

Выводы

В ходе проделанной работы, на основании собственных наблюдений, а так же при ознакомлении с другими русскоязычными вариантами материала работы, можно сказать, что основными трудностями в переводе английских неологизмов являются сохранение приблизительного, или полностью соответствующего значения при нахождении русских эквивалентов, разбор переводимых слов на составляющие части, сохранение способа словообразования, а так же, при необходимости, сохранения ритма, размера и рифмы, если это стихотворение, для сохранения авторского стиля. Понимание неологизмов так же может быть сложным за счет незнания каких-либо сленговых выражений, или же просто моды на иностранные языки в тот отрывок времени, когда автор их составлял, как это видно всё из того же слова «Jabberwock».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Льюис Кэрролл и загадки его текстов. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.kursivom.ru/и-л-га-линская-льюис-кэрролл-и-загадки/4/>. – Дата доступа: 21.03.2023.
2. Non-alien Creatures Wiki. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://non-aliencreatures.fandom.com/wiki/Slithy_Tove. – Дата доступа: 21.03.2023.
3. Кэрролл, Л. Приключения Алисы в Стране Чудес. Алиса в Зазеркалье. / Л. Кэрролл. – Петрозаводск : Карелия, 1979. – 105 с.
4. Неологизм. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Неологизм>. – Дата доступа: 21.03.2023.
5. Неологизмы в современной французской литературе [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://elib.rshu.ru/files_books/pdf/rid_c33cb124c1d54c6c9fe4507cf2ad2dee.pdf. – Дата доступа: 21.03.2023.

УДК 391:378.6-057.875]:811.111

В. С. Сиваченко, Т. А. Рубцова

Научный руководитель: А. В. Дорошко

Учреждение образования

«Гомельский государственный медицинский университет»

г. Гомель, Республика Беларусь

АНГЛИЙСКИЕ НАДПИСИ НА ОДЕЖДЕ СТУДЕНТОВ ГОМГМУ

Введение

Надпись на одежде – это не только декоративный элемент, но и коммуникативное средство с разнообразным смысловым содержанием. Зачастую встречаются по одежде, так как по ней можно составить первое впечатление о человеке: возрасте, социальном статусе, предпочтениях в моде.

Нередко яркая одежда с надписями на иностранных языках используется для того, чтобы иметь возможность выделиться из толпы, показать свою индивидуальность. Надписи на одежде могут рассказать окружающим о круге интересов, об уровне знания английского языка, культуре их владельца. Социокультурная функция надписей на одежде заключается в хранении и передаче социально-значимой информации [1].

Выделяют несколько групп надписей на предметах одежды:

1) Название бренда. На данный момент очень популярны логотипы спортивных и молодежных брендов, таких как «Nike», «Gucci», «Levi's» и другие [2].

2) Названия музыкальных исполнителей или групп, сериалов, комиксов. Например, «BTS», «Blackpink», «Game of thrones». Это означает, что человек является поклонником данной группы, певца, сериала и т. д.

3) Небольшие шуточные фразы. Наличие таких надписей, как «Don't worry. I forgot your name too» (Не волнуйтесь, я тоже забыл, как вас зовут) и т. д. может говорить о том, что это позитивный человек с хорошим чувством юмора.

4) Еще один тип надписей – оскорбление. Такие фразы еще раз доказывают, что логотип на одежде – способ выразить себя и свое мнение. Например, «I hate everyone» (Я ненавижу всех), «Are you nuts?» (Ты чокнулся?) и другие.

5) Политические лозунги. В данном случае люди хотят выразить свое мнение на политическую обстановку в стране или мире, свой взгляд на действия правящих сил. Например, «Freedom from oppression!» (Свобода от угнетения!), «Stop discrimination!» (Остановить дискриминацию!) и другие.

6) Нейтральные надписи. Это короткие, обычно однословные надписи, не несущие никакого глубокого смысла, и находящиеся на одежде в качестве дополнительных «аксессуаров», «Loveandlife» (Любовь и жизнь), «Moon» (Луна) и т. д.

Цель

Узнать отношение студентов к наличию английской надписи на одежде и выявить, какой стиль надписей преобладает.

Материал и методы исследования

В проведенном исследовании выборочно приняли участие 80 респондентов, средний возраст – $19 \pm 1,2$ года; м/ж – 23/57. Изучение мнения студентов об отношении к английским надписям проводили на основании информации, собранной с помощью разработанного нами вопросника.

Методы: исследовательский, описательный, собирательный, статистический.

Результаты исследования и их обсуждение

На вопрос: «Есть ли у вас одежда с английскими надписями?» все студенты ответили «да», что доказывает популярность английских фраз и логотипов.

Был задан вопрос о предпочтениях в надписях, где 95 % респондентов предпочли английские надписи русским.

