

различных сетевых ресурсах множества готовых шаблонов и образцов; инструкций по составлению результативных запросов; сервисов автогенерации запросов. Многие из таких ресурсов несомненно являются полезными и нужными инструментами в поддержании диалогов и большими языковыми моделями на приемлемом для пользователя уровне. Вместе с тем, даже грамотное использование лучших из таких инструментов никак не гарантирует эффективности в диалоге с LLM, более того, частотно значимо сопровождается полными неудачами в построении такого диалога. Таким образом, подобные инструменты не решают проблему.

Представляется, что настоящее решение проблемы повышения эффективности пользовательских запросов к LLM требует их теоретического осмысления на более высоких уровнях обобщения, соответствующих лингводидактическому контексту. Например, неправильно составленный пользовательский запрос может стать причиной полного отказа LLM обсуждать затронутую в нем проблематику. Часто причина такого отказа заключается в том, что LLM просто не может правильно интерпретировать пользовательский запрос. Нередко, даже самая незначительная, по мнению пользователя, корректировка запроса к той же самой LLM позволяет в ряде случаев получить от неё блестящий ответ. В лингводидактическом контексте это может быть объяснено тем, что нейросеть работает с языком и речевым материалом совершенно иначе, чем человек. Язык в машинном представлении нечто кардинальное иное, чем язык человека. Взаимодействие человека (пользователя) и LLM (генеративной искусственной нейросети) может быть понято в парадигме межъязыковой коммуникации.

**E. Kozich**

**Е.С. Козич**

БрГУ им. А.С. Пушкина (Брест)

*Научный руководитель М.П. Концевой*

## **VERWENDUNG DER KORPUSLEXIKOGRAPHIE IN EINEM DEUTSCHUNTERRICHT**

### **Использование корпусной лексикографии в преподавании немецкого языка**

Der Einsatz der digitalen Lexikographie erfreut sich in der Lehre immer größerer Beliebtheit. Die Frage ist, wie man die Online-Wörterbücher und Elektronische nationale Korpora im Studium benutzen kann? Mit Hilfe der Korpora kann man: Abweichungen von der Standardlautung notieren; Mehrdeutigkeit von

Wörtern untersuchen; die Häufigkeiten des Vorkommens benachbarter Wörter angeben; die Sprachen und Sprachmittel vergleichen; unterschiedliche lexikalische Mittel (Synonyme, Hyponymen, Hyperonymen) finden; das Mikro-Hören im Unterricht benutzen; Kombinationen von Wörtern mit dem Kontext links und rechts akzeptieren [1].

Im schulischen Umfeld trifft man sich heutzutage mehr die Verwendung von elektronischen Ressourcen, aber Online-Wörterbücher und Elektronische nationale Korpora stellen eine neue und nicht ganz gut erforschte Informationsquelle für DAF- und DAZ-Lehrende. So kann man die Nutzung des DWDS (Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache) [2] im Deutschunterricht in Betracht nehmen, das zunächst kurz mit seinen Such- und Filterfunktionen präsentiert wird. Die DWDS-Korpora umfassen mit Wortschatz und Grammatik eher traditionelle Phänomenbereiche für die pädagogische Nutzung von Korpora. Die möglichen Anwendungsfälle: die Zusammenstellung von Beleglisten zu bestimmten Fachwortschätzen, zur Rezeption und Produktion von Konnektoren, zu bestimmten Wortbildungselementen, zu Konditionalsätzen, zu Formulierungen aus der/die/das, für Schreibproduktionsaufgaben oder als Grundlage für Lückentexte [3].

Ein Beispiel für eine Schulaufgabe kann die Bestimmung der Rektion des Verbs sein. So auf Anfrage @interessiert (@ dient dazu, die Form eines Wortes zu präzisieren, nach einer bestimmten Wortform zu suchen) kann man verschiedene Varianten der Rektion dieses Wortes finden [3]:

1: Künstler und Künstlerinnen, die sich mit Aspekten aus diesem Umfeld beschäftigen, haben das Hebbel am Ufer bereits in anderen Projekten interessiert.

