Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы

Е.Н. Малюга *Ответственный редактор*

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИКИ И ЛИНГВОДИДАКТИКИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА ДЕЛОВОГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

Сборник материалов
V Международной научной конференции

20–21 апреля 2012 г.

РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ

V МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИКИ И ЛИНГВОДИДАКТИКИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА ДЕЛОВОГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

Материалы конференции

Москва
Российский университет дружбы народов
Экономический факультет
Кафедра иностранных языков
2012

Редакционная коллегия: д.ф.н., проф. Малюга Е.Н., д.пед.н., проф. Дмитренко Т.А., д.ф.н., проф. Пономаренко Е.В., д.ф.н., проф. Марчук Ю.Н., к.ф.н., проф. Бреус Е.В.

Материалы конференции посвящены актуальным проблемам преподавания иностранного языка делового общения, современным тенденциям профессионально-ориентированного обучения иностранным языкам, использованию новых информационных технологий в учебном процессе, стратегиям обучения переводу в неязыковом ВУЗе, актуальным проблемам современной лингвистики, вопросам межкультурной коммуникации в аспекте языка делового общения.

Тексты материалов печатаются в авторской редакции

ПЛЕНАРНЫЕ ДОКЛАДЫ

Бреус Е.В.
Университет Российской академии образования

ВЗАИМООТНОШЕНИЕ НЕЯЗЫКОВЫХ И ЯЗЫКОВЫХ АСПЕКТОВ ПЕРЕВОДА

В русле коммуникативной модели перевода, получившей широкое распространение среди исследователей и практиков переводческой деятельности, категориальное понятие эквивалентности трактуется как максимально полное сохранение содержания исходного текста в тексте перевода. Для того, чтобы лучше понять, что значит «содержание исходного текста», рассмотрим фазу процесса перевода, отражающую внутриязыковое общение. Компоненты внутриязыкового общения можно представить в виде звеньев следующей цепи: 1) отправная точка процесса внутриязыкового общения, представленная реальной неязыковой ситуацией; 2) неязыковая коммуникативная ситуация «отправитель – сообщение – получатель» как часть реальной ситуации; 3) построение отправителем мысли и оформление её языкового содержания; 4) озвучивание отправителем сообщения; 5) актуализация языкового содержания сообщения; 6) преобразование предложения из единицы языка в единицу речи, высказывание, а также в текст, так как высказывание - это минимальная единица текста; 7) образование предметной ситуации, под которой понимаются предметы, действия и признаки реальной ситуации, отражённые в высказывании.

Теперь ответим на вопрос, какие из упомянутых компонентов содержания исходного текста должны быть сохранены в тексте перевода. Это, прежде всего, реальная ситуация, так как анализ реальной ситуации, лежащей в основе исходного текста, является неотъемлемой частью первого этапа перевода – интерпретации исходного текста. Воспринимая исходный текст, переводчик истолковывает не только лежащую за ним реальную ситуацию, но и

ту цель, которую ставит перед собой отправитель. Иными словами, сохраняется также внеязыковая ситуация общения. Наконец, в том, что касается языковой предметной ситуации, под которой понимаются предметы, действия и их признаки, отраженные в высказывании, то в тексте перевода, с использованием двух способов и всевозможных переводческих методов, подлежат сохранению следующие компоненты исходного текста: 1) смысловая структура высказывания; 2) языковое содержание высказывания, в частности его предикативное ядро и смысл отдельных слов, словосочетаний и грамматических форм; 3) формальные и смысловые связи, обеспечивающие когезию текста; 4) требования, предъявляемые к стилю специализированного текста.

Дмитренко Т.А.
Московский педагогический государственный университет

ОБУЧЕНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В АСПЕКТЕ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Одна из самых приоритетных задач высшего языкового образования – формирование конкурентоспособных специалистов, свободно владеющих своей профессией на уровне международных стандартов. Владение иностранным языком является главным требованием в подготовке конкурентоспособного специалиста. Достижение поставленной задачи предполагает как знание иностранного языка, позволяющего осуществлять международное сотрудничество между специалистами, так и компетентность в сфере межличностных контактов представителей различных языков и культур, знание особенностей их поведения в различных коммуникативных ситуациях, а также обладание высоким уровнем владения межкультурной компетенцией, который позволяет эффективно участвовать в межкультурной коммуникации.

В условиях единого социокультурного пространства Европы требуется воспринимать иную культуру и взаимодействовать с ней в

целях достижения взаимопонимания и обеспечения эффективности делового общения в рамках международного сотрудничества между представителями разных культур. Для постижения национальных ценностей страны изучаемого языка, преодоления культурного шока и возможных кросс-культурных конфликтов, процесс обучения иноязычному деловому общению предполагает сегодня более тщательное ознакомление с культурой страны изучаемого языка, что ведет к обогащению культурного опыта и взаимопониманию. Собственная культурная идентичность гораздо лучше проявляется, а затем и осознается через соприкосновение с другой иноязычной культурой, через понятие и воплощение иных ценностей и идеалов.

В процессе обучения деловому общению на межкультурном уровне студенты более интенсивно приобщаются к культуре страны изучаемого языка, начинают хорошо ориентироваться в ходе межкультурного взаимодействия и действовать в соответствии с общепринятыми в данной культуре нормами. Специалист, достигший высокого уровня овладения межкультурной компетенцией, обладает как способностями налаживать контакты между представителями разных культур, нивелировать и предотвращать межнациональные конфликты, вызванные несоответствием культурно-поведенческих норм и несовпадением национальных ценностей, так и умениями двойного видения одной и той же ситуации на основе эмпатического отношения к другим участникам коммуникации.

Ориентация на конечный результат формирования у личности межкультурной компетенции и способности к деловому общению на межкультурном уровне требует иных подходов к организации занятия. Новые образовательные технологии позволяют повысить мотивацию, эффективно формировать межкультурную компетенцию у студентов, расширить границы учебного времени, увеличить объем практико-ориентированного использования иностранного языка, развить самостоятельность учащихся. Кроме того, новые технологии обучения обеспечивают процесс становления и развития личности, способной эффективно участвовать в межкультурной коммуникации, в том числе и в аспекте делового общения.

Для адекватного понимания и конструктивного общения с представителями другой культуры нужно быть не просто в курсе быта, политики и философии как своей страны, так и страны изучаемого языка, но и хорошо знать реалии жизни народов.

Малюга Е.Н.
Российский университет дружбы народов

ЛИНГВОПРАГМАТИКА ЖАНРОВ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

В настоящее время возрастает интерес к проблемам лингвопрагматики межкультурной деловой коммуникации, изучения английского языка делового общения, связи языка с неязыковыми, экстралингвистическими реалиями и явлениями, исследуемыми в рамках когнитивной лингвистики, а также устной и письменной коммуникации в межкультурном деловом дискурсе.

Межкультурная деловая коммуникация является неотъемлемой частью профессиональной культуры человека. Культура деловой коммуникации способствует достижению эффективного сотрудничества между деловыми партнерами.

В сфере деловой коммуникации межкультурный деловой дискурс – это процесс социального и национального взаимодействия, частью которого является процесс построения и понимания текста, предстающий как совокупность процесса и результата, т. е. термин “межкультурный деловой дискурс” можно рассматривать как текст в совокупности с экстралингвистическими факторами [И.Р. Гальперин, Г.П. Грайс, К.А. Долинин, Л.П. Крысин, А.А. Леонтьев, Дж.Л. Остин, Дж. Тернер и др.].

Социальная роль во многом определяет характер коммуникационного ожидания собеседника, который нельзя не учитывать. Социально-психологическую подоплеку коммуникации Дж. Тернер описывает так: «Вступая в отношения обмена, каждый «актер» строит догадки относительно стремлений другого лица, получая тем самым представление о его нуждах. Каждый «актер»

затем манипулирует своим собственным образом с тем, чтобы убедить своего партнера, что обладает ценными качествами, которыми, видимо, желает обладать и партнер. Корректируя ролевое поведение в стремлении «впечатлить» собеседника имеющимися в наличии ресурсами, люди действуют, подчиняясь принципу взаимности, поскольку, выявляя свои ценные качества, каждый пытается требовать вознаграждений от других.

В межкультурном деловом взаимодействии параллельно функционируют формы и жанры коммуникации, которыми деловые партнеры должны владеть в совершенстве, поскольку от этого зависит эффективность процесса коммуникации.

Межкультурная деловая коммуникация имеет следующие формы – устную и письменную; диалогическую и монологическую; межличностную и публичную; контактную и дистантную. Жанры деловой коммуникации различны – конференции, выставки, семинары, презентации, пресс-конференции, брифинги, интервью, круглые столы, приемы, переговоры, споры и т.д.

Международное сотрудничество в разных сферах профессиональной деятельности постоянно расширяется и приобретает актуальность, особенно в межкультурной деловой коммуникации.

На наше восприятие мира влияет множество факторов (язык, национальность, пол, возраст, этническая принадлежность, экономика, религия, физиологические особенности и т.д.). Каждый человек воспринимает свою культуру в соответствии с его уникальным мировоззрением.

Умение выразить мысли, убедительно и доступно их аргументировать во время деловых переговоров, профессионально вести деловую беседу – качества необходимые для осуществления межкультурной деловой коммуникации.

Разность культур, различия в привычках, традициях, отношении к ценностям свидетельствуют о том, что мы можем употреблять образцы речевого поведения иностранных деловых партнеров, только с учетом их эффективности, а не автоматически переносить стиль ведения межкультурной деловой коммуникации в другую лингвокультуру.

