit.</i>

Следующим этапом работы стал отбор дефиниций, отражающих основное значение исследуемых лексем, из авторитетных англоязычных толковых словарей [2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9].

Анализ материала показал, что при описании значения лексем, вошедших в тематическую группу «Письменные материалы и документы» лексикографы используют 7 типов признаков. Категориальная принадлежность (100 %, напр., *magazine — a thin book* ‘журнал — тонкая книга’), перцептивный (70,8 %, напр., *book — a set of printed pages* ‘книга — набор печатных страниц’) и содержательный (*contains news, articles — ‘содержит новости, статьи’*) признаки являются наиболее частотными при описании артефактов данной группы, так как они позволяют определить тип и форму документа. Категориальная принадлежность также позволяет классифицировать документы по различным критериям. Перцептивный признак, в свою очередь, описывает визуальные и тактильные характеристики документа, что также является важным для его восприятия. Содержательный признак описывает дополнительные компоненты документов, что дает возможность быстро понять, что входит в его состав. Остальные признаки, такие как, функциональный и временной,