

В ходе исследования интеграции мобильных технологий в процессе обучения английскому языку была доказана их эффективность для формирования и развития иноязычной профессиональной коммуникативной компетенции. Этому способствовали использование мультимедийного формата для обучения, разработка интерактивных заданий, обеспечение быстрой онлайн обратной связи и внедрение мобильных тестов для оценки знаний. Исследование также выявило, что при выборе мобильных приложений для интеграции в учебный процесс наиболее важными критериями являются доступность, интерактивность, мультимедийность и конфиденциальность.

Интеграция мобильных технологий в процесс обучения иностранным языкам стимулирует мотивацию у студентов цифрового поколения Z, которые характеризуются быстрым, интуитивным и разнообразным мышлением. Микрообучение, визуализация и геймификация через мобильные устройства значительно повышают эффективность обучения, заинтересовывая студентов и вовлекая их в процесс [2].

В период пандемии и после нее наблюдается активное внедрение мобильных технологий в процесс обучения английскому языку студентов филологических факультетов. Мобильные приложения, такие как Quizlet и Kahoot, используются для автоматизации и контроля усвоения грамматических и лексических навыков. Студенты выполняют задания из базы данных и создают собственные упражнения. Теоретические материалы и упражнения в pdf формате загружаются на мобильные устройства для самостоятельного изучения грамматики. Оценка уровня владения грамматикой проводится онлайн.

Для взаимодействия с учащимися используются мобильные чаты в приложениях-мессенджерах Viber и Telegram, а также мобильная электронная почта. Студенты получают учебные материалы, загружают выполненные задания и результаты проектов через эти каналы как индивидуально, так и в групповом формате. Также предоставляют друг другу презентации по дискуссионным темам.

Непрерывный доступ к видео- и аудиоконтенту на YouTube с мобильных устройств способствовал развитию навыков аудирования, а создание собственных видеозаписей по заданным темам помогало совершенствовать умения говорения и эффективно управлять процессом обучения.

**Заключение.** Опыт интеграции мобильных технологий в обучение иностранным языкам подтверждает мнение исследователей о том, что мобильное обучение становится ключевым направлением в образовании и обещает значительные изменения в самом процессе обучения.

1.Рябкова, В. В. Интеграция мобильных технологий в процесс обучения взрослых бизнес-английскому (Уровни А1–В2): автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02 / В. В. Рябкова; Рос.ун-т дружбы народов. – М., 2020. – 20 с.

2. Борщ, Д. С. Применение мобильного обучения в современном образовании / Д. С. Борщ, С. А. Прохожий // Инновационные формы и практический опыт физического воспитания детей и учащейся молодежи : сб. науч. статей [по материалам науч.-практ. конф., Витебск, 27 ноября 2020 г.]. – Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2020. – С. 93-96. – Библиогр.: с. 96 (5 назв.). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/26137>– Дата доступа: 13.03.2024

## **МУЖСКИЕ АНТРОПОНИМЫ КАК РЕПРЕЗЕНТАНТЫ ГЕНДЕРНОСТИ В ПРАГМАТОНИМИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

*Елисеенко Ю.В.,*

*студентка 4 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь*  
Научный руководитель – Генкин В.М., канд. филол. наук, доцент

Поскольку гендерность в том или ином проявлении охватывает большинство сфер человеческой деятельности и является мировоззренческой основой ее разнообразных форм, то высокий интерес к гендерным исследованиям вполне естественен и закономерен. Проблемы гендерности занимают представителей многих научных дисциплин,

в числе которых важное место занимает ономастика, так как имя собственное априори связано с гендерностью, находящей проявление не только на очевидном уровне антропонимикона, но и в других разрядах онимов, в частности в топонимии, где, как отмечает В.М. Генкин, «выявление гендерной составляющей возможно лишь при условии, что топоним явно или на имплицитном уровне несет в себе информацию о человеке» [1, с. 60]. Данное наблюдение вполне применимо и для прагматонимии, которая часто создается с опорой на другие типы имен собственных, в первую очередь антропонимы. При этом нужно отметить, что прагматонимия имеет, в сравнении с той же топонимией, гораздо больше возможностей презентации гендерности, хотя, как показывает, в том числе, и наш материал, прямое использование имени человека было и остается одним из приоритетных элементов, служащих основой для создания коммерческих названий и брендов. Все это и обусловило наш интерес к антропонимам как мотивирующим основам белорусских прагматонимов.

Цель данной работы – выявление гендерной репрезентации через использование мужских антропонимов

**Материал и методы.** Исследование построено на материале современной прагматонимии Республики Беларусь. Среди собранных названий было выделено 35 прагматонимов, которые используются для именованя торговых объектов, предприятий сферы общественного питания и обслуживания населения.

В работе использовались следующие методы: семантический и этимологический анализ, описательно-аналитический, элементы количественных подсчетов.

**Результаты и их обсуждение.** Прагматоним – разряд онимов, в котором «объединены различные категории имен собственных, имеющие денотаты в прагматической сфере деятельности человека, связанные с практической, предметной областью» [2, с. 110]. Прагматонимы являются единицами «рекламного» языка, выполняют ряд функций: дифференцирующую, информативную, охранную, гарантийную и психологическую. Поэтому при создании бренда, названия торгового объекта, учреждения сферы обслуживания номинаторы должны учитывать все вышеперечисленные функциональные особенности прагматонимов, которые в итоге должны оказаться не только привлекательными и информативными для потенциального потребителя, но и, что еще более важно, действенными.