М.М. Бахтин считает, что жанр руководит говорящим в процессе речи: избранный жанр диктует типы предложений и их композиционные связи. Без знания речевых жанров коммуникация практически невозможна.

Сказанное позволяет утверждать, что на первое место в процессе исследования образцов речевых стереотипов межкультурного делового дискурса выдвигается концепция “стиля”.

Таким образом, первостепенное значение для нас имеет достижение определенного эффекта, которое производит высказывание. При изучении межкультурного делового дискурса необходимо, прежде всего, сосредоточиться на тех свойствах высказываний, которые призваны произвести впечатление на участников коммуникации.

Литература

1. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. - М., Наука, 1981.
2. Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXVI. М., 1985. – 234с.
3. Долинин К.А. Имплицитное содержание высказывания // Вопросы языкознания. – 1983. № 6. – 34-37с.
4. Крысин Л.П. Иноязычные слова в современной жизни // Русский язык конца XX столетия. - М., 1996.
5. Леонтьев А.А. Язык, речь, речевая деятельность. – Едиториал УРСС, 2003.
6. Остин Дж.Л. Перформативы – констативы // Философия языка. Пер. с англ. / Ред.-сост. Дж. Серль. М.: УРСС, 2004.
7. Тернер Дж. Структура социологической теории. М.: Прогресс, 1985. – 157с.

Марчук Ю.Н.
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

АВТОМАТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ И СОДЕРЖАНИЯ ТЕКСТА

Современные системы автоматической обработки текста часто дают некачественный результат вследствие того, что они не соответствуют требованиям, определяемым структурой и содержанием текста. Так, машинный перевод, широко представленный разными системами в Интернете, который является, по мнению академика Ю.В. Рождественского, центральной задачей искусственного интеллекта, довольно часто для двух текстов, представляющихся человеку одинаковыми по структуре, тематике и содержанию в рамках современной типологии, дает совершенно различный по качеству результат, и потребителю непонятно, почему так произошло. Поэтому требуется некоторая новая типология текстов, в рамках которой должна работать та или иная разновидность системы автоматической обработки текстов, в том числе и машинный перевод. Человек, характеризуя текст как «политический», «экономический», «дипломатический» и т.п. не представляет себе, какие именно формальные признаки данного текста позволяют его характеризовать так или иначе. Требуется создание автоматизированных систем, которые могли бы по формальным признакам дать четкую квалификацию подлежащему обработке тексту, что исключило бы ошибки в его дальнейшей автоматической обработке. Иначе – нужна новая типология обрабатываемых текстов. Она должна строиться на наборе формальных признаков, которые получаются алгоритмическим анализом формальных или формализуемых характеристик текста. Именно эти характеристики принципиально определяют эффективность автоматической обработки.

В определенной мере задачу типологии помогает решить автоматический контекстологический словарь [Марчук 1976, Марчук 2007], однако он составляется по материалам конкорданса, в основе

которого лежит «человеческий» перевод, и таким образом он уже настроен на определенный тип текста. В нашем случае отнесение обрабатываемого текста к той или иной разновидности должно базироваться на характеристиках, полученных не из переводов данного текста (его еще предстоит перевести), а из объективно существующих в оригинале показателей (признаков) этого текста. Очень важный шаг в этом направлении сделан в исследовании, проводимом в рамках работ кафедры информатики и прикладной лингвистики Минского Государственного Лингвистического университета под руководством профессора Зубова Александра Васильевича. В диссертации Макарич Марины Васильевны описывается способ автоматического создания табличного реферата группы текстов одной тематики [Макарич 2011]. Основное содержание исследуемых текстов определяется с помощью выявления главных опорных слов и второстепенных опорных слов и представления этого содержания в виде соответствующей таблицы. Моделируется логико-семантическая и статистическая структура исследуемых текстов с учетом их статистического и динамического аспектов для установления закономерностей распределения информации по тексту. Выявляются формальные процедуры преобразования естественно-языковых сообщений на формализованный информационный язык для представления знаний о ситуации, отраженной в тексте. На материале 70 англоязычных публицистических текстов проведен компьютерный эксперимент, показавший возможность автоматического преобразования первичных текстов в табличный реферат, отражающий основное содержания и тип текста.

Представляется, что на основе такой методики возможно достаточно точно определить тип текста, его основное содержание, семантическую и синтаксическую структуру, необходимые статистические характеристики лексики и словарного состава, и на основе этих данных выбрать и применить систему машинного перевода с нужными характеристиками.

Литература

1. Макарич М.В. Лингвистическое и информационное обеспечение автоматической системы создания табличного реферата группы

текстов одной тематики (на материале англоязычной публицистики). Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.21 – прикладная и математическая лингвистика. Минск, 2011, 23 стр.
2. Марчук Ю.Н. Компьютерная лингвистика. М., АСТ Восток-Запад, 2007, 317 стр.
3. Марчук Ю.Н. Контекстологический словарь для машинного перевода многозначных слов с английского языка на русский. М.. ВЦП, 1976, часть 1 – существительные, прилагательные; 264 стр.; часть 2 - глаголы, наречия; 256 стр.

Михеева Н.Ф.
Российский университет дружбы народов

ОСОБЕННОСТИ РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ ПАРАГВАЙЦЕВ

В последние годы вопрос о национальных особенностях испанского языка в различных странах Латинской Америки рассматривался достаточно широко как в работах, посвященных отдельным странам, так и в обобщающих трудах Г. В. Степанова [1963, 1976, 1979]. В настоящее время наличие национальных вариантов испанского языка в каждой испаноязычной стране Латинской Америки уже не подлежит сомнению. Особенности коммуникативного поведения латиноамериканцев разных стран не менее характерны и отличны друг от друга.

Вопрос об образовании парагвайской нации достаточно широко освещен в советских и зарубежных исследованиях [Альперович, 1964; КрейдтЮ 1964; Handbook, 1950; Service, 1954; Rosenblat, 1954], так же как и вопрос о причинах становлении и сохранения парагвайского двуязычия [Saguier, 1975; Rubin, 1968]. Во всех этих работах постоянно подчеркивается, что, в отличие от других стран Латинской Америки (Боливии, Гватемалы, Мексики, Перу и др.), где индейские языки сохраняются в качестве единственного средства общения для значительной части населения (индейцев), в Парагвае на индейском языке гуарани говорит метисное

население, часть которого одновременно владеет и испанским в той или иной степени.

Относительно характера этого двуязычия существуют противоположные мнения. Американская исследовательница Дж. Рубин после двухлетнего пребывания и Парагвае пришла к выводу о том, что выбор языка осуществляется достаточно свободно [Rubin, 1968: 115]. Х. Рона считает, что потребность в употреблении испанского языка ограничивается официальной сферой [Rona, 1966: 285], и на основании этой работы Г.В. Степанов характеризует языковую ситуацию в Парагвае как «близкую к диглоссийной» [Степанов, 1976: 142].

Действительно, при кажущейся свободе выбора существует достаточно жесткая система употреблении испанского и гуарани, которая определяется рядом факторов. Парагвайские лингвисты не раз указывали на то, что для правильного поведении в обществе необходимо владеть обоими языками и знать, в каких ситуациях их употреблять [Philipson, 1950: 187].

Назарова Т.Б.
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

КОРПУСНЫЙ ПОДХОД К СЛОВАРНОМУ СОСТАВУ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ: ЗА И ПРОТИВ

1. Корпусные исследования, осуществляемые под эгидой ведущих британских издательств с начала 80-х гг. прошлого столетия, стали основой внушительного перечня одноязычных толковых учебных словарей, без которых не обходится ни один профессионально-оправданный учебно-методический комплекс в нашей стране и за рубежом. Со временем корпусный подход вошел в число наиболее востребованных не только в научно-обоснованном описании разных аспектов языковой системы и речевой деятельности, но и в самом процессе непосредственного преподавания современного английского языка как средства общения в устной и письменной формах. Изучение многообразия аутентичных корпусов дало ответ на

многие вопросы, касающиеся частотности слов и значений, различий между разными функционально-коммуникативными типами речи, пересечений и расхождений между британским и американским вариантами современного английского языка.

2. С точки зрения исследования и преподавания бизнес-английского весьма существенным представляется тот факт, что корпусные лексикографы предложили целый ряд важнейших обобщений относительно реального речеупотребления в деловых ситуациях. Серьезного внимания в этом плане заслуживают новые издания уже зарекомендовавших себя толковых одноязычных бизнес-словарей. Отличительной особенностью используемого в New Oxford Business English Dictionary (Oxford University Press, 2005) корпусного подхода является список из 1000 самых частотных (по мнению составителей, "самых важных") в изученном объеме аутентичного бизнес-дискурса лексических единиц. Провозглашаемая авторитетной группой лексикографов "важность" основывается сугубо на критерии частотности. Вместе с тем, среди включенных в список частотных есть такие слова общего языка, как accept и access, которые приобретают особую значимость прежде всего в устной речи и тем самым содействуют развитию коммуникативных навыков: accept (Will you accept a cheque?)|access (Do you have access to the Internet?). В этом же списке мы находим официально-деловую лексику, которая, как правило, целесообразна в письменном общении: advise (Please advise us of any changes in your personal details.). Многие из перечисленных лексикографами слов являются терминами и обозначают ключевые понятия мира бизнеса, решая таким образом проблему понимания и приближая обучаемых к адекватному восприятию специфики и своеобразия делового сообщества.

