

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«УЛЬЯНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

Международная научно-практическая конференция
(Россия, г. Ульяновск, 20-21 января 2023 года)

Сборник научных трудов

Ульяновск
УлГТУ
2023

УДК 681.518(04)
ББК 32.96я43
С 56

Редакционная коллегия:

<i>Шарафутдинова Насима Саатовна</i>	ответственный редактор, доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой «Иностранные языки» Ульяновского государственного технического университета
<i>Соснина Екатерина Петровна</i>	кандидат технических наук, доцент кафедры «Прикладная лингвистика», декан Гуманитарного факультета Ульяновского государственного технического университета
<i>Корухова Людмила Владимировна</i>	кандидат филологических наук, доцент кафедры «Иностранные языки» Ульяновского государственного технического университета

С 56 **Современные технологии обучения иностранным языкам:** Международная научно-практическая конференция (Россия, г. Ульяновск, 20–21 января 2023 года) / отв. ред. Н.С. Шарафутдинова : сборник научных трудов [Электронный ресурс]. – Электронные данные. Ульяновск : УлГТУ, 2023. – 307 с.

ISBN 978-5-9795-2278-4

В сборнике представлены материалы Международной научно-практической конференции «Современные технологии обучения иностранным языкам», состоявшейся 20-21 января 2023 года в Ульяновском государственном техническом университете на кафедре иностранных языков.

В предлагаемом сборнике научных статей обсуждаются актуальные проблемы лингводидактики и методики преподавания иностранных языков, новые тенденции в исследовании языка, современные вопросы лингвострановедения, транслятологии, межкультурной коммуникации и терминоведения, а также электронные технологии в практике преподавателя-филолога.

Адресуется преподавателям иностранных языков, аспирантам, студентам и научным работникам языкового профиля.

Статьи печатаются в авторской редакции.

УДК 681.518(04)
ББК 32.96я43

ISBN 978-5-9795-2278-4

© Коллектив авторов, 2023
© Оформление. УлГТУ, 2023

MINISTRY OF SCIENCE AND EDUCATION OF THE RUSSIAN FEDERATION
Federal State-Funded Educational Institution of Higher Education
ULYANOVSK STATE TECHNICAL UNIVERSITY

MODERN TECHNOLOGIES OF TEACHING FOREIGN LANGUAGES

International Theoretical and Practical Conference
(Ulyanovsk, January 20-21, 2023)

Selected papers

Ulyanovsk
UISTU
2023

Editorial board:

*Sharafutdinova
Nasima*

Editor-in-chief, PhD, Dr. hab., Full Professor,
Head of the Department of Foreign Languages,
Ulyanovsk State Technical University

*Sosnina
Ekaterina*

PhD, Associate professor of the Department of Linguistics,
Head of the Humanitarian Department,
Ulyanovsk State Technical University

*Korukhova
Lyudmila*

PhD, Associate professor of the Department of Foreign
Languages, Ulyanovsk State Technical University

Modern Technologies of Teaching Foreign Languages. International
Theoretical and Practical Conference: selected papers / Editor-in-chief
N. Sharafutdinova. – Ulyanovsk: UISTU, 2023. – 307 p.

ISBN 978-5-9795-2278-4

The book contains the proceedings of *Modern Technologies of Teaching Foreign Languages* International Theoretical and Practical Conference held by the Department of Foreign Languages at Ulyanovsk State Technical University on 20-21 January, 2023.

Topical issues of linguodidactics and methods of teaching foreign languages, new tendencies in language research; up-to-date considerations of culture-oriented linguistics, translation science, intercultural communication and terminology as well as many other aspects of IT- technologies in teacher's practice are considered in the collected articles.

The material of this book is intended as a teaching aid. These papers can be useful for foreign language teachers, scientists and students studying languages.

The articles are published in author's edition.

ISBN 978-5-9795-2278-4

© Group of authors, 2023

© Design. UISTU, 2023

О.В. Ковзанович, старший преподаватель кафедры иностранных языков в сфере права, экономики и управления, Институт языка и литературы, Удмуртский государственный университет, г. Ижевск (Россия)

ПОВТОР КАК ПРИЕМ УБЕЖДАЮЩЕГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ДИСКУРСЕ ТОРГОВОЙ СДЕЛКИ

Аннотация. В статье анализируется повтор как прием убеждающего воздействия в реализации стратегии имиджевого позиционирования иностранных компаний. Выявлены вербальные элементы его потенциального воздействия в дискурсе торговой сделки на материале англоязычного электронного коммерческого письма.

