

и способам сознания учащихся, помогают им познавать мир, овладевать новыми навыками, делают интересными и разнообразными уроки иностранного языка, а также повышают мотивацию к его изучению.

Ролевые и деловые игры обладают большими возможностями в практическом, образовательном и воспитательном отношениях. Ролевые и деловые игры проблемной направленности носят весьма продуктивный характер, что выражается в имитации, моделировании социально значимых отношений между участниками игры, в умении применять знания, творчество, практические умения в различных областях в моделируемых ситуациях.

Список использованной литературы

1. Абсалямова, К. А. Игровые технологии на уроках английского языка [Электронный ресурс] / К. А. Абсалямова, Г. Р. Булгакова // Аллея науки. – 2018. – Т. 2. – № 5 (21). – С. 997–1000. – Режим доступа: <http://alley-science.ru>. – Дата доступа: 22.03.2024.

2. Алексеева, А. А. Игровые технологии при обучении английскому языку / А. А. Алексеева // Вестник ВИЭПП. – 2022. – № 1. – С. 131–134.

3. Кузнецова, С. В. Методы ролевой и деловой игры в обучении студентов неязыковых специальностей вуза английскому языку [Электронный ресурс] / С. В. Кузнецова, Х. Ж. Хайрова, Е. В. Шепелева // Актуальные вопросы современной науки. – 2014. – № 38. – С. 106–114. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-rolevoy-i-delovoy-igry-v-obuchenii-studentov-neyazykovyh-spetsialnostey-vuza-angliyskomu-yazyk>. – Дата доступа: 22.03.2024).

4. Кустова, И. В. Использование игровых технологий на уроках как средство повышения интереса к изучению школьных предметов [Электронный ресурс] / И. В. Кустова // NovaUm.Ru. – 2020. – № 27. – С. 134–135. – Режим доступа: <http://novaum.ru>. – Дата доступа: 22.03.2024.

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ НАЗВАНИЙ ОТЕЛЕЙ Г. ШЕФФИЛДА

Цапова Анастасия (УО МГПУ им. И. П. Шамякина, Беларусь)

Научный руководитель – Е. В. Ковалёва, канд. филол. наук, доцент

Ономастика – это наука, изучающая имена, их происхождение, структуру и значение. В именах собственных можно выделить эргонимы – это имена, относящиеся к названиям предприятий, организаций, брендов, товаров, услуг и т. д. Они имеют свои особенности и функции, которые важны для понимания семантики и влияния этих имен на общество. Анализ названий предприятий и брендов может помочь понять их эффективность, привлекательность и воздействие на целевую аудиторию. Таким образом, эргонимы являются важным объектом изучения в рамках ономастики, поскольку они отражают не только языковые особенности, но и социокультурные аспекты общества.

Цель работы – выявить семантические характеристики названий отелей г. Шеффилд. Анализируя названия отелей и гостиниц г. Шеффилд, было выявлено, что в данной группе преобладают смешанные названия. Название отеля *The Rutland Hotel* соотносится с лексемой *hotel* ‘отель’ и именем собственным *The Rutland*. В следующих названиях отелей и гостиниц

содержится имя собственное *Sheffield*: название отеля *Easy Hotel Sheffield* соотносится с лексемами *easy* ‘легко’, *hotel* ‘отель’; название *Flagship Sheffield City Centre* мотивировано лексемами *flagship* ‘флагман’, *city* ‘город’, *centre* ‘центр’; эргоним *Mercure Sheffield Kenwood Hall & Spa* происходит от апеллятивов *hall* ‘зал’, *spa* ‘курорт’ и имен собственных *Mercure*, *Kenwood*; название отеля *Leonardo Hotel Sheffield* соотносится с лексемой *hotel* ‘отель’ и именем собственным *Leonardo*; эргоним *Novotel Sheffield Centre* происходит от апеллятива *centre* ‘центр’ и имени собственного *Novotel*; название *DoubleTree by Hilton Sheffield Park* мотивировано лексемами *DoubleTree* ‘двухместный номер’, *park* ‘парк’ и именем собственным *Hilton*; эргоним *Copthorne Hotel Sheffield* происходит от апеллятива *hotel* ‘отель’ и имени собственного *Copthorne*; название отеля *Holiday Inn Sheffield* соотносится с лексемой *holiday* ‘каникулы’; название *Jurys Inn Sheffield* мотивировано лексемой *jurys* ‘присяжные’; эргоним *The Sheffield Metropolitan Hotel* происходит от апеллятивов *metropolitan*, *hotel* ‘отель’. Оним *Wilson Carlile Centre* соотносится с апеллятивом *centre* ‘центр’ и именем собственным *Wilson Carlile*. Эргоним *Leopold Hotel* происходит от апеллятива *hotel* ‘отель’ и имени собственного *Leopold*. Оним *Halifax Hall* соотносится с апеллятивом *hall* ‘зал’ и именем собственным *Halifax*. Эргоним *Best Western Cutlers Hotel* происходит от апеллятивов *best* ‘лучший’, *western* ‘западный’, *hotel* ‘отель’ и именем собственным *Cutler*.

В группе отапеллятивных названий выявлены следующие эргонимы: оним *The Nest* происходит от апеллятива *nest* ‘гнездо’. Оним *The Psalter* мотивирован апеллятивом *psalter* ‘псалтырь’. Эргоним *Home Away From Home* происходит от апеллятивов *home* ‘дом’, *away* ‘прочь’, *from* ‘от’. Название отеля *Brocco On The Park Boutique Hotel* соотносится с лексемами *park* ‘парк’, *boutique* ‘бутик’, *hotel* ‘отель’.

Таким образом, в городе Шеффилд преобладают смешанные названия, которые сочетают в себе как апеллятивные элементы (*hotel*), так и имена собственные (*Leonardo*). Это создает разнообразие и оригинальность в названиях отелей и гостиниц данного города. Их анализ позволяет увидеть различия в подходах к формированию наименований, отражает особенности культуры и традиций английского города.

Список использованной литературы

1. Подольская, Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – М. : Наука, 1988. – 199 с.
2. Sheffield Cafe [Electronic resource]. – Sheffield, 2024 / Mode of access: <https://ru.restaurantguru.com/cafe-Sheffield-t18>. – Date of access: 07.03.2024.