3. Планомерное обследование списка 1000 частотных слов, основанного на аутентичном корпусе, позволяет сделать следующие выводы: лексические единицы, объединенные корпусными специалистами в перечень "важных слов", могут и должны быть категоризованы с точки зрения их функционального предназначения – коммуникативной направленности, с одной стороны, и концептуальной/когнитивной ориентации, с другой стороны. Многие бизнес-термины в список важнейшей тысячи единиц не вошли, так как оказались не маркированными с учетом критерия частотности

употребления, но неразрывно связаны с преодолением многочисленных трудностей в понимании мира бизнеса и в квалифицированной интерпретации происходящих в нем процессов.

Пономаренко Е.В.
Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ КАК ЗАДАЧА ЛИНГВОДИДАКТИКИ

В деловом мире всегда признавалась значимость коммуникативных компетенций как важнейшего инструмента профессиональной деятельности, поскольку решение любых вопросов деловой жизни невозможно без использования навыков речевого воздействия. Как неоднократно отмечала профессор Е.Н. Малюга, в различных жанрах межкультурного делового дискурса выделяется два главных направления коммуникации – изложение фактов и изложение мнений. Причем «изложение мнений» подразумевает не столько обычный информационный обмен, сколько стремление донести определенное мнение до адресата таким образом, чтобы он воспринял выраженную точку зрения как убедительную и заслуживающую поддержки. Поэтому приемы и методы повышения коммуникативной эффективности речи студентов стоят в центре внимания преподавателей иностранных языков в вузах и на факультетах, дающих как экономическое, так и любое другое образование. В связи с этим признается необходимым включение в программу языковой подготовки не только профессионального тезауруса, грамматического материала и характерных структурных типов текста, но и различных аспектов развития ораторского искусства, навыков диалогического общения, ведения дискуссии, выстраивания убедительной аргументации.

В русле данной проблематики наряду с серьезными научными исследованиями и учебными пособиями по практике делового общения публикуется немало популярной литературы самого разного

качества по вопросам эффективного бизнес-общения в наиболее характерных регистрах – презентации, переговорах, продвижении товаров или услуг и т.п.

При этом авторы одних публикаций утверждают, что деловые люди, как еще во времена Дейла Карнеги, недостаточно хорошо владеют искусством бизнес-коммуникации, и в своих книгах живописуют неудачи и даже нелепости, обнаруживаемые в речи вымышленных персонажей деловой жизни либо реально существующих известных представителей деловых кругов и связанные с этим возможные провалы в бизнесе или политике. Другие, напротив, уверяют читателя, что он – некий абстрактно рисуемый участник диалога с автором – достаточно умен, эрудирован и профессионально подкован, чтобы успешно манипулировать другими людьми – как партнерами, так и оппонентами – и ему остается только набить руку в практическом применении методов манипуляции, чтобы заморочить голову наивному партнеру и добиться своих целей. Ясно, что и в том, и в другом случае задача автора подобной публикации – не объективная оценка реальной ситуации, связанной с реальными людьми (которые, естественно, могут проявлять разную степень компетентности), а привлечение внимания читателей – либо задевая за живое категоричностью критики, либо заискивая и льстя самолюбию потенциальных покупателей книги.

Тем не менее позитивным моментом такого положения дел является безусловное признание важности для деловых людей овладения хотя бы минимальным набором профессионально значимых *речевых* компетенций как неотъемлемого условия успешного развития бизнеса. При этом речь идет не об откровенном манипулировании сознанием партнера, а, скорее, о стремлении к *гармонизации* делового взаимодействия.

Однако очевидно, что это задача непростая, требующая кропотливого и высококвалифицированного труда преподавателей-языковедов. Поэтому четкое определение необходимых дидактических единиц, разработка комплекса учебно-методических материалов, приемов и методов формирования способности (и, конечно, психологической готовности) к эффективному речевому

воздействию входит в круг важнейших задач лингводидактики делового общения.

Ахмерова А.Ф.
Всероссийский заочный финансово-экономический институт
филиал в г.Уфе

ИНТЕГРАТИВНЫЙ ПОДХОД К ОБУЧЕНИЮ ГРАММАТИКЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В НЕЯЗЫКОВОМ ЗАОЧНОМ ВУЗЕ

Умение рассматривать явления и процессы во взаимосвязи, вскрывать сущность предметов и явлений, видеть их противоречия - один из важнейших компонентов современного образования. Обновление парадигмы познавательной деятельности предполагает формирование нового типа мышления, с одной стороны, структурно - аналитически фиксирующего части целого, с другой стороны – способного осуществлять эту процедуру в контексте исследования объекта как целостной системы [Филонов:1998,7]. В качестве одного из основных критериев качества знаний выступает интегративность, признаками которой являются взаимосвязанность, обобщенность, системность, общенаучность [Семин, 2002: 107].

Интегрированный подход в структуре педагогической деятельности позволяет обучаемым получить единое представление о целом, осознание этой цельности, которое можно понять через комплекс методов, объединенных в систему [Савенкова, 2001: 4]. Напротив, игнорирование принципа интегрированности может свести на нет все усилия преподавателя [Терегулов, 1996: 18].

В заочном вузе применение интегрированного подхода к обучению имеет особое значение, поскольку перед преподавателем стоит задача оптимально структурировать учебный материал, чтобы за короткий срок создать у студентов систему знаний по каждой дисциплине. Примером такой интеграции может служить изучение студентами грамматики английского языка в заочном экономическом институте. Таблица под названием «Система видовременных форм английского языка» заполняется студентами под руководством преподавателя на первом занятии, и в течение всего учебного курса

используется в качестве грамматического справочника. В таблице приводятся примеры употребления всех видовременных форм в предложениях со сходным лексическим содержанием и дается краткая характеристика каждой формы (например, Perfect Progressive обозначает действие, которое началось некоторое время назад и до сих пор продолжается. Графически эту форму можно представить в форме луча).

Остальной грамматический материал также вводится крупными блоками, в основном в виде таблиц. Новый материал постоянно перекликается с уже знакомым, и все грамматические явления рассматриваются во взаимосвязи, что облегчает их усвоение студентами.

Библиография

1. Савенкова Л.А. Педагогические условия интегрированного освоения изобразительного искусства в общеобразовательной школе//Автореферат дис. … докт. пед. наук. - М.: 2001.

2. Семин Ю.В. Междисциплинарный учебный комплекс//Высшее образование в России. - 2002. - №2.

3. Терегулов Ф.Ш. Еще раз о соотношении педагогической науки и педагогической практики. (Критические заметки) //Вестник ВЭГУ. - Уфа: Педагогика,1996. - №3.

4. Филонов Г.Н. Теоретико-методологические основы социальной педагогики. - М.: Изд-во Ассоциации социальных педагогов и социальных работников, 1998.

Богородицкая В.А.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

ОБЩЕУПОТРЕБИТЕЛЬНЫЕ БИЗНЕС-ТЕРМИНЫ В ДЕЛОВОМ ДИСКУРСЕ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

1.Романы, повествующие о деловом мире и взаимоотношениях его представителей, являются традиционным жанром англоязычной литературы и неизменно привлекают внимание профессиональных читателей. Среди наиболее известных и почитаемых современных авторов жанра business fiction особое место занимает австралийский писатель Макс Барри, написавший трилогию о корпоративном мире: *Syrup* (1999), *Jennifer Government* (2003), *Company* (2006).

2.Подробное изучение содержания романа *Company* и последовательный анализ языковых особенностей этого художественного текста позволили сделать несколько наблюдений. Нет сомнений в том, что автор художественного произведения осознанно вводит в предлагаемое им повествование большую совокупность слов, обозначающих наиболее существенные понятия мира бизнеса. В этом смысле бизнес-термины выполняют семиотическую функцию [Назарова 1997, 2000, 2002, 2007, 2009], идентифицируя создаваемое писателем художественное пространство как деловое, в котором функционируют бизнес-предприятия и работающие в них сотрудники. Пять терминологических единиц отличаются повышенной частотностью употребления: company (компания), consolidation (объединение, консолидация), customer (клиент, покупатель), outsourcing (использование внешних источников) и promotion (продвижение по службе).

3.Жизнь вымышленного бизнес-предприятия, названного Zephyr Holdings, противоречит требованиям здравого смысла, регулирующего традиционное общение в деловых целях. Для воплощения абсурдности происходящего Макс Барри намеренно выходит за пределы словарных дефиниций общеупотребительных бизнес-терминов и распространенных моделей морфосинтаксической и лексико-фразеологической сочетаемости, создавая окказиональные словосочетания, в которых, подчиняясь замыслу автора, бизнес-термины обрастают контекстуально-обусловленными эмоционально-экспрессивно-оценочными обертонами. В рассматриваемом художественном произведении бизнес-термины становятся опорой таких стилистических приемов, как оксюморон, персонификация, эвфемизм и игра слов.

Библиография

1. Богородицкая, В. А. Общеупотребительная бизнес-терминология в современном аутентичном англоязычном дискурсе. – Дисс. ... канд. филол. н. – М., 2010. – 191 с.
2. Назарова, Т. Б., Богородицкая, В. А. Общеупотребительная бизнес-терминология в методологическом освещении // Филологические науки. – М., 2010. – №1. – С. 87 – 96.
3. Назарова, Т. Б., Богородицкая, В. А. Общеупотребительная терминология английского языка делового общения: когнитивный подход // Категоризация и концептуализация в языках для специальных целей и профессиональном дискурсе. Сборник научных трудов. Под ред. Л.А. Манерко. – М.: Рязань, 2009. – С. 208 – 226.
4. Назарова, Т. Б., Преснухина, И. А. Региональное варьирование в деловом общении на английском языке. – М: АСТ/Астрель, 2009. – 254 с.
5. Barry, M. Company. – Vintage Books, 2007. – 338 p.
6. Nazarova, T. B. Business English. An Introductory Course for Advanced Students. – M.: Dialogue-M, 1997. – 133 p.
7. Nazarova, T. B. Business English. An Introductory Course for Advanced Students of Language and Literature. – M.: Dialogue-M, 2000. – 161 p.
8. Nazarova, T. B. Dictionary of General Business English Terminology. – M.: AST/Astrel, 2002. – 128 p.
9. Nazarova, T. B., Kuznetsova, Y. N., Presnoukhina, I. A. Business English Vocabulary. A Special Course. – M.: AST/Astrel, 2007. – 319 p.