Ключевые слова: коммерческий дискурс, стратегия имиджевого позиционирования, убеждающее воздействие, повтор.

O.V. Kovzanovich, Senior Lecturer at the Department of Foreign Languages in Law, Economics and Management, Institute of language and literature, Udmurt State University, Izhevsk (Russia)

REPETITION AS A PERSUASION AND MANIPULATION TOOL IN COMMERCIAL TRANSACTION DISCOURSE

Abstract. The article analyzes repetition as a method of persuasive influence in the implementation of the strategy of image positioning of foreign companies. The verbal elements of its potential impact in the commercial transaction discourse are identified on the material of the English-language electronic commercial letters.

Key words: commercial discourse, corporate positioning strategy, persuasive and manipulative impact, repetition.

В свете рассмотрения современной когнитивно-дискурсивной лингвистической парадигмы цель данного исследования заключается в изучении разновидовых повторов как языковых средств реализации различных коммуникативных интенций англоязычных коммерческих компаний на материале убеждающих текстов дискурса (международной) торговой сделки.

Материалом исследования послужили аутентичные электронные коммерческие письма, непосредственно разработанные и предоставленные южноафриканскими компаниями, занятыми в сфере торговли дизельным топливом, минеральными ресурсами и пр. С целью выявления особенностей применения повторов в текстах коммерческих писем были применены прагмалингвистический анализ, интент-анализ для изучения психологического содержания речевого материала с целью определения актуальных интенций речевых субъектов бизнес коммуникации, а также контекстологический и семный анализ для описания специфики

обнаруженных нами языковых средств, обеспечивающих реализацию дискурсивной стратегии имиджевого позиционирования, которой оперирует компания-индуктор при структурном и смысловом построении текста коммерческого письма.

Ценность работы состоит в том, что анализируется труднодоступный материал – внутренние документы южноафриканских компаний, которые впервые становятся объектом прагма- и психолингвистического анализа.

С позиций прагмалингвистического подхода предпринята попытка изучения условий, при которых бизнес партнеры используют языковые знаки. Поскольку конечная цель вербальной бизнес коммуникации заключается в достижении ментально-речевого воздействия на компанию-партнера, такими условиями использования лингвистических средств являются адекватность выбора и употребления языковых единиц в процессе заключения и совершения торговой сделки.

В данной работе эффективным инструментом критического исследования дискурса (международной) торговой сделки является критический дискурс-анализ Н. Фэйрклау, который в зарубежной лингвистике лежит в основе направления, известного как «критическое осознание языка» («critical language awareness»), а также критический жанровый анализ В.К. Бхатиа. При изучении коммерческого дискурса в ракурсе «дискурс как дискурсивная практика» рассматриваются его диалектические связи с другими дискурсами – корпоративным, юридическим, организационным, аргументативным и пр.

В результате предпринятого исследования определён прагматический потенциал и суггестивные возможности лексико-синтаксических повторов, реализующиеся в стратегии имиджевого позиционирования южноафриканских компаний. Принимая во внимание принятую в научной литературе типологию повторов по уровням языка (морфемные, лексические, синтаксические) [1, с. 309] и позиционную классификацию повторов [3, с. 46], можно утверждать, что в рамках коммерческого дискурса разновидности повторы являются эффективными языковыми средствами убеждающего воздействия в процессе заключения и совершения торговой сделки.

Примером анафоры (повтора начальных частей нескольких речевых единиц) может служить следующий фрагмент из коммерческого письма-предложения об экспортных поставках говядины в Китай и Таиланд:

«We confirm that we are writing this letter for and on behalf of our client and we are his legal representatives in his international trades for Beef exports to Thailand and China.

Kindly take note that our negotiations with China is currently for a 1000 Slaughtered Head of Cattle per week with the option to ramp it up to 2000 Units per week once our client is internationally operational.

Kindly take note that our client is already operational in South Africa under the Name of Wyndham Farms (pty) Ltd and currently negotiations are happening under this name».

