

echo phrase. The study of English advertising texts shows that the most frequently used imperative verbs are as follows: buy, try, ask, get, see, call, feel, taste, watch, smell, find, listen, drive, let, look, drink, do, discover, start, enjoy. Thus, in the English advertisement there is a number of verb combinations, personal and possessive pronouns that are found in the text very often. They are relevant in interpreting the entire message and its extra-linguistic reality.

Study of some advertising texts lead to the conclusion that the adverbs and adjectives are the key words of the advertising text. Advertising is full with words "more", "less", "better", "more favorable", "best", "unique", and "super". All these words are signals showing that the advertised brand is compared directly or not with other brands of the same product category. And the adjectives and adverbs help to create a unique tone of the advertising appeal, which allows to convey the quality and dignity of the advertised subject. When translated into another language this fact must be taken into account. When translating advertising texts adjectives and adverbs are used to describe a wide variety of properties of the advertised product: shape, size, quality, cost, feeling that this product causes. In the English-language advertising the most common adjectives are: natural, sensual, innocent, passionate, romantic, mysterious, etc. In Russian: *новый, новинка, первый, революционный, непростой, необычный, в отличие от обычных* and others. Special attention must be paid to the comparisons that are widely presented in the advertising text. Competing brands that make up the natural class of comparison are usually ignored. In translation, we should take into account this effect. In some the same linguistic techniques serve to mislead skillfully, while others are to soften the categorical unpleasant messages or just to make the message more expressive.

Mottos can sometimes be very cultural in nature, so how does one successfully translate them into another language? The Monarchist League of Canada has chosen the motto 'Fidelitate Coniuncti', which means 'Loyalty Blinds Us.' But try translating that into Arabic, for instance, and you get 'Loyalty to Blind Us!' The problem is clear – literalism (there is that word again) is not the way to go.

Wordplay is probably even more challenging than mottos (who are we but mere mottos?) because the effectiveness of wordplay often depends on convolutedly derived meanings. Even native speakers sometimes do not 'get it', so how can we expect someone from another culture to 'conseguirlo', which means 'I get'? There is that literalism virus again.

Ah, another class of callous louts that do not care about their own translatability! Shouting slogans may be a good way of evincing powerful emotions; but, in another language, most of them fall flat. 'We shall prevail against all odds', for example would sound not very emotive if it came out as 'We shall continue not supporting every challenges'. Literalism is definitely not the way to go.

For a professional translator to capture the true essence of a word or phrase, it is necessary to have a thorough understanding of the history and psyche of a people before assuming that he or she knows the right word to use. In any case, the translation of advertising texts is a creative process, and sometimes you can think for weeks about a slogan. If it takes a whole village to raise a child, it takes a whole culture to arrive at that one single word that perfectly fits the context – and that is the true challenge of translating in the advertising industry.

**КРЕЙДИЧ А.В. (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина)**  
**КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОДХОД В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ**  
**КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ЯЗЫКОВОЙ КОМПЕТЕНЦИИ**  
**УЧАЩИХСЯ 5-Х КЛАССОВ СРЕДНЕЙ ШКОЛЫ**

Профессия учителя предполагает достижение на уроках таких целей, как организация деятельности детей по поиску и обработке информации, обобщению способов деятельности, постановке учебной задачи. Главная же задача учителя иностранного языка состоит в воспитании потребности в общении на иностранном языке, т. е. развитие у учащихся способностей использовать иностранный язык как инструмент общения в диалоге культур и цивилизаций современного мира. Для этой цели преподаватель использует разные виды наглядности, разные режимы работ, разные виды упражнений, разные средства обучения в контексте различных подходов (*подход* (к обучению) – базисная категория методики, дающая представление о взглядах исследователей на сам язык и способы овладения им): личностно-ориентированного, деятельностного, компетентностного, коммуникативного, социально-культурного.

Так как главная цель любого учителя иностранного языка средней школы – воспитание в детях потребности в общении на иностранном языке, то наиболее целесообразным решением в данном контексте будет пристальное рассмотрение коммуникативного подхода, который как никакой другой моделирует реальное общение, процесс взаимодействия учащихся, в ходе которого они обмениваются информацией и воздействуют друг на друга.

Коммуникативность, как идея коммуникативного обучения, является категорией методики как науки; главным принципом обучения иностранным языкам и главной технологией обучения. Принцип коммуникативности предполагает такую направленность занятий, при которой цель и средства достижения целей выступают в единстве, что предполагает создание на уроках иностранного языка ситуаций, приближенных к реальности. Принцип коммуникативности отражает содержание обучения и его организацию, реализующую связь языка, речи, общения и культуры. Коммуникативность заключается в подобии процесса обучения процессу коммуникации, взаимодействия, общения. Иначе говоря, коммуникативный метод основывается на том, что процесс обучения является моделью живого общения.