Зубова У.В.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ВЕРТИКАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ В АУТЕНТИЧНОМ АНГЛОЯЗЫЧНОМ БИЗНЕС-ДИСКУРСЕ

1. Вертикальный контекст — информация историко-филологического характера, необходимая для более полного понимания того или иного текста (Гюббенет 1981: 50). Различают два основных аспекта вертикального контекста: социально-исторический и филологический вертикальный контекст (Ахманова, Гюббенет 1977; Гюббенет 1981, 1991). Последний включает в себя деформированные идиомы, цитаты, аллюзии, имена собственные и разного рода иноязычные вкрапления.
2. В печатных средствах массовой информации филологический вертикальный контекст представлен в заголовках, подзаголовках, комментариях к иллюстрациям и таблицам, а также в самих текстах статьи. Основными источниками аллюзивных фигур речи в деловой журналистике являются прежде всего произведения Уильяма Шекспира, Библия, англоязычная классическая проза и поэзия, пословицы и поговорки. Реже цитируются современная литература, политический дискурс и тексты популярных песен.
3. Изучение делового дискурса в составе третьего издания одноязычной аутентичной энциклопедии *Business: The Ultimate Resource*, осуществляемое в настоящее время на кафедре английского языкознания филологического факультета МГУ, свидетельствует о том, что в рассматриваемых текстах на актуальные темы преобладает информативная направленность: авторы стараются как можно более объективно и полно преподнести факты и комментарии к ним; пишущие используют все виды

цитатной речи, выделенные в работах отечественных ученых: полное (непрерывное и прерывное), косвенное (аллюзивное и скрытое), фрагментарное и обобщенное цитирование (Варченко 2007). Неотъемлемой частью повествования являются иноязычные вкрапления и имена собственные; реже обыгрываются идиомы и вводятся аллюзии, например, заголовок статьи Эла и Лоры Райс *Marketing: The Importance of Being First* представляет собой деформацию названия комедии Оскара Уайльда *The Importance of Being Earnest*.

Библиография

1. Ахманова О.С., Гюббенет И.В. «Вертикальный контекст» как филологическая проблема // Вопросы языкознания, 1977. №3. – С.49.
2. Варченко В.В. Формы и функции цитатной речи в медиа-тексте (на материале английского языка). – Дисс. ... канд. филол. н. – М., 2007. – 188 с.
3. Гюббенет И.В. К проблеме понимания литературно-художественного текста (на английском материале). – М., 1981. – 108 с.
4. Гюббенет И.В. Основы филологической интерпретации литературно-художественного текста. – М., 1991. – 205 с.
5. Nazarova, T.B. The English of the Business Media // Nazarova, T.B. Business English. A Course of Lectures with Exercises, Activities and Tasks. – Moscow: AST/Astrel, 2009. – C. 230–269.

Павлова О.В.
Московский педагогический государственный университет

РОЛЬ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ В ФОРМИРОВАНИИ ФОНЕТИКО-ФОНОЛОГИЧЕСКОГО КОМПОНЕНТА ИНОЯЗЫЧНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ ПРИ ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ

Формируя систему ценностей у своего ученика, современный педагог, преподаватель и учитель должен понимать, что именно правильно расставленные приоритеты объединяют граждан государства, являются ядром их бытия и жизнедеятельности. Образованию и воспитанию культуры речи как на родном, так на иностранном языках, принадлежит важная и постоянная роль. Формирование культуры речи в первую очередь происходит под влиянием образования и зависит от его характера и направленности.

Сложное динамичное развитие современного мира, требующее обновления языкового образования, предъявляет все более высокие требования к преподавателям иностранного языка современной высшей школы. И обобщая современный опыт преподавания иностранного языка в высших учебных заведениях России, мы можем наблюдать активное развитие методической мысли, повлекшее за собой появление огромного количества научно-методической литературы. Сегодня квалифицированный специалист имеет достаточно высокую возможность использовать современные образовательные технологии, что позволяет ему находиться в курсе современных приемов и методов обучения, а также изучать и анализировать существующий опыт, осуществлять экспертную оценку современного опыта, учебников и учебных пособий и организовывать самостоятельную работу, внедряя все новое и передовое в свою деятельность.

Язык как средство общения возник и существует, прежде всего, как звуковой язык, письменный язык возник как фиксация звучащей речи и вторичен по отношению к звуковому языку. Владение звуковым строем языка (наличие произносительных навыков)

является обязательным условием общения в любой его форме. Естественно, речь говорящего на иностранном языке будет понята слушающим с трудом, искаженно или вообще не понята, если говорящий нарушает фонетические нормы. Слушающий не поймет или будет с трудом понимать обращенную к нему речь, если он сам не владеет произносительными навыками; в этом случае между его внутренним проговариванием и фактически звучащей речью возникает рассогласование, что приведет к нарушению акта коммуникации [Гез, 1982: 156].

Таким образом, только сформированность устойчивых произносительных навыков обеспечивает нормальное функционирование устной речевой деятельности. Этим и объясняется актуальность проблемы формирования фонетических навыков на начальном этапе в неязыковом вузе и закрепления этих навыков в дальнейшем в устной иноязычной речевой деятельности.

У каждого языка свой мир звуков. Для того чтобы научиться говорить на нем правильно, необходимо научиться правильно ***слышать*** его, т.е. развивать ***речевой слух*** как психолингвистическую способность, связанную как с восприятием, так и воспроизведением речевого высказывания и выполняющую функции реализации и самоконтроля. Реализующая функция речевого слуха проявляется в умении различать на слух и воспроизводить фонемы и интонемы (соответственно различают фонематический и интонационный слух) изучаемого языка и просодическую структуру английской фразы. Для реализации функции самоконтроля необходимо умение услышать разницу при произношении фонем и интонем английского и русского языков, умение услышать свою ошибку [Журавлева, 1983: 7-8].

Таким образом, подготовка компетентных специалистов по межкультурному общению является важнейшей задачей, которую можно решить в процессе формирования фонетико-фонологического компонента иноязычной компетенции, как у студентов лингвистов, так и у будущих экономистов, менеджеров и коммерсантов.

Литература

1. Гез Н.И. Формирование коммуникативной компетенции как объект зарубежных методических исследований // Иностранные языки в школе. – 1982 . – № 2 – 156 с.
2. Журавлева П.Д. Развитие речевого слуха как компонента профессиональной подготовки преподавателей иностранного языка. Автореф. Дисс… к.п.н. – М., 1983. – С. 7-8.

Семенова Е.В.
Лесосибирский педагогический институт – филиал
Сибирского федерального университета

КУРС «КУЛЬТУРА РОССИИ» НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ В КОНТЕКСТЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ БУДУЩИХ УЧИТЕЛЕЙ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Общение будущих учителей иностранного языка трудно назвать профессиональным уже потому, что оно ограничено учебными условиями и учебным целеполаганием. Однако также сложно провести разделительную черту, которая бы обозначила переход от учебного общения к профессиональному в чистом виде. Полагаем, что здесь уместно говорить о создании условий, где бы будущий педагог смог реализовать себя как субъект профессиональной деятельности, и для этого ему бы понадобились умения вступать в межкультурную коммуникацию на профессиональном уровне уже в стенах вуза. Роль и значение мотивации и внутренних побуждений самого студента здесь трудно переоценить.

Идея разработки курса «Культура России» на английском языке возникла благодаря настоятельным просьбам студентов, которые испытывали трудности в общении с иностранными сверстниками, как в реальной жизни, так и в сетевом пространстве. Они откровенно признавались, что в их представлении о стране и ее культуре слабо

выражена системность, и в целом уровень осведомленности об истории и культуре страны, региона, родного города весьма низок.

Разрабатывая курс, мы исходили из того реального факта, что, во-первых, невозможно объять необъятное, во-вторых, следовало найти такие формы и содержание, чтобы они максимально обеспечили «проживание» студентами той информации, с которой они работают. Иными словами, целью разработки курса стало формирование личностного отношения ко всему, что соотносится с понятием «культура России».

Исходя их этого, мы, наряду с лекциями по узловым вопросам отечественной культуры, сосредоточили внимание на четырех главных темах: «Москва – культурный центр Росси», «Санкт-Петербург – культурный центр России», «Культура Красноярского края», «История и культура родного города». Выбор тематики оправдал себя, поскольку в обеих столицах ярко саакамулировано культурное наследие страны. При этом мы отдавали себе отчет, что перед нами поколение, практически лишенное возможности прикоснуться к культурным ценностям столиц вживую в силу сложных исторических и социально-экономических условий. Родной город, как и регион, ближе студентам, однако здесь есть опасность либо «квасного патриотизма», либо необоснованной критики.

Выбор форм и вариантов заданий был практически полностью ориентирован на формирование личностного отношения студентов к материалу курса. Это отразилось в положительной динамике языковой и речевой компетентности, поскольку студенты должны были самостоятельно подбирать вокабуляр при выполнении итогового проекта «Моя Россия», выполнять творческие задания («Лучшая песня о Москве» по принципу передачи «Достояние республики», написании эссе «If I were in Moscow (St. Petersburg) I would go to…», «За что нам, живущим за Уралом, любить Москву?», озвучивание фильма о родном городе и др.).