Анадиплозис (стык, подхват) наблюдается в разъяснении операционных процедур поставки товара на условиях CIF (англ. *Cost, Insurance and Freight* – стоимость, страхование и фрахт), например:

«CIF procedures. Seller issues draft contract to **Buyer**. **Buyer** returns countersigned contract to Seller».

Для приведенного примера характерен и анафорически-кольцевой повтор, в котором одна и та же языковая единица появляется в начале речевого отрезка и она же завершает высказывание: «**Seller** issues draft contract to Buyer. Buyer returns countersigned contract to **Seller**».

В следующем фрагменте коммерческого письма инвестор заверяет в готовности к проведению торговой сделки с помощью эпифоры, повтора конечных частей речевых единиц «in place»:

«Investor mining additional info 30 june 2022

Water License is currently ***in place***.

Mining Contractor – two off takes LoI are currently ***in place***.

Social Labour plan is ***in place*** but just needs updating».

Сознательно используя позиционные типы повторов (анафора, эпифора и др.) как экспрессивное и эффективное средство в сочетании с невербальной графической составляющей для реализации убеждающего воздействия, компания-индуктор имплицитно вызывает у адресата необходимую для нее вербальную реакцию и действие. Речевое событие убеждения в акцентуации готовности к сделке купли-продажи, оформленное в качестве повторов, имеет общую дискурсивную направленность некоторого косвенного давления на компанию-адресата и удержания бизнес коммуникации в выгодном для компании-индуктора фокусе. Функции повторов, придающих динамику и ритм изложению, определяются их фиксированным местом в композиционно-структурной организации текста коммерческого письма и коммуникативной задачей. Речевые сообщения с повторами являются одним из синтаксических приемов убеждения в коммерческом дискурсе.

Рассмотрим фрагмент «проблемного» письма от южноафриканской топливной компании, в котором представлены уровневые типы повторов:

«Please note that we are experiencing **a severe national product shortage** in respect of petrol, with the supply of ULP 95 in particular being sporadic and unreliable. Diesel and IP, as it stands, ***is unaffected***. That may however change without warning. We reiterate that it is ***a national problem*** and ***does not just affect us***. In addition, the data suggests that there is an impending increase at the end of the month. We expect that the increase will only exacerbate the supply issues».

Несмотря на обострение энергетического кризиса в стране, компания описывает его в масштабах всей страны, ссылается на данные из авторитетного источника (*the data suggests*) и настоятельно призывает к реализации закупок в срочном порядке и осуществлению логистических операций с целью обеспечения резервного запаса топлива. Компания-поставщик со своей стороны берет на себя обязательство и приложит максимум усилий для осуществления заказов, что звучит весьма убедительно. Средствами реализации такой тактики информирования со стороны компании-поставщика и одновременно побуждения клиентов выполнить действие являются:

- лексический повтор слова «national» в определительных комплексах с повторяющимся прилагательным *national* в словосочетаниях «a severe national product shortage» и «a national problem» и т.п.;

- морфемный повтор, заключающийся в повторении корня и лексемы «affect» в выражениях *is unaffected, does not just affect us*;

- синтаксический повтор (синтаксический параллелизм), т.е. употребление одинаковых синтаксических конструкций по типу «We reiterate...» и «We expect...» в качестве главного предложения. В данных примерах использована одна и та же синтаксическая структура – сложноподчиненное предложение с придаточным изъяснительным.

Прием повторов используется в текстах речевоздействующего характера, так как подчеркивает важность идеи, освещаемой в абзаце или в тексте в целом, и побуждает к внимательному его прочтению. В данном фрагменте повтор концентрирует внимание на необходимых автору письма моментах речи, в данном случае на идее реально произошедших ухудшений на энергетическом рынке в масштабах всей страны. Повторы чаще всего свойственны разговорной речи, однако в данном контексте свидетельствует об эмоциональности пишущего и, соответственно, об искренности его обещаний от лица компании.

Данный пример демонстрирует также реализацию коммуникативной тактики «информационное развертывание». Можно предположить, что в случаях, когда индуктор не уверен в достаточности фоновых знаний реципиента, выравнивание прагматических пресуппозиций индуктора и адресата происходит путем использования тактики «информационное развертывание».

