

В данной статье мы рассмотрим два вида подлинно аутентичных материалов, которые можно эффективно использовать на уроках иностранного языка: подкасты и песни.

Подкасты могут быть представлены как в аудиоформате, так и в видеозаписи, доступ к ним можно получить на любом, даже мобильном, устройстве. Благодаря своей доступности и легкости в использовании этот вид аутентичных материалов подходит для обучающихся с любым уровнем языковой подготовки – от начального до продвинутого. Для учеников очень важно в ходе прослушивания сосредоточиться на содержании аудиоматериала, поэтому задания следует предоставить короткие и понятные. Наиболее подходящими заданиями являются заполнение пропусков в тексте, определение верных и неверных утверждений или же поиск определенной информации в тексте.

Использование песен на современном уроке иностранного языка также даёт много возможностей. Данный вид аутентичных материалов способствует совершенствованию произносительных, грамматических навыков, способствует аудитивному восприятию. Применение песен на уроках вызывает интерес к изучению иностранного языка и, соответственно, повышает учебную мотивацию.

Таким образом, эффективность использования аутентичных материалов на уроках иностранного языка заключается в их способности служить средством развития аудитивных навыков учащихся в условиях живой и увлекательной языковой среды, приближенной к естественной среде носителей языка. При отборе данных материалов важно учитывать уровень знаний, возрастные особенности и интересы обучающихся.

Список использованной литературы

1. Васичева, Н. Ю. Трудности аудирования у учащихся среднего звена и пути их преодоления / Н. Ю. Васичева // Научный старт. – М. : ООО «Языки народов мира», 2024. – С. 66–71.

## **ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЙ МИНИМУМ КАК ОСНОВА СЛОВАРНОГО ЗАПАСА СТУДЕНТОВ-ФИЛОЛОГОВ**

**Чесноков Владислав (УО МГПУ им.И.П. Шамякина, г. Мозырь)  
Научный руководитель – Е.В. Ковалева, канд. филол. наук, доцент**

Фразеологизмы – устойчивые словосочетания с переносным значением – являются важным элементом коммуникативной и культурной компетенции при изучении английского языка. Они не только придают речи выразительность и эмоциональность, но и отражают образ мышления,

менталитет и историко-культурный контекст англоязычных стран. Для будущих филологов и преподавателей английского языка особенно актуальна задача формирования фразеологического минимума – систематизированного набора наиболее частотных и значимых фразеологических единиц, необходимых для эффективного речевого взаимодействия. На основе социолингвистического эксперимента, проведённого среди 18 студентов старших курсов филологического факультета, были выявлены основные трудности при усвоении фразеологических единиц: ограниченность активного запаса, трудности в интерпретации метафорических значений, неуверенность в выборе выражений в контексте, а также подмена английских фразеологизмов русскими эквивалентами. Эксперимент включал пять типов заданий, из которых особенно показательными стали упражнения на заполнение пропусков и построение ассоциативного ряда.

Нами были приведены упражнения на заполнение пропусков и на выявление ассоциаций:

*He always avoids responsibility – he just loves to \_\_\_\_.* Ожидаемый ответ: *pass the buck*. Студенты часто заменяли фразеологизм нейтральными глаголами (*avoid problems, ignore the task*), что свидетельствует о недостаточной автоматизации употребления устойчивых выражений в активной речи и слабом понимании их образной природы. В предложенном упражнении на ассоциативный ряд по ключевому слову («*cat*»): *let the cat out of the bag, cat got your tongue, like a cat on a hot tin roof*) большинство студентов смогли назвать только одно выражение, а некоторые вовсе не предложили ни одного, что указывает на фрагментарность фразеологического словаря и слабую ассоциативную связность образов. На основе анализа ошибок и трудностей был предложен комплекс упражнений, направленных на поэтапное формирование фразеологического минимума. Он включает:

1. Семантизацию фразеологизмов с использованием визуальных и вербальных средств, синонимов, антонимов, культурологических комментариев (например, объяснение значения выражения *Achilles' heel* через мифологический контекст);

2. Отработку формы и значения: вставка фразеологизмов в текст, восстановление по ключевым словам, объяснение значения и составление предложений, различение от свободных словосочетаний;

3. Активизацию в продуктивных видах речи: создание диалогов, мини-сценок, написание эссе с использованием заданных фразеологизмов, мини-проекты («*Animal idioms in context*», «*Idioms with colors*»), инсценировки. Комплекс упражнений учитывает как когнитивный, так и культурологический аспекты усвоения фразеологизмов, что особенно важно в

условиях подготовки специалистов, для которых английский язык является профессиональным инструментом.

Таким образом, эксперимент подтвердил необходимость целенаправленной, методически обоснованной работы по формированию фразеологического минимума в процессе обучения. Внедрение предложенных методик позволит студентам не только расширить активный фразеологический запас, но и научиться использовать его уместно и выразительно, что является залогом успешной межкультурной коммуникации и профессионального роста.

Список использованной литературы

1. Кунин, А. В. Английская фразеология / А. В. Кунин. – М. : Высшая школа, 2005. – 342 с.

## **О НЕОЛОГИЗМАХ, ВОЗНИКШИХ ВО ВРЕМЯ COVID-19, В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ**

**Чехунова Ольга (УО МГПУ им. И.П. Шамякина, г. Мозырь)**

**Научный руководитель – О.Г.Соколовская, канд. филол. наук, доцент**

Любой существующий язык не остаётся неизменным, для всех языков свойственно образование новых языковых единиц, они же занимают места с уже давно существующими словоформами. Первостепенной задачей таких слов являются описание и характеристика новых мировых событий и явлений.

Изучением неологизмов занимается наука, получившая название неология. Сами же новые слова обозначаются термином «неологизмы» (греч. *neos* – новый; *logos* – слово) – «новое слово, фразеологический оборот или заимствование, постоянно появляющиеся в языке. Большинство неологизмов возникает анонимно и историю их возникновения бывает нелегко проследить» [1, с. 639].

Пандемия COVID-19 спровоцировала появление новых языковых единиц, отражающих изменения в различных сферах жизни.

Целью исследования является выявление и анализ семантики, факторов появления и особенностей функционирования неологизмов, возникших в онлайн-пространстве в период пандемии COVID-19.

Нами были рассмотрены неологизмы, отражающие экономические, социальные и культурные последствия пандемии («коронакризис», «локдаун», «ковид»), а также неологизмы, связанные с онлайн-коммуникацией («zoom-ready», «zoom-friendly», «zoombombing», «Zoom