Проведенная работа несла в себе черты диагностичности, поскольку она позволила выявить отношение студентов к актуальным вопросам современности. По сути, получился честный разговор об ответственности за настоящее и будущее страны, где они намерены жить и работать.

Теплова Л.И.
Филиал Московского государственного университета
им. М.В.Ломоносова в г. Севастополе

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТОВ В ПРЕПОДАВАНИИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА ДЛЯ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

При отборе текстового материала для изучения английского языка для делового общения акцент, как правило, делается на научные, профессиональные, публицистические тексты. Вместе с тем художественные тексты также с успехом могут быть использованы в преподавании делового английского.

Учебные пособия, для делового английского, содержат модули, организованные тематически, причем последовательность изучения тем, зачастую не имеет какого-либо логического объяснения.

Работа с цельным художественным произведением, сюжет которого связан с описанием мира бизнеса, позволяет выдержать единую тематическую линию. В качестве такого произведения был выбран романа Джулиана Барнса *Англия, Англия,* где последовательно рассматриваются этапы реализации бизнес-проекта. Это произведение примечательно ещё и высокой степенью насыщенности лингвострановедческой информацией. Для практических занятий из романа были выбраны отрывки, к каждому подобран текст аналогичной тематики, но иной жанровой направленности (публицистический, информационный и т.д.). Таким образом, было составлено 12 учебно-дидактических блоков (Company Headquaters, Business Consulting, Job Interview и т.д.) состоящих из двух текстов с сопутствующими им заданиями.

Для работы с художественным текстом разработаны виды заданий, характерные для изучения текстов деловой направленности, предполагающие тщательное изучение терминологии и специфическую организацию информации, например:

I. Find in the text English equivalents for the Russian terms

1) система свободного рынка; 2) колебания (курса акций и т.д.); 3) бюрократическая (чиновничья система)

II. Match the terms and their definitions

1. labour pool *2. bond* *3. vendor*	*a) someone who promotes or exchanges goods or services for money* *b) a debt investment in which an investor loans money to an entity (corporate or governmental) that borrows the funds for a defined period of time at a fixed interest rate.* *c) the source of trained people from which workers can be hired.*

III. Read the extract and fill and fill in the profile

THE SUBJECT of Dr Max's test was a 49-year-old man. Caucasian, middle-class, of English stock though unable to trace his ancestry beyond three generations. Mother's origin Welsh borders, father's North Midlands. State primary education, scholarship to public school, scholarship to university. Had worked in liberal arts and professional media.

Gender _____

Age _____

Origin _____

Education _____

Previous experience _____

Использование художественных текстов позволяет не только сформировать навыки владения языком, но и познакомить студентов неязыковых вузов с современной английской литературой, повысить их культурологическую и лингвострановедческую компетенцию.

Харьковская А.А.

Самарский государственный университет

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ЛИНГВИСТИЧЕСКОМ МИРЕ УЧЕБНИКОВ ПО АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ

(из опыта анализа зарубежных учебных изданий)

Социальный заказ на англоязычные учебные издания обусловлен как ролью английского языка в качестве средства международного общения в мировых масштабах, так и расширением диапазона профессиональной деятельности, в границах которого именно английский язык признается наиболее эффективным способом решения разного рода производственных, социокультурных и политических проблем. Обращает на себя внимание то обстоятельство, что разнообразие учебников по английскому языку, изданных за рубежом, не исключает, а скорее предполагает наличие общих тенденций в тематической аранжировке учебных текстов и методическом сопровождении, а также активное использование мультимедийных материалов, объективно отражающих динамику инфраструктуры современного образовательного дискурсивного пространства.

Одной из тенденций в оформлении и содержании современных учебных пособий следует признать тенденцию к **денационализации** современного английского языка, которая обусловлена многонациональной аудиторией обучающихся, с одной стороны, а, с другой, - коммуникативной рациональностью**,** обеспечивающей оперативное и адекватное понимание коммуникативной ситуации. Весьма показательны в этом отношении аутентичные учебные фрагменты, подготовленные авторитетным издательством, которое уже более века специализируется на выпуске научно-популярного журнала «National Geographic», что значительно повышает рейтинг достоверности материалов, размещенных в учебниках серии «OUTCOMES».

Вторая очевидная тенденция обнаруживается в стремлении авторов учебников и учебных пособий акцентировать внимание на **реализации индивидуального социокультурного потенциала обучаемых в плане их личностного саморазвития**, что вполне логично и закономерно подтверждает тезис о «доктрине устойчивого развития», получившей особую популярность среди философов и педагогов в начале второго тысячелетия. В связи с этим следует подчеркнуть объективное влияние Интернет-дискурса на интенсификацию информационного обмена в условиях учебного процесса по иностранному языку, с одной стороны, а с другой, - на модернизацию методологической платформы, которая служит основанием для совершенствования методических технологий в сфере обучения иностранным языкам в XX1 веке.

Маркерами тенденции к **интердискурсивности** в сфере учебных материалов по английскому языку могут служить учебные разделы, объединяющие различные дискурсивные практики, в границах которых обсуждаются темы самого разнообразного содержания (живопись, путешествия, музыка, кухни разных народов мира, правила ведения бизнеса, спортивные традиции и т.п.). Использование документальных материалов в контексте учебника также способствует актуализации интердискурсивных процессов. Примером такого рода взаимодействия различных дискурсивных практик может служить технология «product placement», под которой обычно понимается размещение названия определенного товара, торговой марки или услуги во всех продуктах, имеющих сюжетную линию и адресованных среднестатистическому потребителю. Сегодня учебный англоязычный текст приобретает новые черты: современные учебники английского языка американских и британских издательств изобилуют упражнениями, основанными на рекламных текстах или текстах, упоминающих конкретные марки и бренды, которые по сути своей также носят рекламный характер. Следовательно, в данном случае можно говорить о том, что рекламный дискурс проник в дискурс учебный и прочно там обосновался, что сопровождается интерференцией дискурсов. На наш взгляд, именно **интерференция дискурсов** привела к тому, что учебный текст в какой-то мере приобрел манипулятивный характер, что повлияло на изменение парадигмы современного англоязычного учебного дискурса.

Черкасова М.А.

Пятигорский государственный лингвистический университет

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ

Как известно, групповая, социальная и профессиональная принадлежность личности оказывает влияние на ее формирование. Здесь стоит подчеркнуть, что по мнению Т. В. Плавской немаловажным фактором, определяющим характер языковой личности является социально-культурный статус, главным образом, сфера профессиональной деятельности и занимаемая личностью должность [Плавская, 2009: 35]. Грамматическое оформление высказывания, поиск лексических единиц, выбор специализированной терминологии, специфическая научно-профессиональная направленность языкового мышления гуманитарного или технического характера являются результатом влияния профессионального статуса говорящего индивида. Кроме того, занимаемая человеком должность порождает определенные ожидания окружающих по поводу поведения индивида в той или иной ситуации общения [Плавская, 2009: 36]. Вслед за И.Б. Авдеевой мы можем отметить, что профессиональная коммуникация – это автономная речевая культура, обладающая жестко заданной спецификой типовых ситуаций и располагающая своим набором жанровых форм, характеризуется специфическим типом организации знаний и имеет конкретные речевые реализации. Отсюда, в последнее десятилетие в лингвистике появился термин «профессиональная языковая личность». Е.И. Голованова определяет профессиональную языковую личность как совокупность интеллектуальных, социально-культурных и морально-волевых качеств человека, сформированных в особой профессионально-культурной среде и отраженных в свойствах его сознания, поведения и деятельности. За любыми действиями, поступками той или иной личности, ее отношением к другим людям стоит комплекс присущих личности (а значит, и соответствующей профессиональной субкультуре) идей, ценностей, взглядов,

потребностей, интересов и моральных убеждений [Голованова, 2009: 15]. Р. М. Фрумкина, рассуждая о специфике сознания специалиста, пишет о том, что профессионалы по существу имеют дело с принципиально иными объектами, учитывают больше признаков и иначе организуют их в композицию [Фрумкина, 2001: 96]. И.Б. Авдеева также утверждает, что частью концептуальной картины мира профессионала является знание об исторических, культурных, социальных и психологических характеристиках, типичных или желаемых для представителя данного социума [Авдеева, 2005: 12]. По мнению Е.И. Голованової профессиональная языковая личность раскрывается в особенностях производимых ею языковых и речевых единиц и целостных текстов, в своеобразии принадлежащего личности профессионального дискурса, подчиненного целям и задачам профессиональной деятельности [Голованова, 2009: 15].

Библиография

1. Голованова Е.И. Профессиональная языковая личность: принципы и параметры лингвистического описания // Языки профессиональной коммуникации. Сборник статей участников Четвертой международной научной конференции (Челябинск, 3-5 декабря 2009г.). – Челябинск, 2009. – С 14.
2. Плавская Т. В. Двуязычный тезаурус исследователя-археолога как основа создания лексикографического продукта нового типа: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.19 / Т.В. Плавская – Ростов-на-Дону, 2009.
3. Фрумкина, Р. М. Психолингвистика : 19. учеб. для студентов высш. учеб. заведений./ Р.М. Фрумкина - М.: Академия, 2001.