Данная тактика может реализовываться через объяснение, конкретизацию, обобщение, перефразирование, дополнение и экзemplификацию, что повышает доступность изложения и содействует построению убеждающего дискурса. Речевым показателем данной тактики часто служат такие метатекстовые маркеры, как в данном примере «as it stands», «in addition».

Индуктор дважды использует тактику информационного развертывания, т.е. сначала обобщает («Diesel and IP, as it stands, is unaffected»), а затем перефразирует (We reiterate that it is a national problem and does not just affect us»). В каждом из двух предложений излагаются одни и те же мысли, но с разной степенью убедительности.

Представляется, что автор ориентируется на адресата с информационной неосведомленностью, чтобы убедить его в необходимости принять решение о закупке топлива. Здесь мы видим стилистический прием семантического повтора.

Результаты работы могут быть использованы в области лингвистических исследований убеждающего речевого воздействия с позиций анализа категорий конвинсивности и персуазивности в коммерческом дискурсе, а также в профессиональной деятельности экономистов-менеджеров с целью повышения их дискурсивной иноязычной компетенции.

Данное исследование открывает дальнейшие перспективы в изучении убеждающего воздействия с позиции определения манипуляторной функции парных синонимов, инверсии, эллипсиса и других средств экспрессивного синтаксиса в коммерческом дискурсе [2, с. 113]. Анализ убеждающих текстов, а также разнообразия речевых ситуаций в процессе заключения и совершения торговой сделки, ее коммерческого результата и значимости в перспективе дальнейшего взаимовыгодного сотрудничества может быть использован в практических целях, в частности для выявления факторов, влияющих на степень эмоционального и рационального убеждения и эффективность бизнес коммуникации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Балахонская Л.В. Лингвистика речевого воздействия и манипулирования [Электронный ресурс] [Текст]: учебное пособие. – 2-е издание, стереотипное. – Москва: Издательство «ФЛИНТА», 2016. – 349 с.
2. Денисова А.К. Особенности лексико-синтаксического повтора в речи автора (на материале немецкоязычного художественного текста). // Вестник КГУ. – 2018. – № 1. – С. 112-115.
3. Москвин В.П. Методы и приемы лингвистического анализа [Электронный ресурс]: монография / В.П. Москвин. – 2-е изд., стер. – Москва: Флинта, 2015. – 220 с.

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	5
-------------------	---

ПЛЕНАРНЫЕ ДОКЛАДЫ

А.И. Фефилов СПОСОБЫ ВЕРБАЛЬНО-ЗНАКОВОЙ, СИМВОЛЬНОЙ И ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЙ ЭКСПЛИКАЦИИ МЫСЛИ	6
Л.А. Нефедова ГЕНДЕРНАЯ КОРРЕКТНОСТЬ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ: ВЫЗОВЫ В ПРЕПОДАВАНИИ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО	14
М.Р. Милуд СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕРМИНОЛОГИИ НЕФТЕГАЗОВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	23
Н. Гезайли ВОЗДЕЙСТВИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ТВОРЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ АЛЖИРСКИХ УЧАЩИХСЯ ПРИ ИЗУЧЕНИИ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО	28
Ш.Р. Басыров СТИЛИСТИЧЕСКИ МАРКИРОВАННЫЕ НАИМЕНОВАНИЯ НАЧАЛЬНИКА В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ	33
А.Г. Golodov ANTROPOLOGISCHE POLITISCHE WORTKREUZUNGEN IN DEN KRISENZEITEN	37

СЕКЦИОННЫЕ ДОКЛАДЫ

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЛИНГВОДИДАКТИКИ И МЕТОДИКИ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

Н.А. Егорова САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА МАГИСТРАНОВ НА ОСНОВЕ ИНТЕРПРЕТАЦИИ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ДИСКУРСА	46
Е.А. Зимина ФОРМИРОВАНИЕ РЕЧЕВЫХ МОНОЛОГИЧЕСКИХ УМЕНИЙ НА ОСНОВЕ АУТЕНТИЧНОГО ФАБУЛЬНОГО ТЕКСТА	50
Е.О. Туманова ЦИФРОВИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАНИЯ И ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ЗАБЛУЖДЕНИЕ: ПУТИ РЕШЕНИЯ	55

