

реклама и т. д. Основное отличие социальной рекламы от коммерческой заключается в целеполагании. В то время как коммерческие рекламодатели стимулируют рост продаж, цель социальной рекламы заключается в привлечении внимания к общественному явлению.

По результатам исследования сделан следующий вывод: у социальной рекламы есть большой потенциал для развития. Она может использоваться инструментом формирования общественного мнения, способствовать социальной поддержке населения, на нравственные ценности молодежи, расставлять приоритеты.

Список использованных источников

1. Социальная реклама в Великобритании Андросенко Н. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.km.ru/referats/F75B5BC34EFA43D58A682133896008E9>. – Дата доступа: 15.04.2023.
2. Социальная реклама в Великобритании, сравнение. Марьяшова Д., Жминько А. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studwood.net/2162324/marketing/sotsialnaya_reklama_velikobritanii. – Дата доступа: 15.04.2023.
3. Влияние социальной рекламы на молодежь. Бабушкина.Н.В. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://revolution.allbest.ru/psychology/00398456_0.html. – Дата доступа: 15.04.2023.

УДК 372.881

КАТЕГОРИЯ ОПРЕДЕЛЁННОСТИ И НЕОПРЕДЕЛЁННОСТИ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

*Карпович А.А., студ., Степанов Д.А., ст. преп.
Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

В любом современном языке существует семантика определённости/неопределённости, которая выражается разными средствами. Актуальность выбранной темы заключается в изучении проблемы, вызывающей разногласия среди исследователей и содержащей много спорных моментов. Прежде всего, имеется в виду вопрос о наличии данной категории в русском языке. Спецификой данной работы является то, что оппозиция определённости/неопределённости рассматривается в сопоставительном аспекте.

Понятия определённости/неопределённости не имеют однозначного определения в литературе. Содержание категории определённости/неопределённости указывает на то, мыслится ли обозначаемый существительным предмет как относящийся к данному классу предметов или же как предмет известный, выделяемый из класса однородных с ним предметов. В английском языке категория определённости/неопределённости является открытой и выражается регулярно с помощью выбора определённого или неопределённого артикля. Можно рассматривать наличие артикля и, соответственно, наличие открытой категории определённости в языке как свидетельство того, что представление об определённости является важным элементом картины мира для носителей данного языка. Некоторые ученые выделяют в современном английском языке три артикля: определённый (the), неопределённый (a, an) и нулевой (-). Однако другие придерживаются того мнения,

что морфологическая категория артикля двоична и состоит из определённого (the) и неопределённого артикля (a, an).

Вопрос о том, существует ли категория определённости/неопределённости в русском языке, является спорным в лингвистике. А. А. Реформатский отмечал, что в русском языке грамматическое значение определённости/неопределённости, выражается такими способами, как служебное слово (один, одна, одно, одни и т. д.), употребление родительного падежа вместо винительного при отрицании: «Я не вижу книги» (неопределённость), интонация. Большинство лингвистов склонны считать, что в русском языке категория определённости/неопределённости не имеет морфологического выражения, из чего, однако, не следует ее отсутствие. В традиции актуального членения предложения в русском и английском языках наблюдается существенное различие. В русском предложении коммуникативно-значимые компоненты, несущие новую информацию тяготеют к концу фразы. В английском языке новая информация (рема) может выражаться, прежде всего, с помощью неопределённого артикля, при этом не следует забывать об устойчивом порядке слов в английском предложении. Этим расхождением и продиктована необходимость применения такого переводческого приема как перестановка. В русском языке темарематическое членение высказывания может осуществляться путем выделения ремы интонационными, лексическими или синтаксическими средствами. Таким образом, различие средств и способов выражения категории определённости/неопределённости находит отражение и в различии традиций актуального членения предложения.

В данной работе были рассмотрены основные разработки лингвистов по проблеме выражения категории определённости/неопределённости в английском и русском языке, а также исследованы сходства и различия в способах реализации данной категории в параллельных текстах. Также выявлен ряд особенностей категории определённости/неопределённости.

Список использованных источников

1. Аракин, В. Д. История английского языка: учеб. пособие / В. Д. Аракин. – М.: ФИЗМАТЛИТ, 2001.
2. Аракин, В. Д. Сравнительная типология английского и русского языков / В. Д. Аракин. – М.: Физматлит, 2000.

UDC 378.147+004.89

LINGUODIDACTIC TESTING OF LLM-SERVICES IN FOREIGN LANGUAGE ACQUISITION

*Andrenko K.V., student, Kontsevoy M.P., senior lecturer
Brest State A. Pushkin University, Brest, Republic of Belarus*

Based on Large Language Models, dialogue-based LLM services (ChatCPT, Bard, Claude, etc.) provide a serious challenge to traditional teaching and supervision practices. The prohibitions and limitations of LLM services in educational systems are palliative. Increasing use of LLM services by learners is inevitable. Restrictive measures can and must be supplemented by technologies for the effective use of LLM services for didactic purposes. The development of such technologies is relevant and meaningful for modern education.