

Удары по воротам осваиваются в играх на меткость:

«Попади в цель»;

«Пенальти-челлендж»;

«Забей после пробежки», где ценится попадание в створ, а не мощь удара.

Завершающим этапом становятся первые матчи (2x2, 3x3) на маленьком поле с маленькими воротами и очень простыми правилами (например, запрет отбирать мяч у остановившегося игрока), где главное – участие, движение, попытки сыграть вместе и забить [1].

Проведенный педагогический эксперимент доказал высокую эффективность разработанной методики. Экспериментальная группа показала достоверное улучшение результатов в тестовых упражнениях.

Литература

1 Варюшин, В. В. Тренировка юных футболистов : учебное пособие / В. В. Варюшин. – М. : Физическая культура и спорт, 2007. – 112 с.

П. С. Борозинец

*Науч. рук. А. К. Шевцова,
канд. филол. наук, доцент*

ЗАГОЛОВКИ ТЕД-ВЫСТУПЛЕНИЙ КАК ОБЪЕКТ СТИЛИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

В настоящее время одним из наиболее популярных жанров в интернет-пространстве является TED-выступление. Выборку нашего исследования составили 200 русскоязычных и англоязычных заголовков публичных TED-выступлений.

Анализ стилистического наполнения фактического материала показал, что наиболее распространенным стилистическим средством является метафора. Англоязычные заголовки, содержащие метафору, составили 29 % от общего количества отобранного фактического материала, а в русском языке – 33 %. Еще одним распространенным стилистическим средством в англоязычных заголовках стало олицетворение, которое содержалось в 19 % заголовков. Однако по сравнению с англоязычными заголовками, в русскоязычных наблюдается гораздо меньше олицетворения (6,2 %).

Помимо этого было выявлено, что в англоязычных заголовках параллелизм встречался практически так же часто, как и в русскоязычных. Достаточно частым стилистическим приемом и в англоязычных, и в русскоязычных заголовках является риторический вопрос.

Наиболее существенные отличия наблюдаются при сопоставлении количества фразеологизмов в англоязычных и русскоязычных заголовках TED-выступлений. Русскоязычные заголовки, содержащие фразеологизмы составили 15 % от общего количества, а англоязычные – только 2,5 %.

Остальные средства лингвостилистического наполнения заголовков публичных выступлений TED были представлены в гораздо меньшем количестве (1–2 единицы) как в случае русскоязычных, так и англоязычных заголовков. Среди подобных средств оказались сентенция, аллитерация, антитеза, оксюморон и игра слов. Стилистические языковые средства играют важную роль в реализации коммуникативных стратегий, так как они помогают формировать эмоциональный отклик у аудитории [1]. Использование метафор и риторических вопросов создает образы, способствующие установлению доверия и близости между автором и слушателем.

Литература

1 Шевцова, А. К. Коммуникативно-речевые приемы и средства их языковой реализации в англо- и белорусскоязычном медиадискурсе / А. К. Шевцова // Итоги научных исследований

ученых МГУ имени А. А. Кулешова, 2019 г. : материалы научно-методической конференции, 29 января–10 февраля 2020 г. / МГУ имени А. А. Кулешова ; под ред. Н. В. Маковской, Е. К. Сычовой. – Могилев, 2020. – С. 76–77.

А. А. Бричкова

Науч. рук. *А. К. Шевцова*,
канд. филол. наук, доцент

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В КОМПЬЮТЕРНО-ИГРОВОМ ДИСКУРСЕ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Коммуникативные стратегии, реализованные в англо- и русскоязычных версиях компьютерной игры Genshin Impact, демонстрируют как общие черты, так и существенные различия.

Англоязычная версия игры проявляет тенденцию к ясности, простоте и нейтральности. Лексика, грамматика и синтаксис ориентированы на доступность и легкость восприятия. Коммуникативные стратегии направлены на создание дружелюбной и непринужденной атмосферы. В целом, англоязычный дискурс характеризуется pragматичностью и функциональностью.

Русскоязычная версия, напротив, отличается большей выразительностью и эмоциональностью. Лексический состав более разнообразен и включает стилистически окрашенные элементы. Грамматические конструкции сложнее, что позволяет передавать тонкие нюансы смысла. Коммуникативные стратегии направлены на создание более тесной связи с игроком и глубокое погружение в атмосферу игрового мира. Локализаторы активно используют юмор, метафоры и другие стилистические приемы для создания запоминающихся образов и эмоционального отклика.

Сравнительный анализ выявил, что русскоязычная версия в большей степени адаптирована к культурным особенностям целевой аудитории [1]. Адаптация проявляется в использовании специфических обращений, адаптации юмора и культурных отсылок. В целом, русскоязычный дискурс характеризуется большей креативностью и стремлением к созданию уникального игрового опыта.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что выбор стратегий в процессе локализации компьютерных игр является сложным и многофакторным процессом, требующим учета лингвистических, культурных и психологических особенностей целевой аудитории. Успешная локализация позволяет не только передать смысл оригинального текста, но и создать увлекательный и запоминающийся игровой опыт, соответствующий ожиданиям и предпочтениям игроков.

Литература

1 Бричкова, А. А. Медийный и компьютерно-игровой дискурс: стилистические особенности игры Genhin Impact / А. А. Бричкова // На перекрестке культур: единство языка, литературы и образования – IV : сборник научных статей по материалам IV Международной научно-практической интернет-конференции, г. Могилев, 16–20 декабря 2024 г. / МГУ имени А. А. Кулешова ; под ред. А. К. Шевцовой. – Могилев, 2025. – С. 45–47.

А. А. Будник

Науч. рук. *И. Л. Лукашкова*,
канд. пед. наук, доцент

ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ОТНОШЕНИЕ К ПРОФЕССИЯМ У ДЕТЕЙ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Формирование у дошкольников представлений о профессиях является важным аспектом их социально-нравственного и познавательного развития. Об этом свидетельствуют задачи и