Г.Р. Бикулова СУЩЕСТВЕННЫЕ ВИДЫ ОБУЧЕНИЯ В ПРЕПОДАВАНИИ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА КАК ВТОРОГО ИНОСТРАННОГО В НЕЯЗЫКОВЫХ ВУЗАХ.....	62
И.А. Пуник ОБУЧЕНИЕ ЧТЕНИЮ ИНОЯЗЫЧНОГО НАУЧНОГО ТЕКСТА В КОНТЕКСТЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ	69
Л.В. Корухова, О.А. Докучаева ПРОБЛЕМНО-КОММУНИКАТИВНОЕ ОБУЧЕНИЕ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ.....	75
Н.Н. Старостина АМПЛИФИКАЦИЯ SOFT SKILLS СТУДЕНТОВ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ	79
Е.Ю. Кирейчук УЧЕБНЫЙ ГИПЕРТЕКСТ В ОБУЧЕНИИ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА	84
В.В. Решетникова МЕСТО И РОЛЬ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ТЕКСТОВ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ И БЫТОВОМ АНГЛОЯЗЫЧНОМ ОБЩЕНИИ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНИКОВ	92
Е.Е. Герасименко ДВА ПОДХОДА К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА И ГРАММАТИКИ.....	97
Т.А. Матросова ПОЭТАПНОЕ ВВЕДЕНИЕ ВИДОВ ЧТЕНИЯ В КУРСЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В ТЕХНИЧЕСКОМ ВУЗЕ	102
О.П. Пилюгина ПРОЕКТЫ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ	107
Ю.А. Сытник КАК МОТИВИРОВАТЬ СТУДЕНТОВ К ГОВОРЕНИЮ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ НА ЗАНЯТИЯХ.....	114
О.А. Шепурева ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБОЗНАЧЕНИЯ СВЕТОВЫХ ЭФФЕКТОВ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ В ЗИМНЕЕ ВРЕМЯ (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ СТАТЕЙ ПО СВЕТОДИЗАЙНУ).....	119
Чжоу Цзяннань ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ КИТАЙСКИХ СТУДЕНТОВ НА ЗАНЯТИЯХ ПО РКИ (НА ПРИМЕРЕ РУССКОЙ ГАСТРОНОМИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ).....	126

НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ИССЛЕДОВАНИИ ЯЗЫКА (ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ, МЕТОДЫ)

Н.С. Шарафутдинова

ПОСЛОВИЦЫ И ПОГОВОРКИ О РОДИНЕ В ГАЗЕТНОМ ДИСКУРСЕ:
ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ 130

Ю.А. Лобина, М.П. Прокопенкова

ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕР РЕНАРРАТИВА В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ 138

Е.И. Петрищева

ФУНКЦИОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СТИЛИСТИЧЕСКИ
МАРКИРОВАННЫХ НАИМЕНОВАНИЙ РОДСТВЕННИКОВ В АНГЛИЙСКОМ,
НЕМЕЦКОМ, РУССКОМ И УКРАИНСКОМ ЯЗЫКАХ 145

О.И. Уланович

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ЭМОЦИЙ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ: КОГНИТИВНЫЕ
МОДЕЛИ ЭМОТИВНЫХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ 154

И.В. Арзамасцева

ИЗВЛЕЧЕНИЕ ЛЕКСИЧЕСКИХ ОЦЕНОЧНЫХ ШАБЛОНОВ ИЗ ТЕКСТОВ
ОТЗЫВОВ НА РУССКОМ, АНГЛИЙСКОМ И НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКАХ ДЛЯ
РЕШЕНИЯ ЗАДАЧ СЕНТИМЕНТ-АНАЛИЗА 162

Е.А. Цыбина, В.Э. Черкасова

ДИНАМИКА ЛЕКСИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ
ЯЗЫКЕ С 2017 ПО 2021 ГОДЫ 170

