

Пропускі артыкляў і займеннікаў з'яўляюцца найчасцей граматычнымі трансфармацыямі, якіх вымагаюць нормы беларускай мовы і якія не нясуць пэўных недакладнасцей для ўспрыняцця беларускім чытачом. Пропускі ў беларускім мастацкім перакладзе самастойных часцін мовы, такіх як дзеясловы, назоўнікі, прыметнікі, прыслоўі, звычайна прыводзяць да іншых трансфармацый на лексіка-семантычным і сінтаксічным узроўнях. Пропускам цэлай часткі нямецкамоўнага сказа перакладчык можа скарыстацца для захавання жанравай спецыфікі твора.

СПІС ВЫКАРЫСТАНАЙ ЛІТАРАТУРЫ

1. Тлумачальны слоўнік беларускай мовы : у 5 т. / АН БССР, Ін-т мовазнаўства ; пад агул. рэд. К. К. Атраховіча (К. Крапівы). – Мінск : Беларус. Савец. Энцыкл., 1977–1984. – 5 т.
2. Zweig, St. Der Amokläufer und andere Erzählungen / St. Zweig. – Frankfurt am Main : S. Fischer Verlag GmbH, 1984. – 208 S.
3. Цвэйг, Шт. Пякучая таямніца: Навелы / Шт. Цвэйг ; пер. з ням. і прадм. У. П. Чапегі. – Мінск : Маст. літ., 1994. – 496 с.

Ю. В. КНЯЗЕВА, Е. А. ЯСЮКЕВИЧ

Беларусь, Гродно, ГрГМУ

МОТИВАЦИЯ СТУДЕНТОВ МЕДИЦИНСКОГО ВУЗА К МЕЖКУЛЬТУРНОМУ ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ

Глобализация и растущая мобильность населения приводят к увеличению числа пациентов, представляющих различные культурные и этнические группы. В связи с этим медицинские работники, в том числе и будущие врачи, должны обладать не только профессиональными медицинскими знаниями и навыками, но и высоким уровнем межкультурной компетентности. Межкультурная компетентность включает в себя знания о культурных различиях, умение эффективно общаться с представителями других культур, а также способность проявлять эмпатию и толерантность.

Мотивация играет ключевую роль в формировании межкультурной компетентности. Мотивированные студенты более активно участвуют в межкультурном взаимодействии, проявляют больший интерес к изучению культурных различий и более эффективно осваивают навыки межкультурной коммуникации.

Благодаря развитию информационных технологий (социальных сетей, электронных ресурсов, международных онлайн-серверов и площадок) барьер между носителями различных языков частично стирается, становится возможным сотрудничество для достижения совместных целей и получение

ния новых знаний от иностранных коллег, интеграция человека в интернациональное сообщество.

Ключевую роль в формировании такого межнационального взаимодействия играет знание иностранного языка как инструмента кросс-культурной коммуникации, и поэтому можно полагать, что мотивация к взаимодействию с представителями различных культур сводится к повышению уровня владения иностранным языком [1].

Готовность к межкультурному взаимодействию у студентов высших медицинских учебных заведений определяется следующими факторами:

- формирование особой системы взглядов, проявляющейся в уважительном и ценностном отношении к представителям других культур и языковых групп;
- осознание культурных особенностей и традиционных составляющих иностранной речи;
- возможность применения в диалоге знаний по специальным дисциплинам и иностранному языку;
- терпимость, подавление стереотипного мышления применительно к той или иной культуре в отношении ее обычаев, норм поведения, ценностей, традиций;
- осознание ценности собственного языка и культуры как важнейшего условия сохранения национальной идентичности [1].

Согласно исследованиям А. В. Илюшиной, Л. М. Царевой, наблюдается связь между уровнем мотивации студентов к межкультурному взаимодействию и базовым владением знаниями иностранного языка. Языковая подготовка будущих врачей, безусловно, является ключевой составляющей в понимании речевых особенностей, невербальных проявлений речевого поведения носителей иностранных языков, а также осознании черт, свойственных той или иной культуре [2].

Мотивация студентов медицинских вузов к межкультурному взаимодействию и изучению иностранного языка формируется по нескольким причинам:

- возможность получения нового опыта и информации в своей специальности при общении с представителями других культур;
- возможность обучения в других странах по программам обмена студентами высших учебных заведений;
- формирование алгоритма взаимодействия с носителями другого языка для дальнейшего успешного контакта с потенциальными коллегами или пациентами;
- возможность стажировки и получения работы за границей для приобретения нового опыта от иностранных коллег;
- формирование целостной культурной и языковой картины мира;

- наличие большого количества ценных информационных ресурсов и учебных материалов, опубликованных на иностранном языке;
- возможности коммуникации с иностранными студентами собственного медицинского вуза, расширение социального кругозора.

