

«Скажите stop работе, отложите в сторону дела, позовите друзей и нажмите play!»

Not all the borrowed words and expressions retain their graphic appearance. The use of transliterated English expression “shopping-time” has become a very common occurrence in modern Russian language despite the fact that in Russian there is a rigorous equivalent of this phrase («время для покупок»):

«Кто-нибудь хочет обновочку от Арmani или Versace? Устроим себе шопинг-тайм».

The study has identified that the use of borrowings is more typical for Belarusian tourism slogans: 13 % of the Belarusian slogans elucidated and 11 % of British ones.

6. The use of colour-denoting words. Their use is very popular in various fields of advertising requiring a high level of persuasion, including tourism discourse. Colour-denoting words create an attractive image of the country and locality. The most commonly used words of this group in tourism discourse are the colours of natural phenomena and minerals. Most colour-denoting words are adjectives, but some of them are nouns: white- and black-sand beaches, the forest greenery, Emerald Isle, turquoise water etc.

In Belarusian tourism slogans words denoting colours and hues are more common: лазурный шик, белоснежный бастиона, золотистые лучи солнца, ковер из золота, красные маки, белоснежные венские улицы, лазурные волны Средиземного моря, чашечка ароматного чёрного кофе, страна блондинок и голубоглазых мужчин, etc.

The study has identified that in Belarusian slogans words denoting colours and hues are more likely to be found (17 %) than in British tourism slogans (11 % of the units researched).

Our research has shown that linguistic persuasive markers are to be revealed at every language level. As for the lexical level, the most typical means of persuasion for British slogans are the following: the use of metaphors (26 %), epithets (22 %), proper nouns denoting the names of geographical objects (18 % of the units studied). The most characteristic lexical means of persuasion found in Belarusian tourism slogans are metaphors (26 %) , numerous epithets (21 %) and words denoting colours (17 % of the units investigated).

Thus, it is to be concluded that the choice of the word in tourism discourse is significant because every component of a tourism slogan carries information that is vital for a potential client. Different connotations or shades of meaning combine the emotional, expressive, stylistic components of a word. Thus, the choice of the word doesn't only reflect the difference in emotions, positive and negative assessments, but also imposes a certain attitude on the content of the message, i.e. guide and control perception and understanding. Thereupon, linguistic means in tourism discourse turn out to be an instrument of manipulation. Persuasive lexical tools are aimed at the maximum efficiency of conveying information. Affecting the addressee they interact with one another to achieve the key objective: to inform potential clients of tour operators about the facilities provided and convince them to acquire these services.

References

1. Tourradar [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.tourradar.com>. – Date of access: 20.03.2020.
2. Хэппи турс [Electronic resource]. – Mode of access: <https://turobzor.com>. – Date of access: 20.03.2020.
3. Dream Tours [Electronic resource]. – Mode of access: <https://dreamtours.by>. – Date of access: 20.03.2020.

УДК 378:811.111

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОЯЗЫЧНОМУ ПРОИЗНОШЕНИЮ

Сивицкая С.И., ст. преп.

*Витебский государственный университет им. П.М. Машерова,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрены основные критерии отбора интернет-ресурсов для обучения иноязычному произношению. Отмечаются наиболее важные факторы, определяющие эффективность работы с интернет-источниками при работе над

произносительными навыками.

Ключевые слова: интернет-ресурсы, критерии отбора, модель произношения, надежность, обратная связь.

В настоящее время компьютерные технологии и интернет-ресурсы занимают значительную часть в обучении иностранным языкам. Новые технологии успешно используются при обучении грамматике, говорению и произношению, однако в разном соотношении. Перед преподавателем стоит важная задача в выборе наиболее эффективного ресурса, который позволит успешно достигнуть цели и задачи обучения.

Основными критериями оценки интернет-ресурсов для преподавателей являются следующие:

- языковая сложность материала: содержатся ли в выбранном интернет-ресурсе слова, выражения, грамматические конструкции, которые могут вызвать трудности у студентов;
- культурная сложность материала: присутствует ли в интернет-ресурсе ссылки или упоминание о культурных и исторических фактах, социальных явлениях, незнание которых может повлиять на понимание смысла;
- источник информации: кто автор сайта, доверяете ли Вы этому источнику;
- надежность информации: на чем основаны выводы или основные аргументы автора сайта, содержатся ли на сайте ссылки на другие источники;
- актуальность информации: когда была размещена информация на сайте, является ли она современной или устаревшей;
- культуросообразность информации: является ли размещенная на сайте информация необходимой для конкретной группы учащихся;
- объективность информации: объективные ли материалы сайта, отражают ли они позицию одной из сторон или способствуют формированию целостного плюралистического взгляда на реальность [1, с. 25].

