СЕКЦИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА В ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕКЛАМЕ

В. В. Авраменко *(УО «ГГУ им. Ф. Скорины»)*
Научн. рук. ***Ж. В. Малиновская,***
преподаватель

Современная телевизионная реклама, чьей целевой аудиторией является молодежь, отличается тенденцией к самоактуализации и особому выделению используемой молодежной лексики. Молодежный сленг в рекламе на телевидении не статичен и придает ей органичность, яркость и эмоциональность. Доминирующей в телевизионной рекламе является живая молодежная разговорная лексика, которая показывает взаимосвязь речевых приоритетов молодежи с самоопределением участников социума.

В языке рекламных роликов реализуются следующие задачи: когнитивная, креативная и кодифицирующая. Когнитивная задача решается посредством использования наиболее простых речевых кодов и лексических единиц, необходимых для идентификации широкой направленности рекламного теста. *«Love Radio. Все должно быть зашибись! Потому что Love Radio!»* (реклама радио «Love Radio»). *«Tout dire sans un mot. Au anneau»* (реклама аромата «Poème» от Lancôme).

При решении задачи креативности часто используют заимствования, которые перешли в молодежный сленг. *«Love Radio – ваша лав стори»* (реклама радио «Love Radio»). *«Avec Carrefour, je positive. C'est goey!»* (реклама сети супермаркетов «Carrefour»).

Главная роль при выполнении кодифицирующей задачи отводится специальным словам или словосочетаниям-маркерам, входящим в пласт молодежного сленга. *«Напяливай лосины и варенки. Супер-дискотэка 80-х и все типа этого. Зырь на MTV!»* (реклама прямой трансляции концерта на канале MTV).

Социолингвистические особенности молодежного сленга способствуют его органичному существованию в телевизионной рекламе, так как он неоднороден охватывает почти все сферы жизни. В настоящее время рекламный текст представляет собой синтез элементов разных лексических пластов и является средством актуализации использования молодежного сленга практически во всех сферах человеческой деятельности.

ОСНОВЫ ПРИМЕНЕНИЯ ПРОЕКТНОЙ МЕТОДИКИ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОЯЗЫЧНОЙ ГРАММАТИКЕ

И. М. Бикац *(УО «МГПУ им. И.П. Шамякина»)*
Научн. рук. ***С. В. Киселева,***
ст. преподаватель

Проект – это продукт творческой деятельности по избранной теме-проблеме, включающий поиск, переработку и организацию информации. Несмотря на то, что информация извлекается из различных источников, результатом проекта является логически законченный продукт [1, с. 5]. Учащиеся работают в кооперации друг с другом, прежде всего, будучи ориентированными на достижение общей цели, конкретного продукта. Разработка должна завершаться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом (ролевая игра, компьютерная презентация, электронный учебник) [2, с. 18].