О.В. Ковзанович

ПОВТОР КАК ПРИЕМ УБЕЖДАЮЩЕГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ДИСКУРСЕ
ТОРГОВОЙ СДЕЛКИ 178

Р.Р. Хусаинова

НЕПРОИЗВОДНЫЕ ЛЕКСИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ ТЕМАТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ
«НАИМЕНОВАНИЯ ЛИЦ» В ПАМЯТНИКАХ ПИСЬМЕННОСТИ КАЗАНСКОГО
КРАЯ XVI-XVII ВВ. 183

А.С. Макаренко

КОГИТОЛОГИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА ТЕКСТА МАЛОГО ЖАНРА (НА МАТЕРИАЛЕ
РАССКАЗА Э. ШТРИТТМАТТЕРА «SEPTEMBERMORGEN» («СЕНТЯБРЬСКОЕ
УТРО»)) 187

СОВРЕМЕННЫЕ ВОПРОСЫ ЛИНГВОСТРАНОВЕДЕНИЯ, ТРАНСЛЯТОЛОГИИ И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

D. Tsokaktsidu

ÜBERSETZUNG IM FREMDSPRACHENUNTERRICHT: EINE QUANTITATIVE
STUDIE 192

Т.П. Смирнова НЕМЕЦКАЯ ТРАНСКУЛЬТУРНАЯ ЛИТЕРАТУРА: ИННОВАТИВНЫЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ ПИСАТЕЛЕЙ-МИГРАНТОВ	203
Е.П. Соснина, А.Е. Кузнецова ПЕРЕДАЧА ИГРЫ СЛОВ ПРИ АУДИОВИЗУАЛЬНОМ ПЕРЕВОДЕ СИТКОМОВ С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК	207
А.С. Данилова, А.О. Ашанина РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА «РАСИЗМ» В РОМАНАХ ДЖ. К. РОУЛИНГ О ГАРРИ ПОТТЕРЕ.....	213
Е.В. Кузьмина ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КУЛЬТУРЫ ИНОЯЗЫЧНОГО ОБЩЕНИЯ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ.....	220
В.С. Зеленова ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ	224
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕРМИНА И ОТРАСЛЕВЫХ ТЕРМИНОЛОГИЙ	
Н.С. Шарафутдинова ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ: ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИЙ АСПЕКТ	230
D. Tsokaktsidu, N. Katsaounis FACHSPRACHENUNTERRICHT MEDIZIN: EINE QUANTITATIVE STUDIE ZU DEN MEINUNGEN UND BEDÜRFNISSEN VON LEHRKRÄFTEN.....	234
Н.Е. Петрова, Е.С. Сычёва ОСОБЕННОСТИ ИЗУЧЕНИЯ РУССКОЙ КОМПЬЮТЕРНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ СТУДЕНТАМИ ИЗ ВЬЕТНАМА	245
И.И. Жучкова, Н.А. Поджилкова ТЕЗАУРУСНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ АНГЛИЙСКОЙ АВИАЦИОННОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ.....	252
А.В. Румянцева, С.В. Черняк, Т.М. Гребень МЕТАФОРА КАК СТИЛИСТИЧЕСКИЙ ПРИЕМ	259
Ю.В. Жукова АНГЛИЙСКАЯ АББРЕВИАЦИЯ В НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ: ПОНЯТИЙНАЯ СФЕРА И ТИПЫ АББРЕВИАТУР.....	263
Ю.В. Жукова ОСНОВНЫЕ СПОСОБЫ ОБРАЗОВАНИЯ АНГЛИЙСКИХ ТЕРМИНОВ НЕФТЕГАЗОВОЙ ТЕМАТИКИ.....	270

Э.А. Ларнер
ТЕРМИНОЛОГИЯ КИНОИНДУСТРИИ: СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ (НА
МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО, АНГЛИЙСКОГО И НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКОВ)..... 279

ЭЛЕКТРОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Е.Г. Гришенкова
РЕАЛИЗАЦИЯ ЛИНГВОСТРАНОВЕДЧЕСКОГО ПОДХОДА В ПРОЦЕССЕ
ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ ЛИНГВИСТОВ..... 284

И.И. Любанец, И.Г. Копытич
КОМПЬЮТЕРНЫЕ ИГРЫ КАК СРЕДСТВО МОТИВАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ К
ИЗУЧЕНИЮ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА..... 290

Н.Ю. Рогова
ПРИМЕНЕНИЕ НОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБУЧЕНИИ
ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ 298