При выборе интернет-ресурсов для обучения произношению необходимо учитывать ряд факторов, которые важны для оптимизации процесса обучения:

1. Наличие модели произношения: студенты должны слышать образцы произнесения как отдельных звуков и слов, так и более длительных образцов связной речи. В качестве образцов могут выступать аудиозаписи, наглядный материал, видеозаписи. Перед употреблением данных ресурсов в работе преподавателю необходимо проверить, содержат ли источники звуки и интонационные модели, которые необходимо практиковать, соответствует ли произношение говорящего стандартам. Если обучение происходит на примере видео, важно учитывать, будет ли понятно содержание фрагмента студентам, уместна ли тема видеотрекка в образовательных целях. Полезным дополнением является наличие скрипта видеотрекка и возможность проигрывания на более низкой скорости.

2. Возможность записи произносимых студентами фрагментов: студенты могут прослушать свои записи, самостоятельно проанализировать материал. Данный вид деятельности можно комбинировать с проектным, соединив изображение и звукозапись студента.

3. Функция сбора записей студентов преподавателем, предоставление комментариев к полученному материалу. Данный фактор является важным для получения обратной связи, исправления ошибок, оценки деятельности студента.

4. Предоставление значительного количества упражнений для самостоятельной работы студентов для практики и совершенствования произносительных навыков. Преподаватель должен тщательно подходить к выбору ресурса, так как не все источники способны откорректировать ошибки, в таком случае помощи преподавателя самостоятельная работа не имеет смысла. Преподаватель должен направить студента, предварительно уточнив, какой вариант произношения используется в данном ресурсе (британский\американский\английский), кто разработал приложение, какие задачи можно решить, используя данное приложение.

Помимо положительного влияния использования интернет-ресурсов при обучении произношению, к которым относится разнообразие форм работы, повышение мотивации, стимулирование самостоятельной работы студентов, существует и ряд трудностей:

- необходимость специальной подготовки преподавателей;
- ограниченные возможности межличностного общения;

- понижение воспитательного фактора;
- слабое развитие творческой активности.

Таким образом, использование интернет-ресурсов при обучении произношению должно соответствовать целям и задачам обучения, помогать преподавателю и студенту достичь необходимых результатов в овладении иноязычным произношением; проходить под контролем преподавателя, который направляет и корректирует работу студента с целью достижения максимального результата.

Список использованных источников

1. Сысоев, П. В., Евстигнеев, М. Н. Методика обучения иностранному языку с использованием новых информационно-коммуникационных Интернет-технологий: учебно-методическое пособие для учителей, аспирантов и студентов / П. В. Сысоев, М. Н. Евстигнеев. – М.: Глосса-Пресс, 2009. – 182 с.

UDC 372.881.1

ABOUT THE "LANGUAGE BARRIER" IN THE PROCESS OF TEACHING A FOREIGN LANGUAGE

Ismayilova E.M., senior lecturer

*Azerbaijan University of Technology,
Ganja, Azerbaijan*

Abstract. A language barrier is a difficulty that occurs when speaking a non-native language. The article is devoted to the problem of the language barrier which is one of the important aspects of the study of many researchers. It addresses the causes of the language barrier that prevents foreign language communication, and analyzes ways for overcoming the communicative-language barrier which is the main condition for optimizing foreign language learning.

Certain psychological obstacles are highlighted which can also be combined under the name "psychological barriers". The psychological insecurity of a person can often be caused by a fear of making a mistake, shyness, a feeling of discomfort when communicating in a foreign language, and fear of not understanding the interlocutor. To eliminate or minimize this phenomenon, it is necessary to create systematically conditions for students' immersion in a foreign language environment, and one can also resort to learning English online, use the resources of the global network.

The lack of speech practice determines the following reasons for the emergence of a language barrier and requires the need for systematic and regular classes to develop skills of live communication in a foreign language, the use of productive and universal methods of teaching a foreign language. The article emphasizes the significance of automation of both language skills and speech abilities, therefore it is necessary to create situations that are as close as possible to reality. The lack of motivation among students when communicating in a foreign language is another common cause of the language barrier.

The process of training motivation is carried out if students get an idea of the role and importance of the studied language in the mastered profession and how knowledge of a foreign language can help in successful solution of professional tasks.

Keywords: language anxiety, psychological uncertainty, insufficient motivation, lack of practice, spontaneous speech, speech skills, an interlocutor, language acquisition, fluency of speech.

In the theory and practice of teaching a foreign language overcoming the "communication barrier" occupies a significant place. Language itself is a means of communication, but it is not always a means of communication in the everyday learning process. Language acquisition is often considered by both teachers and students as the reproduction of certain didactic units without the direct use of the language being studied as a means of communication.

What is the cause of this problem? Why is it difficult for students learning a foreign language and trying to speak it to react spontaneously to the interlocutor's speech though they often have a fairly extensive amount of language resources?

In the search for solutions to this problem the teacher can rely on their own experience of using a foreign language when communicating with "native speakers". Many people due to the lack of