Ширяева Т.А.
Пятигорский государственный лингвистический университет

ТЕЗАУРУС КАК РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЗНАНИЙ СОВРЕМЕННОГО ДЕЛОВОГО СООБЩЕСТВА

Когнитивный подход в рамках исследования современного делового дискурса (ДД) позволяет установить связь между познавательной деятельностью языкового коллектива современного делового сообщества и представлением накопленных этим коллективом знаний в языке. Язык используется в разнообразных профессиональных ситуациях, возникающих в различных сферах современного делового сообщества. Дискурсивные предпочтения участников современного делового сообщества проявляются в том, как происходит отбор языковых средств под влиянием определенных коммуникативных условий. Наиболее универсальными «средствами закрепления и передачи знания, как результата когнитивной деятельности, следует, безусловно, считать лексические единицы естественного языка – слова, а также создаваемые ими более сложные единицы и номинативные комплексы (бинарные словосочетания, многокомпонентные лексические единицы, фразеологические словосочетания, речевые клише). Очевидно, что именно слова позволяют выделять и удерживать в знании обозначаемые объекты и свойства, функционируя далее в познавательных процессах в качестве их заместителей и представителей» [Крушанов, 1997: 25].

Данный факт и делает возможным разработку системы представления знаний современного делового мира через построение тезауруса ДД. Именно тезаурус ДД, по нашему убеждению, наглядно демонстрирует профессионально-ориентированные знания, ценности, понятийный аппарат, общепринятые идеи современного делового мира. Иными словами, при помощи тезауруса ДД так или иначе актуализируются в реальных ситуациях (текстах) профессионального делового общения все когнитивные модели, которые присущи этому социальному институту.

Тезаурус ДД, основываясь на внеязыковой картине мира, а именно: повседневной деятельности современного делового сообщества — отражает когнитивную, семантическую и

лингвистическую структуры языка; обладает всеми признаками системы: целостностью, наличием элементов, наличием связей и отношений между этими элементами, структурностью; представляет многоуровневый тематический словарь-классификатор (ТСК) по определенным отраслям деятельности современного делового мира. Данный тематический словарь-классификатор отражает несколько видов парадигматических отношений между словами: гиперлексемные, синонимические, родо-видовые, и т.д. Каждая понятийно-тематическая область с относящимися к ней гиперо-гипонимическими парадигмами вербализует определенный фрагмент действительности в деловом мире и несёт то или иное специфическое значение, которое устанавливается по значению ядерного слова, по парадигматическому сопоставлению, синтагматическим характеристикам и лексико - словообразовательной связи лексических единиц данной области.

Изучение полевого принципа построения тезауруса ДД позволило обнаружить тесное взаимодействие смежных полей, их взаимный переход друг в друга. Отметим, что результаты анализа содержания периферии в полевом построении тезауруса ДД и многочисленные исследования лексико-семантических полей показывают, что тезаурус ДД является ярким свидетельством того факта, что БИЗНЕС имеет тесные семантические связи с другими аспектами жизнедеятельности современного человека.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОГО ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

Аносова Л.Р.

Российский университет дружбы народов

ПОЭТИЧЕСКИЙ ТЕКСТ В ОБУЧЕНИИ СТУДЕНТОВ-НЕФИЛОЛОГОВ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ

Художественные тексты традиционно являются неотъемлемой частью полноценного гуманитарного образования, тем источником, в котором картина мира представлена на уровне художественного обобщения, то есть в наиболее концентрированном виде. Для раскодирования содержания художественного текста существует ряд приемов осмысления текста, которыми должен овладеть обучаемый: постановка вопроса перед собой и поиск ответа на него, постановка вопроса – предположения («А не потому ли … что?»), антиципация дальнейшего плана изложения, реципация (возвращение к ранее прочитанному), критический анализ. [2] Указанные приемы характерны для стратегии читателя при чтении как прозаических, так и поэтических художественных текстов.

Восприятие поэтических текстов тесно связано с эмоциями, и это относится как к восприятию поэтического текста на родном, так и иностранном языке. Через поэзию как вид искусства человек удовлетворяет свои духовные потребности.

Выбор поэтических произведений – важный момент в определении общей стратегии обучения английскому языку по принципу «язык – культура». Безусловно, одним из первых имен, возникающих в памяти при упоминании английской поэзии, является имя В. Шекспира.

Многие исследователи, как в нашей стране, так и за рубежом, в настоящее время говорят о «шекпиризации» гуманитарного образования. Термины «шекспиризация» и «шекспиризм»

рассматриваются рядом авторов как гуманитарные константы в диалоге культур, как современные социокультурные феномены. [1]

В творчестве В. Шекспира особое место занимают сонеты. С точки зрения лаконичности формы, отточенности языка и богатства образной палитры они идеальны для начала знакомства с произведениями великого мастера. В своей работе над сонетами В. Шекспира со студентами гуманитарных специальностей мы обычно выбираем несколько сонетов, наиболее известных и популярных.

Работать над сонетами следует поэтапно. На первом этапе проводится предтекстовая работа, включающая ознакомление с историей создания сонетов, ознакомление с особенностями исторической эпохи, в которой жил и работал автор. На втором (притекстовом) этапе работы идет прослушивание, чтение, подстрочный перевод сонета, комментирование отдельных слов и целых языковых конструкций. Этот этап позволяет вести работу в интерактивном режиме: преподаватель задает вопросы обучаемым – они отвечают, обучаемые задают вопросы преподавателю – он отвечает.

Послетекстовый этап работы может длиться достаточно долго и зависит от самих обучаемых. На этом этапе обучаемые самостоятельно читают и анализируют другие сонеты Шекспира, используя страноведческие и культурологические словари, критическую литературу, ресурсы Интернета и другие источники. Некоторые из них пробуют свои силы в стихотворном переводе шекспировских сонетов на русский язык.

Литература

1. Луков Вл.А., Захаров Н.В. Гуманитарные константы в диалоге культур: шекспиризация, шекспиризм. // М. Изд-во Московского гуманитарного университета, 2006. – 196 с.
2. Прохорец Е.К. Проблемы понимания, интерпретации и взаимодействия автора и читателя при чтении иноязычного художественного текста. // Известия Томского политехнического университета, том 305, вып. 4, 2002, с. 63 – 68.

Борщовецкая В.Д.

Белоцерковский национальный аграрный университет

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К ОБУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЛЕКСИКЕ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Несмотря на многочисленные исследования в области обучения иноязычной лексике делового общения, психологические аспекты этого явления все больше привлекают к себе внимание ученых. На современном этапе существует необходимость в исследованиях, посвященным моделям переработки лексической информации у индивида, вопросам структуры и значения ментального словаря в семантическом пространстве, факторам, влияющим на этот процесс, поиску эффективных приемов запоминания иноязычных лексических единиц профессионального общения.

Не менее интересными для изучения ментального словаря нам представляются явления, касающиеся следующих вопросов: а) идентична ли ментальная лингвистическая организация билингва и монолингва?; б) какое сходство (если оно вообще существует) между семантическими пространствами носителя языка и изучающего язык?

В качестве инновационного подхода как одного из эффективных путей решения вышеупомянутых задач, мы рассматриваем когнитивный подход, основан на когнитивной психологии, на принципе осознанности в обучении и на теории социоконструктивизма, согласно которой студент является активным участником учебного процесса.

Когнитивный подход к обучению иноязычной лексике состоит в том числе в определении механизмов переработки лексической информации с одной стороны, а также путей усвоения и сохранения новой лексической информации с другой стороны. Методическая целесообразность когнитивного подхода состоит в организации активной речемыслительной деятельности студентов в процессе обучения их профессиональной лексике делового общения.

Дьяченко М.В.

Московский педагогический государственный университет

О ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОМ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ В НЕЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ

Профессиональная подготовка, включающая в себя теоретическое обучение и практическую подготовку, направленную на формирование системы профессиональных навыков, обучающиеся испытывают как желание, так и потребность в получении знаний иностранного языка и навыков общения с представителями профессиональной иноязычной среды.

Поэтому назрела необходимость в высших учебных заведениях, обеспечивать своих студентов не только специальностью, но и знанием иностранного языка как минимум в рамках данной дисциплины.

Взаимопроникновение и взаимодействие содержания различных дисциплин и иностранного языка, как учебного предмета, проявляются в том, что передаваемые с помощью иностранного языка знания из других дисциплин служат средством для овладения иностранным языком и иностранный язык является в свою очередь средством для получения этих знаний.

Процессы интеграции могут иметь место как в рамках уже сложившейся системы, в этом случае они ведут к повышению уровня её целостности и организованности, так и при возникновении новой системы из ранее несвязных элементов.

Отдельные части интегрированного целого могут обладать различной степенью автономии. В ходе процессов интеграции в системе увеличивается объём и интенсивность взаимосвязей и взаимодействий между элементами, в частности, надстраиваются новые уровни управления.

Таким образом, в ходе интеграции происходит объединение в целое ранее разрозненных частей и элементов и формируется качественно новое образование системы.

Разным уровням интеграции наук и соответствующих им усложняющимся формам должны соответствовать разные интегрированные курсы, различные по уровню обобщённости материала.

Правильная постановка цели интегрирования определяет стратегию изучения предметов того или иного научного направления (естественного, гуманитарного, технического) и цели создаваемых интегрированных курсов.

Наблюдается интеграция внутри существующего предмета в виде циклов или блоков уроков, объединяющих материал одного и ряда предметов с сохранением их независимого существования, а также разовые интегрированные занятия разного уровня и характера.

Интеграция знаний с помощью целостных курсов и синтеза различных дисциплин – один из испытанных на практике путей построения учебных программ.

Интеграционный характер содержания учебного предмета «иностранный язык» облегчает реализацию идеи о межпредметной координации и интеграции знаний об актуальных проблемах взаимодействия общества и природы, позволяет формировать умения не только синтезировать и обобщать знания по этой проблеме, полученные из других дисциплин, но и передавать их в процессе коммуникации другим людям.

