

играет роль дьявола, представляя контраргументы. Этот фразеологизм употребляется в современных СМИ для обозначения ситуации, когда кто-то высказывает контраргументы или аргументы в пользу противоположной точки зрения. Такие выражения не только обогащают языковую картину мира, но и помогают лучше понимать традиции и культуру страны, на языке которой они употребляются.

Использование фразеологизмов с антропонимическим компонентом в современных англоязычных СМИ активно отражает культурные особенности и менталитет англоязычных стран. Например, фраза *to cry wolf* (кричать "волк!") используется для обозначения ситуации, когда кто-то предостерегает об опасности, которая на самом деле отсутствует. Этот фразеологизм часто встречается в политических комментариях и обсуждениях мировых событий. Еще один пример – *to stand on ceremony* (стоять на празднике), означающий придирчивое или излишне формальное поведение. Этот фразеологизм часто употребляется в журналистских материалах о поведении общественных деятелей и политиков. Исследование использования подобных фразеологизмов в современных англоязычных СМИ позволяет лучше понять особенности языковой картины мира и контекст, в котором функционируют данные выражения.

В современных англоязычных СМИ фразеологизмы с антропонимическим компонентом играют важную роль в формировании языковой картины мира. Они способствуют более эмоциональному и запоминающемуся изложению информации и привлекают внимание аудитории. Например, фраза *to cry me a river* (выплакать реку), используемая в контексте выражения сильной эмоциональной реакции на что-либо, широко распространена в англоязычных СМИ.

Таким образом, создание и использование фразеологизмов с антропонимическим компонентом является важным языковым явлением, которое помогает не только сделать тексты ярче и интереснее, но и обогатить язык. Благодаря анализу таких фраз можно лучше понять культурные особенности различных стран и их влияние на языковую практику.

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЭРГОНИМОВ ГОМЕЛЯ И МАНЧЕСТЕРА

Козлова Алина (УО МГПУ им. И.П. Шамякина, г. Мозырь)

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

Современные города представляют собой сложные социальные и культурные организмы, в которых различные названия мест играют

ключевую роль в формировании общественного имиджа и восприятия. В частности, функции названий торговых и общественных пространств в таких городах, как Манчестер и Гомель, открывают интересные аспекты связи между культурной идентичностью, историей и коммерцией. Исследование отопеллятивных, антропонимических и смешанных названий в этих городах позволяет более глубоко понять механизмы, которые формируют городской ландшафт и влияние этих названий на социокультурное пространство.

Целью данной научной работы является всесторонний анализ названий, использованных для обозначения торговых и общественных пространств в Манчестере и Гомеле. Мы стремимся выявить, как эти названия отражают культурные и исторические контексты, а также как они влияют на восприятие и поведение потребителей. Исследование направлено на обогащение понимания культурной динамики городских пространств и их названий, а также на определение ролевой функции, которую они выполняют в контексте современного общества.

В рамках данной работы будут рассмотрены три основные категории названий: отопеллятивные, антропонимические и смешанные, каждая из которых будет проанализирована с точки зрения их этнологической значимости, исторической нагрузки и культурной интенции. Это позволит создать целостное представление о том, как названия формируют идентичность городов и влияют на повседневную жизнь их жителей.

В Манчестере и Гомеле представлены различные заведения, которые можно классифицировать по типам названий: отопеллятивные, отантропонимические и смешанные.

В эргонимии Манчестера выявлены следующие отопеллятивные названия: *Levenshulme Antiques Village* – место, где собраны антикварные магазины, создающие атмосферу деревенского рынка; *Street Food Market at Piccadilly* – рынок уличной еды, расположенный на известной площади Пикадилли, известной своими ресторанами и культурными событиями; *Barton Arcade* – историческое викторианское здание, служащее торговым пространством; *Music Connection* – название, указывающее на связь с музыкальной культурой, возможно, это магазин музыкальных инструментов. Среди отантропонимических номинаций выявлены онимы *T.J. Maxx* (магазин, предлагающий товары по сниженным ценам, названный в честь основателя), *Macy's* – магазин, основанный Роландом Мейси; известный с 1858 года; *Ken Jones Ski Mart* – магазин, специализирующийся на товарах для горнолыжного спорта, названный в честь основателя.

В эргонимии Гомеля акцент сделан на образность номинации: эргоним *Мандарин Плаза* (торговый центр) – название, символизирующее свежесть и экзотику; *Бонжур* – указывает на французский стиль, тем самым привлекая покупателей; эргоним *Славянские рецепты* – подчеркивает особенность

меню заведения. Среди отантропонимических названий выявлены эргонимы, мотивированные мифологическими персонажами: *Спартак* – ассоциируется с силой и борьбой; *Дионис* – подразумевает праздник и гастрономию.

Таким образом, как в Манчестере, так и в Гомеле, заведения разнообразны и имеют интересные названия, отражающие культуру и атмосферу местности.

РАЗВИТИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ ГРАМОТНОСТИ НА УРОКЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В 7 КЛАССЕ

**Комаренко Валерия (УО МГПУ им. И.П. Шамякина, г. Мозырь)
Научный руководитель – А. А. Станкевич, д-р филол. наук, проф.**

Развитие функциональной грамотности является одной из ключевых задач на уроках английского языка в 7 классе, поскольку оно направлено на формирование у учеников способности использовать язык для решения практических задач. Учебник Юхнель Н. В., Демченко Н.В., Наумова Е.Г., Романчук В.Р. «Английский язык» для 7 класса представляет различные подходы и задания, которые способствуют этому процессу, создавая условия для применения языка в реальных жизненных ситуациях.

Развитие навыков восприятия и анализа текстов предполагает задания, направленные на развитие навыков работы с текстами различных стилей и жанров, что помогает учащимся научиться извлекать нужную информацию и критически осмысливать прочитанное. В учебнике используются задания, где учащиеся должны применять грамматические конструкции и лексику в различных ситуациях – от ролевых игр до практических заданий, что способствует укреплению знаний и навыков на практике. Учебник Юхнель Н. В., Демченко Н.В., Наумова Е.Г., Романчук В.Р. «Английский язык» для 7 класса способствует эффективному развитию функциональной грамотности у школьников, обеспечивая им необходимые навыки для успешного общения на иностранном языке и подготовки к реальной жизни.

На основе анализа УМК 7 класса мной были разработаны следующие задания: по теме «*Daily Routines*» (Ежедневные дела) упражнения были направлены на практику использования временных выражений и грамматики Present Simple для описания повседневных дел. Они помогают учащимся научиться правильно строить предложения, используя указанные фразы, и описывать последовательность своих действий в течение дня. Выполнение задания способствует развитию навыков написания текста на английском языке, улучшению способности к организации информации и лучшему пониманию структуры предложений в Present Simple.