2: Wer sich etwa für russischen Film interessiert oder Filme gerne zu Hause ansieht, für den gab es aber einiges zu entdecken.

3: Die sind an Kompromissen interessiert, bei denen nicht die Parteipolitik, sondern die Vernunft im Mittelpunkt steht, handfeste Entscheidungen, die das Land weiterbringen.

Aber auch muss man andere grammatische Erscheinungen in Betracht nehmen, um diese Aufgabe richtig zu erfüllen. Im ersten Satz dient dieses Wort als Partizip 2, im Satz Nummer zwei ist es das Verb sich interessieren mit Rektion für Akk. und im Dritten steht die Wortverbindung interessiert sein an D. Diese Aufgabe zeigt eine von mehreren Möglichkeiten der DWDS-Nutzung beim Deutschlernen. Die Fähigkeit Online-Wörterbücher und Elektronische nationale Korpora im Deutschunterricht zu verwenden eröffnet neue Möglichkeiten beim Fremdsprachenlernen.

## Referenzen

1. Kozich, E. Linguistische Korpora in einem Fremdsprachenunterricht [Elektronische Ressource] / E. Kozich // Мир в XXI веке: экономические, политические и социокультурные аспекты: материалы XII Междунар. студ. науч.-практ. конф. на иностр. яз. (Минск, 25 нояб. 2022 г.). – Минск: БГЭУ,

2023. – C. 469-470. – Zugriffsmodus: <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/98018> – Zugriffsdatum: 01.11.2023.

2. Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache [Elektronische Ressource] // BBAW. – Zugriffsmodus: <https://www.bbaw.de/forschung/digitales-woerterbuch-der-deutschen-sprache>. – Zugriffsdatum: 03.11.2023.

3. *Nolting, A.* Korpusbasierte Lexikografie: Nutzung von Korpora und Analysewerkzeugen im Unterricht für Deutsch als Muttersprache und Fremdsprache [Elektronische Ressource] / A. Nolting, N. Radtke // Zeitschrift für Interkulturellen Fremdsprachenunterricht. – 2019. – № 24 (2019) 1. – Zugriffsmodus: [https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/8996/file/Nolting\\_Radtke\\_Korpusbasierte\\_Lexikografie\\_2019.pdf](https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/8996/file/Nolting_Radtke_Korpusbasierte_Lexikografie_2019.pdf) . – Zugriffsdatum: 29.10.2023.

## **ИСПАНСКИЙ ЯЗЫК**

**P. Grechánik, M. Tatárinova**  
**П.Е. Гречаник, М.С. Татарина**  
БГЭУ (Минск)  
*Научный руководитель Г.С. Масютина*

### **ERRORES MÁS COMUNES EN LA TRADUCCIÓN PUBLICITARIA DEL INGLÉS AL ESPAÑOL**

#### **Наиболее распространенные ошибки в переводе рекламы с английского языка на испанский**

La traducción publicitaria del inglés al español es un proceso complejo que requiere de una gran habilidad lingüística y cultural por parte del traductor. Sin embargo, en ocasiones se cometen errores que no detectados a tiempo pueden afectar la efectividad de la campaña publicitaria y producir graves consecuencias.

El objetivo de nuestro trabajo es revelar y describir casos de mala interpretación de los anuncios publicitarios en la traducción del inglés (u otra lengua) al español.

Como muestra la práctica frecuente, los problemas de traducción siempre están relacionados con dos tipos de factores: lingüísticos y extralingüísticos. Los lingüísticos incluyen diferencias en vocabulario, gramática y ortografía. Los extralingüísticos están relacionados con la cultura del país meta. Ignorar estas diferencias puede llevar a mensajes inapropiados u ofensivos. Un error común en la