Привлечение знаний, умений и навыков из сферы других дисциплин обусловливает всестороннее развитие и меняет содержание процесса обучения иностранному языку. Взаимовлияние приёмов работы по иностранному языку и прочим предметам в конечном итоге улучшает усвоение всего учебного материала.

Из двуединого характера взаимосвязи иностранный язык с другими дисциплинами вытекают и особенности преподавания. Оно было вызвано к жизни необходимостью совершенствования языковых знаний, умений и навыков.

Как и в обучении, иностранному языку вообще, в профильно-ориентированном обучении английскому языку реализуются принципы, обеспечивающие целесообразность, результативность его обучения.

Мыслительные процессы, происходящие в период изучения материала различных дисциплин на иностранном языке, ускоряют развитие умственной деятельности учащихся.

Психологи, изучающие процесс обучения, в частности последователи Гагне [4] и Брюнера [3], полагают, что при интегрированном обучении сходство идей и принципов прослеживается лучше, чем при обучении различным дисциплинам, так как при этом проявляется возможность применения получаемых знаний одновременно в различных областях.

Интеграция – это один из путей повышения эффективности иноязычного образования, а также мощный стимул в овладении иностранным языком.

Библиография

1. Дьяченко М.В. Подготовка студентов и учителей иностранного языка для работы в профильных классах естественнонаучного направления. – М.: МПГУ, 2009. – 190с.
2. Bruner J.S. The Process of Education. – Cambridge, Massachussetts: Harvard University Press, 1969.
3. Gagne R.M. The Conditions of Learning/Holt, Rinehart and Winston. – New York, 1965.

Еловская С.В.
Мичуринский государственный педагогический институт
Протасова О.А.
Мичуринский государственный аграрный университет

ТЕХНОЛОГИЯ ОБУЧЕНИЯ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ГРАММАТИКЕ В НЕЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ

Наблюдаемое в последние годы несоответствие между возросшими требованиями и качеством владения иностранными языками, реально достигаемым выпускниками неязыковых вузов,

ставит под сомнение оптимальность обучения дисциплине «Иностранный язык». Фактическое отсутствие активных технологий обучения грамматическим явлениям, предполагающих использование творческого потенциала, приводит к определенным трудностям в области подготовки студентов неязыковых вузов, владеющих английским языком, что влечет за собой отрицательные последствия в осуществлении взаимопонимания в профессиональных и личностных контактах. Решение данной проблемы возможно при условии внедрения компонентов арт-технологии в разработанную систему упражнений и творческих заданий, способствующих формированию иноязычных грамматических знаний, умений, профессиональной компетенции.

Технология обучения грамматике в неязыковом вузе предполагает последовательное, поэтапное включение в учебный процесс отобранных научно-популярных, художественных, специальных аутентичных и неаутентичных текстов с учетом их системно-структурных, нормативных и речевых грамматических особенностей.

В процессе обучения грамматике иностранного языка переключение с одного вида занятия на другое и их взаимодействие является образцом творческой деятельности обучающего и обучающегося, которая развивается на основе последовательного творческого обучения. Применяя компоненты арт-технологии (театр, музыка) в обучении грамматическому аспекту иноязычной речи в частности, удается создать положительную мотивацию, т.е. вызвать максимальную внутреннюю активность обучающихся, так как в творческий процесс активно включаются эмоции, воображение и фантазия, интеллектуальная сфера; работают непроизвольное внимание и непроизвольная память; стимулируются творческое мышление и познавательный интерес. «Обучение через творчество» может быть чрезвычайно полезно, поскольку оно предоставляет обучающимся свободу творчества, способствует развитию творческого потенциала личности, готовой принять новое, умеющей импровизировать.

Предлагается три этапа последовательного, поэтапного обучения грамматике английского языка в неязыковом вузе.

I этап – обучение иноязычной грамматике для письменной

фиксации информации на овладение системно-структурными особенностями научно-популярных и художественных адаптированных текстов. **II этап** – обучение иноязычной грамматике для монологического и диалогического общения с учетом нормативных особенностей текстов (на материале специальных и художественных неадаптированных текстов). III этап – обучение англоязычной грамматике, направленное на развитие речевых способностей в случайной ситуации (на материале художественных и специальных аутентичных текстов).

Таким образом, творческое обучение грамматике для чтения, письменной фиксации информации и устного общения студентов неязыковых вузов будет оптимальным при использовании на занятиях в неязыковом вузе компонентов арт-технологии (театра и музыки).

Кенжалинова Н.В.

Сибирская государственная автомобильно-дорожная академия

ОБУЧЕНИЕ ПИСЬМЕННОМУ ИНОЯЗЫЧНОМУ ДИСКУРСУ В ЖАНРЕ ЗАЯВЛЕНИЯ НА УЧАСТИЕ В ПРОГРАММЕ ОБМЕНА (на материале младших курсов технического вуза)

В современном мире из-за стремительного увеличения объемов и темпов обмена информацией, ускоренного развития компьютерной связи, укрепления отношений за рубежом у студентов появилась возможность и потребность участия в различных зарубежных программах обмена, а перед преподавателями иностранных языков встала проблема методической организации обучения письменному дискурсу в жанре заявления на участие в данных программах. Данная проблема также обусловлена тем, что существующие программы по обучению иностранному языку, в том числе и в технических вузах, не всегда учитывают профессиональные потребности и социальные

сферы практического использования иностранного языка в современных условиях. В частности, в них не рассматривается проблема обучения студентов умениям написания заявления на участие в программах обмена, а также не представлена модель методической организации обучения данному жанру письменного дискурса.

Следовательно, разрыв между требованиями программы и насущными потребностями изучающих английский язык с одной стороны, низкой обеспеченностью информацией о заявлениях данного вида и недостатком учебных пособий с другой стороны, обусловил актуальность исследования. Целью исследования являлась разработка и проверка опытным путем эффективности системы упражнений для обучения письменному иноязычному дискурсу в жанре заявления на участие в программе обмена.

Эффективность предложенной технологии и системы упражнений была проверена в ходе опытного обучения, которое проходило в ФБГОУ ВПО «Сибирская государственная автомобильно-дорожная академия» города Омска и включало в себя серию уроков. С целью показать эффективность разработанной технологии обучения, были созданы опытная и контрольная группа. В начале и по завершении опытного обучения в опытной и контрольной группах были проведены предварительный и финальный срезы, с целью выявить сформированность у студентов умений написания заявления на участие в программе обмена и владение такими дискурсивными характеристиками, как связность (когезия), целостность (когерентность), адресованность, построенность дискурса.

Результаты анализа заявлений на участие в программе обмена студентов опытной группы свидетельствуют о том, что после проведения опытного обучения у учащихся возросли умения отбирать релевантную информацию, организовывать ее логически и в соответствии с построениями дискурса, писать четко структурированные заявления данного вида, а также сформировалось умение правильно аргументировать свою точку зрения и использовать обращения к читателю. У студентов контрольной группы уровень владения такими дискурсивными характеристиками, как связность, целостность, адресованность, построенность дискурса, остался

прежним.

Таким образом, в исследовании логически обосновывается выбор особенностей дискурса в качестве содержания обучения письменному иноязычному дискурсу, систематизируются упражнения для обучения особенностям письменного дискурса, рассматривается методика и технология обучения письменной речи учащихся в жанре заявления на участие в программе обмена.

Кондрахина Н.Г., Петрова О.Н.
Финансовый университет при Правительстве РФ

ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОЕ ОБУЧЕНИЕ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В МАГИСТРАТУРЕ НЕЯЗЫКОВОГО ВУЗА

Обучение иностранному языку является обязательным компонентом при подготовке магистров и строится с учетом специфики профессиональной деятельности магистрантов. Учитывая дефицит аудиторного времени, выделяемого на дисциплину «Иностранный язык» в магистратуре, возникает необходимость использования активных форм занятий, организации эффективной самостоятельной работы и применения в образовательном процессе информационных образовательных технологий. Кроме того, в любой магистерской программе иностранный язык должен «обслуживать» две составляющие: образовательную и научно-исследовательскую. [Тельнова А.А., 2011: стр.92]

В докладе организация обучения магистрантов английскому языку с реализацией этих двух составляющих рассматривается на примере магистерской программы «Количественные методы в финансах и экономике», реализуемой в Финуниверситете. К основным сложностям следует отнести следующее:

- поступившие на программу выпускники ряда технических вузов имеют разную языковую подготовку, слабые навыки делового

общения, не знакомы с финансово-экономической терминологией (ни лексически, ни содержательно);

– нет специальных учебных пособий для непосредственной подготовки специалистов указанного профиля.

К положительным сторонам следует отнести сильную мотивацию аудитории, опыт практической деятельности, навыки самостоятельной работы с большими объемами информации, возможность использования материалов англоязычных сайтов и англоязычной литературы по узкой специальности для организации самостоятельной работы магистрантов.

Индивидуальная самостоятельная работа в магистратуре преимущественно носит характер выполнения заданий поискового и научного характера, новых по форме или по содержанию. [Каменская Л.С., Савицкая Т.П., 2011: стр.99].

Примером задания, нового по содержанию, может быть следующее: на базе изученной лексики и языковых средств «classifying and categorizing» подготовить краткое сообщение о видах банковских кредитов, и, выбрав реальный банковский кредитный продукт, описать его, проанализировав в соответствии с изученной классификацией. Примером задания, нового по форме (и частично, по содержанию), может служить подготовка и участие в конференции о применении дискретной математики в экономике и финансах.

Кроме того, для самостоятельной работы рекомендованы мультимедийные и on-line курсы.