Частично указанные задачи могут быть решены за счет прямого использования или «обыгрывания» в прагматониме имени собственного. Будучи гендерно маркированным, антропоним позволяет подчеркнуть определенные черты именуемого объекта, в частности указать на потенциального адресата. Анализ показывает, что, выбирая антропонимы для коммерческих названий, номинаторы отдают предпочтение женским именам. Мужские антропонимы используются значительно реже.

Из 35 рассмотренных названий 33 представляют собой русскоязычные варианты мужских антропонимов, 2 оформлены средствами латиницы («*Serge*», «*Spartak*»), белорусскоязычные прагматонимы этого типа не выявлены.

Классификация прагматонимов в исследовательских работах осуществляется на основе разных принципов и подходов. Так как прагматоним представляет собой разряд имен собственных, для его характеристики могут быть использованы общеономастические классификации. Для нашего исследования оказалась эффективной классификация принципов номинации, использованная А.М. Мезенко в работе «Урбанонимия Беларуси». Согласно этой классификации, выделяются четыре основных принципа номинации объектов: 1) по отношению к другому значимому объекту; 2) по его связи с человеком; 3) по присущим ему свойствам и качествам; 4) по связи с абстрактным понятием [3, с. 23].

Естественно, что антропонимы в составе прагматонимов, в первую очередь, отражают принцип номинации по связи объекта с человеком. Здесь могут быть использованы

имена владельцев тех или иных заведений, их близких людей и т.д. Кроме того, мужское имя в ряде названий призвано символизировать идею мужественности, силы, смелости, т. е. качеств, традиционно присущих мужчинам. В составе прагматонимов обнаруживаются как полные («*Елисей*», «*У Василия*», «*У Клима*», «*У Сафрона*»), так и сокращенные или разговорные формы («*Алекс*», «*У Паши*», «*У Виталика*») мужских имен. В названии «*Василёнок*» мужское имя использовано опосредованно (через фамилию). Наряду с мужскими именами, являющимися традиционными для белорусов, в составе прагматонимов фиксируются также имена, воспринимаемые как чуждые или экзотические: «*Боб Марли*», «*Данияр*», «*Майкл 888*», «*Чарли*», «*Шаурма у Патрика*» и др.

В структурно-грамматическом плане основными являются три типа прагматонимов: 1) антропоним в составе прагматонима использован в форме именительного падежа единственного числа (такие названия образуются путем прямой трансонимизации): «*Елисей*», «*Данияр*» и др.; 2) название представляет собой предложно-падежную форму, включающую предлог *у* и имя в форме родительного падежа: «*У Василия*», «*У Клима*» и под.; 3) прагматоним представляет собой сложное слово, включающее мужской антропоним: «*Никитлайн*», «*Такси-Сергей*» и т.д.

Идея мужественности реализуется в прагматонимах через использование имен и фамилий людей, а также персонажей произведений искусства, которые ассоциируются с ней. Так, например, магазин мужской одежды «*Арамис*» назван в честь одного из мушкетёров – героев знаменитого романа А. Дюма. Выбор данного персонажа вполне оправдан: Арамис не только смел и отважен, как все мушкетеры, но еще и символизирует собой изящество. Аналогичную функцию в составе прагматонимов выполняют и имена военных деятелей. Одно из минских ателье имеет название «*Кутузовец*», отсылающее к фамилии известного русского полководца; кооператив «*Джон Кук*» назван в честь офицера, погибшего в схватке с французскими войсками во время Трафальгарского сражения 1805 года.

**Заключение.** Таким образом, в составе белорусских прагматонимов мужские имена встречаются значительно реже, чем женские. Использование мужских антропонимов в номинативном плане выполняет следующие функции: указывает на потенциального потребителя; отражает связь с именем владельца; подчеркивает идею мужественности, силы и смелости.

1. Генкин, В.М. Родовые и гендерные особенности ойконимии Витебщины / В.М. Генкин // Региональная ономастика: проблемы и перспективы исследования : сборник научных статей / сост. А.М. Мезенко [и др.] ; под науч. ред. А.М. Мезенко. – Витебск : ВГУ имени П.М. Машерова, 2022. – С. 57–61. URL: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/32380> (дата обращения: 17.03.2024).

2. Подольская, Н.В. Словарь русской ономастической терминологии / Н.В. Подольская; отв. ред. А.В. Суперанская. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Наука, 1988. – 192 с.

3. Мезенко, А. М. Урбанонимия Белоруссии / А.М. Мезенко. – Минск: Университетское, 1991. – 167 с.

## К ВОПРОСУ ИЗУЧЕНИЯ МОЛОДЕЖНОГО НЕМЕЦКОГО СЛЕНГА КАК СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ

*Заборова У.Д.,*

*курсант I курса Могилевского института Министерства внутренних дел*

*Республики Беларусь, г. Могилев, Республика Беларусь*

*Научный руководитель – Лаппо Е.Н., преподаватель*

Современное общество характеризуется многоязычием и поликультурностью контекстов, что подчеркивает актуальность и необходимость развития иноязычной коммуникативной компетенции.

Считаем целесообразно определять коммуникативную компетенцию как «способность и готовность к общению в соответствии с целями, сферами и ситуациями общения, готовность к речевому взаимодействию и взаимопониманию» [2, с. 27].