

Т. Н. Костюченко
Науч. рук. Н. В. Берещенко,
ст. преподаватель

ТРЕБОВАНИЯ К ТЕКСТАМ ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ ИЗУЧАЮЩЕМУ ЧТЕНИЮ

Изучающее чтение – это один из видов учебного чтения при обучении иностранному языку.

Существует множество требований к текстам для обучения изучающему чтению. Эти тексты должны соответствовать коммуникативно-познавательным интересам и потребностям учеников, а также степени сложности их языкового и речевого опыта в родном и иностранном языках, содержать интересную и доступную информацию для учащихся отдельной возрастной группы [1, с. 95].

При выборе текста для чтения играют важную роль его объём, логико-композиционная структура, сложность языкового материала. Изучающее чтение предполагает тексты небольшого объема (1–1,5 страницы). Чаще используются тексты описательного типа, тексты из художественной, научно-популярной и общественно-политической литературы [2, с. 4]. Такие тексты имеют высокую информационную насыщенность, а читающий нацелен на максимально полное и точное восприятие информации. В них не должно быть незнакомых учащемуся грамматических конструкций, а также чрезмерного количества незнакомой лексики, чтобы чтение текстов не превращалось в их расшифровку.

Методисты включают в учебные тексты наиболее употребительные слова, которые нужны учащимся для адекватного понимания текста. С этой целью из общего словарного состава языка необходимо выделять определенную часть, которая обладала качеством ценности с точки зрения понимания текста, была бы достаточной для понимания разных текстов и укладывалась бы при этом в рамки конкретного курса обучения.

Таким образом, тексты для изучающего чтения должны обладать познавательной ценностью и информативностью, а языковые трудности, которые встречаются в данных текстах, должны преодолеваются учащимися самостоятельно.

Литература

- 1 Фоломкина, С. К. Обучение чтению на иностранном языке в неязыковом вузе / С. К. Фоломкина. – М.: Высшая школа, 1987. – 206 с.
- 2 Соловова, Е. Н. Методика отбора и работы с текстами для чтения на старшем этапе обучения школьников / Е. Н. Соловова // Иностранные языки в школе, 2007. – № 2. – С. 2–10.

В. А. Кудряшова
Науч. рук. В. Г. Гуд,
ст. преподаватель

КОММЕРЧЕСКАЯ ОПРАВДАНОСТЬ ЗАМЕНЫ НАЗВАНИЙ КИНОФИЛЬМОВ

Кино является одним из самых молодых и в тоже время самым массовым видом искусства. Популярность фильма часто во многом определяется его заглавием, ведь эффектным заголовком гораздо легче привлечь зрителя, чем описанием содержания этого фильма. Порой переводчики, заботясь о коммерческом успехе фильма в прокате, искажают названия кинофильмов до неузнаваемости, часто пренебрегая основными

принципами соответствия заголовка содержанию кинокартины. Поэтому вполне справедливо встал вопрос об оправданности замены или так называемых трансформациях названий кинофильмов. Чтобы ответить на этот вопрос, было проведено несложное анкетирование.

В ходе анкетирования участникам было предложено два варианта перевода названия одного и того же фильма: дословный перевод и название, под которым фильм выходит в прокат в нашей стране. Выбор фильмов осуществлялся с точки зрения возможности дословного перевода, при отсутствии непереводаемых социокультурных реалий и конфликта между формой и содержанием.

В анкетировании приняло участие 20 человек, 12 из которых в возрасте 14–18 лет, 5 в возрасте 18–30 лет и 3 в возрасте 40–50. Участникам предъявлялись названия десяти довольно новых кинолент, представляющих различные жанры, такие как комедия, мелодрама, ужас и боевик. Так, в частности, было предложено выбрать между: «Беги всю ночь» или «Ночной беглец», «Случайная любовь» или «Любовная загвоздка», «Чемпионат» или «Марио Лопез: докфильм о боксе», «Луноходы» или «Лунная афера», «Любовники» или «Вне времени», «Теория всего» или «Вселенная Стивена Хокинга», «Дом – милый ад» или «Север ада», «Незаконченная работёнка» или «Между делом», «Запчасти» или «Жизнь робота», «Свадебный угонщик» или «Шофёр напрокат».

По итогам анкетирования было выявлено, что трансформированное название вызвало больший интерес, нежели дословный перевод в соотношении 61% к 39%. Таким образом, можно сделать вывод, что в большинстве случаев трансформация названий иностранных фильмов оправдывает себя с коммерческой точки зрения, делая их более интересными, привлекательными и интригующими для русскоговорящих зрителей.

К. Г. Кузнецова

*Науч. рук. Е. В. Сажина,
канд. филол. наук, доцент*

АННОТАЦИЯ КАК СТРУКТУРНЫЙ КОМПОНЕНТ ЖАНРА «ЭКСПЕРИМЕНТ» АНГЛОЯЗЫЧНОГО МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА

Непрерывная эволюция СМИ как одного из важнейших институтов стремительно развивающегося общества порождает совокупность новых жанров медийного дискурса, одним из ярких представителей которого является жанр «эксперимент». Обладая возможностью проверки, демонстрации и исследования предполагаемых, но скрытых взаимосвязей и явлений путем создания экспериментатором нетривиальной ситуации [1, с. 207–208], данный медийный жанр позволяет максимально раскрыть наиболее актуальные и интересные для общественности вопросы в уникальной форме, что обуславливается присущими ему эффектами новизны и неожиданности повествования, а также определенной структурой, важным компонентом которой является аннотация.

Располагаясь вслед за заглавием, аннотация выполняет такие функции как формирование представления аудитории о будущих действиях экспериментатора и предоставление необходимых фоновых сведений о предмете эксперимента. На основе изученных материалов публикаций официальных сайтов англоязычной прессы – The Guardian, The Daily Mail, Times Higher Education, The Independent – излагаемую в аннотации информацию можно разделить на следующие группы: цели и задачи данного эксперимента, вопросы, поднятые проведенным исследованием; общая информация о предмете эксперимента; краткое описание хода эксперимента, изложение действий, предпринятых экспериментатором и испытуемыми; личный опыт экспериментатора относительно предмета эксперимента; наиболее значимые результаты эксперимента.