Педагогические стратегии для стимулирования мотивации:

Акцент на внутреннюю мотивацию:

- *интерактивные методы обучения*: использование кейс-стади, ролевых игр и дебатов, которые позволяют студентам активно участвовать в процессе обучения;
- *создание возможностей для самопознания*: предоставление студентам возможностей для саморефлексии и анализа своих собственных культурных ценностей;
- *приглашение гостевых лекторов*: приглашение специалистов из других культур для обмена опытом и знаниями;
- *культурные проекты и мероприятия*: организация культурных проектов, фестивалей и праздников, которые позволяют студентам познакомиться с различными культурами.

Усиление внешней мотивации:

- *интеграция межкультурного взаимодействия в учебные программы*: включение межкультурных аспектов в учебные курсы и программы;
- *оценка межкультурной компетентности*: разработка критериев оценки межкультурной компетентности и включение ее в систему оценки студентов;
- *поощрение активности*: поощрение студентов, активно участвующих в межкультурных мероприятиях и проектах.

Мотивация студентов медицинских вузов к межкультурному взаимодействию является ключевым фактором успешной подготовки будущих медицинских специалистов. Развитие внутренней и внешней мотивации требует комплексного подхода, который включает в себя интеграцию межкультурных аспектов в учебные программы, создание мотивирующей образовательной среды и предоставление студентам возможностей для практического применения своих навыков. Дальнейшие исследования в этой области могут быть направлены на разработку более эффективных педагогических стратегий и на оценку влияния различных подходов на развитие межкультурной компетентности студентов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гузикова, М. О. Основы теории межкультурной коммуникации : учеб. пособие / М. О. Гузикова, П. Ю. Фофанова. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2015. – 124 с.
2. Илюшина, А. В. Мотивация студентов медицинского вуза к межкультурному взаимодействию / А. В. Илюшина, Л. М. Царева // Личность в меняющемся мире: здоровье, адаптация, развитие. – 2019. – Т. 7, № 3 (26). – С. 469–477. – URL: <https://cyberleninka.ru/>

article/n/motivatsiya-studentov-meditinskogo-vuza-k-mezhkulturnomu-vzaimodeystviyu (дата обращения: 15.01.2025).

3. Gardner, R. C. Language Learning Motivation: The student perspective. – URL: https://www.researchgate.net/publication/234610393_Language_Learning_Motivation_The_Student_the_Teacher_and_the_Researcher (date of access: 10.01.2025).

О. С. КОРНЕЕВА

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

ПОЛИЯЗЫЧНЫЕ ЭРГОНИМЫ-ПРЕДЛОЖЕНИЯ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ БЕЛАРУСИ

Эргонимы, как названия предприятий или организаций, являются актуальным объектом междисциплинарных исследований в лингвистике и маркетинге, поскольку наименование коммерческих предприятий является важным элементом брендинга и служит для создания уникальной идентичности в глазах потребителей. Анализ эргонимов уже существующих компаний может дать ценную информацию о рыночных тенденциях нейминга и помочь выбрать подходящее имя, которое будет адекватно представлять коммерческое предприятие и отличать его от конкурентов как в правовом поле, так и за счет создания неповторимого имиджа.

С точки зрения синтаксической структуры, эргонимы представляют собой как однокомпонентные, так и поликомпонентные образования. Согласно исследованиям Ф. Ф. Алистановой, построение эргонимов лексико-синтаксическим способом представлено в форме словосочетаний и предложений [1, с. 56]. Преимуществом такого рода номинации является возможность инициировать своего рода диалог с реципиентом, в то время как однословные наименования обладают преимуществом в отношении компактности. Номинация коммерческих предприятий с помощью предложений, которые в результате номинализации выступают в качестве индивидуализирующих названий, противоречит тенденции сокращения речевых средств выражения и уступает однословным эргонимам и эргонимам-словосочетаниям по распространенности в городском ландшафте. Вне зависимости от синтаксической структуры, городская эргонимия характеризуется полиязычностью в контексте влияния глобализации и диалога культур, хотя процентное соотношение репрезентации языков в лингвистическом ландшафте разных стран обусловлено лингвокультурными особенностями определенной территории.

Эргонимы-предложения могут функционировать как независимо, так и являться компонентами диалогического единства. Во втором случае, исследователи эргонимов-предложений рассматривают эргонимы-реплики