

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

Факультет иностранных языков

М. Р. Горбатовская
Науч. рук. С. В. Короткевич,
ст. преподаватель

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЙ БРЕНДОВ С КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА

Так как китайский язык по фонетическому составу сильно отличается от европейских, при переводе названий могут возникнуть некоторые трудности. На данный момент самыми распространёнными способами перевода являются буквальный перевод, транслитерация, адаптация и свободный перевод [1, с. 22].

При использовании буквального перевода передается смысл названия бренда, но его звучание при этом не учитывается. Самыми известными брендами, которые были так переведены, являются названия Apple – 苹果 [píngguǒ], что значит ‘яблоко’, Сникерс 士力架 [shìlìjià] – ‘дает воинам силу’, Nestle – 雀巢 [quècháo] – ‘гнездо воробья’. Способ транслитерации может быть не самым удачным, так как велика вероятность допустить смысловую ошибку. При приеме транслитерации передается приблизительное звучание названия бренда. Неудачным примером такого перевода является перевод бренда Best Buy – 百思买 [bǎisīmǎi] – что можно буквально перевести ‘сто раз подумай, прежде чем купить’. Удачными же примерами звукопередачи могут служить названия таких брендов, как Renault – 雷诺 [léinuò], Audi – 奥迪 [àodí].

В случае адаптации название бренда передается близко по смыслу и по звучанию. Данный прием является самым сложным, но самым эффективным способом перевода торговой марки на китайский. Примерами таких успешных переводов могут быть: Coca Cola 可口可乐 [kěkǒukělè] – ‘полный рот радости’, Reebok 锐步 [ruìbù] – ‘быстрые шаги’, Lays 乐事 [lèshì] – ‘радостное событие’. Название бренда не передается по смыслу и по звучанию при применении приема свободного перевода. В качестве примера удачного использования данного метода можно привести компанию Heineken, китайское название 喜力 [xǐlì], что означает – ‘сила счастья’.

Литература

1 Дубкова, О. В. Нейминг мировых брендов в Китае: проблемы лингвистического перевода на китайский язык. / О. В. Дубакова, А. В. Захарова // Язык и культура. – 2021. – № 55. – С. 22–40.

Е. К. Дейкун
Науч. рук. С. В. Короткевич,
ст. преподаватель

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Мобильные приложения представляют собой эффективные средства, позволяющие успешно овладеть иностранным языком.

Существует множество приложений для изучения языков, каждое из которых имеет свои преимущества и недостатки. Наиболее популярными мобильными приложениями являются *LinguaLeo*, *Duolingo*, *Memrise*, *Easy Ten*, *English Galaxy*, *HelloTal*, *Words*.

Критериями определения успешности мобильного приложения можно считать:

1) Возможность оценки эффективности обучения. Пользователи должны обратить внимание на методики обучения, используемые в приложении, на то, какие функции доступны для изучения, и на частоту обновления.

2) Бесплатность и доступность приложения. Приложение должно быть доступным для пользователей с различным уровнем дохода, а также иметь бесплатную версию.

3) Адаптивность и персонализация. Приложение должно быть адаптивным и должно учитывать уровень знаний пользователя. Это позволяет ему учиться в своем собственном темпе и обеспечивает персонализированный подход к обучению с учетом имеющихся интересов и предпочтений.

4) Небольшое количество рекламы. Если реклама часто всплывает при выполнении урока в приложении, то это сказывается на эффективности получения знаний и желании продолжать обучение.

5) Легкость использования. Приложение должно быть легким в использовании и интуитивно понятным. Это позволяет пользователям быстро начать использование приложения.

6) Разносторонность. Чтобы приложение было более эффективным, ему необходимо иметь множество разных направлений: обучение грамматике, лексике, навыкам аудирования, чтения и говорения [1, с. 167].

Литература

1 Сон, И. С. Мобильное обучение в изучении иностранных языков / И. С. Сон // Теория и практика образования в современном мире : материалы III Междунар. науч. конф., Санкт-Петербург, май 2013 г. – Санкт-Петербург : Реноме, 2013. – С. 164–167.

А. В. Короткевич

Науч. рук. И. А. Хорсун,

канд. филол. наук, доцент

ОБУЧАЮЩАЯ ПЛАТФОРМА QUIZLET И ЕЁ ПРЕИМУЩЕСТВА

Современные цифровые ресурсы традиционно рассматриваются в качестве одного из решений текущей задачи повышения уровня владения языками. Российскими методистами Ю. В. Трошиной и Н. О. Вербицкой было дано определение мобильному обучению в рамках методики обучения иностранному языку: «Мобильное обучение иностранному языку – это такая форма организации автономного и персонализированного учебного процесса, где основой или доминирующей технологией являются мобильные устройства связи (смартфоны, планшеты и т. п.), с помощью которых учащиеся могут формировать и совершенствовать языковые навыки, социокультурные и межкультурные компетенции не только во время занятий в классе, но и в любое удобное для них время и находясь в любом месте» [1].

Обучающая платформа *Quizlet* стала одной из самых популярных в короткие сроки благодаря ряду преимуществ: доступность (обучение может происходить в любом месте и в любое время, онлайн и офлайн), интерактивность учебной деятельности,