Нам было интересно узнать, чем студентов привлекает английская надпись. 100 % опрошенных отметили, что английские надписи, по сравнению с русскими, выглядят очень эстетично, имеют красивый дизайн и необычный шрифт.

На вопрос: «Обращаете ли вы внимание на надписи на одежде других людей?» все респонденты ответили «да».

Чтобы узнать, какой стиль надписей является более распространенным, мы задали соответствующий вопрос: «Надписи какого стиля преобладают на ваших вещах?» Большинство студентов (51 %) выбрали вариант ответа «Нейтральные», по типу «Love is», «Now or never». 17 % отдают предпочтения надписям с названием любимых музыкальных групп и исполнителей, 16 % носят одежду с логотипами популярных брендов, остальные 16 % выбирают одежду с шуточными фразами.

Дальнейшее исследование показало, что 63 % студентов всегда переводят надпись и отдают отчет тому, что написано на их одежде, остальные 22 % ответили, что им абсолютно неважен смысл написанного и правильность фразы с точки зрения грамматики и лексики.

Нами был задан следующий вопрос: «Купили бы вы вещь, на которой имеется надпись негативного характера?» 67 % респондентов ответили нет. На основании этого можно предположить, что подсознательно люди боятся того, что из-за надписи такого характера у других, незнакомых людей будет складываться отрицательное первое впечатление.

С целью проверить, действительно ли надпись может сказаться на первом впечатлении, мы задали вопрос: «Какое мнение у вас складывается о человеке, на одежде которого имеется неприличная надпись? (человек вам незнаком)» – 52 % признались, что, пускай и небольшое, но это оказывает негативное влияние на первое впечатление.

Выводы

1. По результатам исследования можно смело утверждать, что надписи на одежде – это не только модно, необычно и эстетично, но и также способ заявить о себе и своих вкусах.

2. Зная перевод надписей на вещах, можно не только спасти себя от нежелательного первого впечатления, но и здорово повлиять на него в различных ситуациях.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Иосифенко, Д. А. Английские надписи на одежде как экстралингвистический фактор, влияющий на культуру подростков / Д. А. Иосифенко, И. А. Андреева // Актуальные вопросы лингводидактики и межкультурной коммуникации : Сборник научных статей по материалам XIV Международной научно-практической конференции, Чебоксары, 20 октября 2017 года / Ответственные редакторы Н. В. Кормилина, Н. Ю. Шугаева. – Чебоксары: Чувашский государственный педагогический университет им. И. Я. Яковлева, 2017. – С. 331–334.

2. Андреева, А. Н. Дизайнерские бренды в фэшн-бизнесе / А. Н. Андреева. – Издательский дом Санкт-Петербургского гос. ун-та: 2008. – С. 254.

УДК 159.928.235:811.124.37

В. С. Сиваченко, Т. А. Рубцова

Научный руководитель: к.ф.н. доцент И. А. Боровская

Учреждение образования

«Гомельский государственный медицинский университет»

г. Гомель, Республика Беларусь

АССОЦИИИ КАК МЕХАНИЗМ ЗАПОМИНАНИЯ ЛАТИНСКОЙ ЛЕКСИКИ

Введение

Уже с первого курса студенты медицинских университетов изучают латинский язык и медицинскую терминологию. Нет пути в медицине без латинского языка (*Non est via in medicina sine lingua Latina*). Студентам необходимо освоить много новых слов и терминов. Одним это по силам, для других – это большая проблема. Каждый выбирает свой способ запоминания [1].

Ассоциирование – наиболее эффективный метод запоминания. Доказано, что метод ассоциаций позволяет не просто запомнить различного рода информацию, но и сделать это качественно и на долгое время.

В психологии ассоциация – это закономерно возникающая связь между отдельными предметами, явлениями, фактами, отраженными в нашем сознании и закреплёнными в памяти. Важно, что ассоциации не существуют во внешней действительности, а порождаются человеческим мозгом.

Наиболее распространенным видом ассоциаций для запоминания не только латинской, но и любой другой иностранной лексики является метод фонетических и орфографических ассоциаций. Данный метод основан на созвучии слов иностранного языка и родного, схожестью в написании. То есть, для того, чтобы запомнить латинское слово, необходимо подобрать подобное по звучанию/написанию слово на русском языке [2]. Например, *corpus* – корпус, тело; *sinus* – синус, пазуха; *tractus* – тракт, ход.

С вышеназванным методом тесно граничит метод смысловых ассоциаций. Например, *basis, is f* (основание) – база, то есть основа чего-либо; *arcus, us m* (дуга) – арка, а следовательно – дуга.

Цель

Определить значимость использования ассоциаций в запоминании латинской лексики.

Материал и методы исследования

Исследование проводилось в форме анкетирования, в котором приняли участие 60 студентов, средний возраст – 18–19 лет.

Методы: исследовательский, описательный, собирательный, статистический.