Языковая компетенция по праву считается основополагающим компонентом в структуре иноязычной коммуникативной компетенции. Она представляет собой знание языковых средств, включая грамматику, лексику и фонетику, и готовность пользоваться ими в устном и письменном общении. Цель уроков иностранного языка в 5-ом классе средней школы в контексте коммуникативного подхода – формирование и развитие у учащихся языковой компетенции, которая является основой для применения знаний о языковых единицах и явлениях в практике устной и письменной речи.

При обучении иностранным языкам диалогическая речь является одним из неотъемлемых компонентов, так как большую часть разговорной речи занимает именно она (около 70%). Без умения вести беседу невозможно полноценное общение. В основе диалога лежит обмен репликами. В ходе него происходит постоянное переключение со слушания на говорение, т. е. с восприятия, прогнозирования, понимания на планирование и порождение собственной речи. Следовательно, учащиеся должны овладеть запасом диалогических единств типа «вопрос-ответ», «предложение (просьба) – ответная реакция», варьировать лексическое и грамматическое наполнение этих единств, комбинировать и переносить их в новую ситуацию.

Коммуникативные упражнения, построенные в диалогической форме, способствуют развитию лексических навыков говорения: умений отвечать на вопросы, умений задавать вопросы. Использование речевого коммуникативного упражнения на уроке иностранного языка помогает включить учащихся в устное речевое общение. На коммуникативном упражнении можно обсудить различные темы, связанные с изучаемым материалом на уроках и событиями, происходящими в повседневной жизни школьника. Немаловажным является и повторение одних и тех же диалогических единиц, что обеспечивает прочность усвоения иноязычной речи, автоматизм в воспроизведении речевых структур.

Так, во время прохождения педагогической практики в одной из городских школ на уроках немецкого языка в 5-ом классе для формирования языковой компетенции учащихся данного возраста в работе над стихотворением

*In Paule Puhmanns Paddelboot, da paddeln wir auf See.*

*Wir paddeln um die halbe Welt, alohaloa hee!*

***Guten Tag ,auf Wiedersehn!***

*In Spanien war es furchtbar heiß, da stieg der Pedro zu.*

*Der brachte Apfelsinen mit, die aßen wir im Nu.*

***Buenos dias, hasta la vista, guten Tag, auf Wiedersehn...***

*Und in Italien warn wir auch, da kam die Marinella.*

*Die brachte Tintenfische mit, auf einem großen Teller.*

***Buon giorno, arrivederci, guten Tag, auf Wiedersehn...***

для обсуждения персонажей, их образов, действий и приключений использовались коммуникативные упражнения, направленные на развитие лексических навыков говорения. Лексика данного стихотворения отработывалась в упражнении, напечатанном на отдельных для каждого учащегося карточках, где нужно было соотнести расположенные вразброс упоминающиеся в стихотворении страны, различные объекты и персонажи. Вторым этапом данного упражнения было, используя наводящие вопросы, записанные на доске, и ничего больше, пересказать содержание стихотворения:

1. *Wer reist mit Paule?*

2. *Woher kommen die Kinder?*

3. *Was haben die Kinder mitgebracht?*

Затем учащиеся получили задание поработать в парах и составить диалог, используя фразы стихотворения (выделены полужирным шрифтом): один ученик выступал в роли одного из персонажей стихотворения, другой участник пары брал на себя роль другого персонажа. Их задачей было, находясь в образах, обсудить культурные особенности страны, особенности климата той части земного шара, откуда приехал тот или иной персонаж, что он взял с собой в путешествие и т. д. Разумеется, все реплики не должны были содержать сложных оборотов речи; они должны были быть построенными из уже знакомых любому пятикласснику лексических единиц.

При формировании языковой компетенции, помимо развития диалогической речи, необходимо развивать навыки и умения по развитию монологической речи. Интерес у учеников вызвало задание на заполнение пропусков – из текста стихотворения убирались слова или фразы, которые выбирались из предложенных вариантов.

Формирование языковой компетенции через составление монологических и диалогических высказываний на уроках английского языка – это сложный, многоступенчатый процесс, достаточно протяжённый во времени. Однако следует отметить, что в учебном процессе реальное общение необходимо, поскольку оно готовит к свободному общению. Поэтому так важно создавать на уроках иностранного языка ситуации реального общения, так как их участники будут вынуждены общаться на неродном языке. Именно этот тип реального общения может стать началом работы над развитием коммуникативной компетенции.

**КРИСТЯ К.С., ХОТЬКО Н.А. (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина)**

#### ***МЕЖЛИЧНОСТНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ***

Целью нашего исследования в рамках данной статьи является анализ лингвистических особенностей межличностной коммуникации в Интернет-пространстве, а также языковой специфики некоторых сервисов