Библиография

1. Каменская Л.С., Савицкая Т.П. Организация самостоятельной работы магистрантов по иностранному языку в техническом вузе. Вестник МГЛУ, выпуск 12 (618) Педагогические науки. Приоритетные направления в обучении иностранным языкам. Москва ИПК МГЛУ «Рема» 2011, С. 98 – 110.
2. Тельнова А.А. Модели обучения иностранному языку в магистратуре неязыковрого вуза. Вестник МГЛУ, выпуск 12 (618) Педагогические науки. Приоритетные

направления в обучении иностранным языкам. Москва ИПК МГЛУ «Рема» 2011, С. 90 – 97.

Корж Т.М.
Севастопольский институт банковского дела
Украинской академии банковского дела
Национального банка Украины

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДОВ К ОБУЧЕНИЮ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ ДЕЛОВОГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

Анализируя методическую и учебную литературу по вопросу обучения английскому языку делового и профессионального общения, можно выделить основные подходы, а именно: лексический подход (Lexical approach), метод творческой познавательной деятельности (Discovery approach), метод коммуникативных заданий (Task-based learning (TBL)), имитационно-игровое моделирование (Role-plays, simulations), кейс-метод (Case studies) и предметно-интегративный подход (Content and Language Integrated Learning (CLIL)).

Лексический подход, предложенный Майклом Льюисом (Michael Lewis) устанавливает приоритет лексики над грамматикой. Грамматические структуры рассматриваются лишь как устойчивые словосочетания, а языковой материал преподносится в виде лексических единств (chunks), которые заучиваются и затем используются в речи как готовые единицы.

Положительными моментами этого подхода является то, что основное внимание уделяется содержательной стороне высказывания, и задания на основе лексического подхода позволяют организовать большой объем лексического материала в наиболее запоминающемся и логическом виде. Все это делает данный подход особо ценным для обучения языку делового и профессионального общения. Однако

недостаточное внимание к грамматике приводит к большому количеству ошибок

Метод творческой познавательной деятельности, также как и метод коммуникативных заданий, имитационно-игровое моделирование и кейс-метод являются разновидностью коммуникативного подхода и ориентированы на личность обучаемых, развитие их творческой деятельности и когнитивных способностей. При всех достоинствах данных подходов существует риск того, что слабые «студенты уйдут в тень» и основная нагрузка будет падать на сильных и активных студентов. Высока вероятность того, что студенты будут использовать только хорошо знакомую лексику и грамматические структуры. Все упомянутые подходы являются достаточно времяемкими, требуют тщательного планирования и хронометрирования ученого времени. В большинстве случаев не подходят для начального уровня.

На наш взгляд наиболее перспективным для обучения деловому и профессионально-ориентированному языку является CLIL (предметно-интегративный подход, межпредметное языковое интегрирование, предметно-языковое интегрированное обучение). Данный подход предполагает обучение специальным дисциплинам на иностранном языке, т.е. иностранный язык выступает в качестве средства обучения и интегрируется в процесс обучения предметным дисциплинам. Это позволяет экономно использовать учебное время, расширить профессиональную компетенцию студентов, повысить их мотивацию в использовании иностранного языка в профессиональных целях.

Этот подход по праву считается одним из самых перспективных для обучения иностранным языкам делового и профессионального общения, поскольку он позволяет совместить изучение сразу двух предметов, одним из которых является иностранный язык. Во многих европейских странах CLIL применяется в различных образовательных контекстах – от старшей группы детского сада до высшего образования.

Кузнецова И.А.
Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

УЧЕБНЫЙ АНГЛО-РУССКИЙ СЛОВАРЬ ДЛЯ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ МЕТОДИКИ ПРЕПОДАВАНИЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО: СТРУКТУРА СЛОВАРНОЙ СТАТЬИ

1. Последнее десятилетие отмечено выходом в свет большого количества учебной литературы различных типов, причем следует отметить возросшую роль лексикографических пособий. Словарь – книга, содержащая систематическое описание совокупности слов данного языка, территориального или социального диалекта [Ахманова, 1966: 421]. Учебный словарь – книга, содержащая упорядоченный по тому или иному принципу перечень слов, отвечающая методическим требованиям, оформляемая, как правило, в виде одного небольшого по формату тома и обеспечивающая быстроту и легкость наведения справок [Денисов, 1976: 216 –217].

2. С учетом процесса глобализации, в ходе которого английский язык прочно утвердился в роли важнейшего средства межкультурной коммуникации, необходимо отметить сохраняющуюся потребность в создании нового поколения учебных одноязычных и двуязычных словарей с более продуманной структурой словарного гнезда. В работе над таким проектом за точку отсчета взята модель словарной статьи, использованная в *Словаре общеупотребительной терминологии английского языка делового общения* [Назарова, 2002]: заголовочное слово, выделенное полужирным, его русский эквивалент (или эквиваленты), дефиниция на обоих языках и аутентичные словосочетания (и/или высказывания) с ключевым термином; со временем эта структура словарного гнезда была усовершенствована с опорой на когнитивный подход к отбору заголовочных бизнес-терминов и связанных с ними линий соподчинения [Назарова, Богородицкая, 2009].

3. Систематизация терминосистемы методики преподавания английского языка как иностранного с опорой на когнитивное моделирование, разработанное Т.Б. Назаровой и В.А. Богородицкой, легла в основу учебного англо-русского словаря для специалистов

избранной области знания. Каждая словарная статья содержит заголовочный методический термин, его дефиницию на английском языке, перевод на русский язык с соответствующим русскоязычным определением, иллюстративную фразеологию и перекрестные ссылки, позволяющие установить концептуальную связь исходного материала с другими понятиями в системе терминов методики преподавания английского языка как иностранного.

Библиография

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – М.: Советская энциклопедия, 1966.
2. Денисов П.Н. Основные проблемы теории лексикографии. – Дис. ... д. филол. н. – М., 1976.
3. Назарова Т.Б., Богородицкая В.А. Общеупотребительная терминология английского языка делового общения: когнитивный подход // Категоризация и концептуализация в языках для специальных целей и профессиональном дискурсе. Сборник научных трудов. Под ред. Л.А. Манерко. – М.: Рязань, 2009. – С. 208 – 226.
4. Nazarova, T.B. Dictionary of General Business English Terminology. – M.: AST/Astrel, 2002.

Литвинов А.В.
Российский университет дружбы народов,
Московский городской психолого-педагогический университет

ПРОБЛЕМЫ РАЗРАБОТКИ СОДЕРЖАТЕЛЬНОГО АСПЕКТА В ОБУЧЕНИИ ДЕЛОВОМУ ОБЩЕНИЮ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ

Разработка содержательного аспекта обучения деловому общению должна осуществляться на основании комплексного подхода и целей обучения. Считается, что универсальным способом представления речевого материала являются каталоги речевых действий. Отметим,

что работа по составлению каталогов речевых действий представляет собой заключительное звено в процессе разработки коммуникативного содержания курса. Это вытекает из того, что ее составлению предшествует отбор и анализ текстов, представляющих речевой материал.

Для деловой речи характерна однотипность, сходство речевых действий во многих ситуациях делового общения. Именно поэтому коммуникативный минимум курса должен быть организован на основании следующих процедур:

- выделение и описание основных социо-коммуникативных ролей, свойственных данной сфере общения, и их конфигураций;
- классификация основных типов ситуаций, связанных с исполнением основных коммуникативных ролей;
- выделение основных коммуникативных намерений, их ситуативно-ролевая отнесенность;
- составление текстотеки монологических (документальных, публицистических, научных) и диалогических текстов, адекватно представляющих основные ситуации и коммуникативные роли, их объединение по способу выражения контекстуальных параметров общения в деловом дискурсе;
- составление каталога речевых действий, их группировка и методическая интерпретация.

В процессе изучения курса делового английского студенты овладевают определенным набором речевых действий для выражения фактической информации, интеллектуальных отношений, эмоциональной оценки, воздействия, убеждения; знакомятся с особенностями функционирования формул речевого этикета в деловом дискурсе; учатся структурировать как устную, так и письменную речь.

Так, в области речевого этикета студент должен уметь:

- привлечь внимание собеседника;
- использовать формы официального и неофициального обращения, ответить на эти обращения;
- познакомиться с деловым партнером, представить своих коллег, ответить на представления;
- попрощаться, высказать пожелания дальнейшего сотрудничества;

- извиниться и принять извинения;
- поблагодарить партнера (коллегу), ответить на благодарность;
- выразить понимание, непонимание; попросить повторить, уточнить, разъяснить сказанное;
- перефразировать и объяснить другими словами;
- осведомиться, понял ли собеседник его слова;
- высказать комплимент, любезность, добрые пожелания и ответить на них;
- выразить сочувствие, соболезнование, ответить на них.

При структурировании речи студент должен:

- постоянно проводить самокоррекцию;
- уметь вводить и изменять тему;
- корректно выражать собственное мнение;
- обобщать, делать выводы, суммировать сказанное;
- инициировать внимание собеседника, оценивать показатели внимания собеседника к собственной речи;
- поощрять собеседника к продолжению речи;
- корректно прерывать собеседника, подталкивать его к смене темы.

В плане выражения фактической информации студент должен уметь строить сообщение соответственно замыслу и теме; корректировать, уточнять и выяснять информацию. В плане выражения интеллектуальных отношений и состояний студент должен уметь выражать согласие/несогласие, знание/незнание, выражать степень вероятности или необходимости чего-либо, высказывать предположение, уверенность/неуверенность, компетентность/некомпетентность, способность/неспособность сделать что-либо; изъявлять желание, потребность, намерение и предпочтение. Студент должен уметь корректно или контекстуально выражать свои эмоциональные оценки и воспринимать эмоциональные оценки собеседника (симпатию, расположение, интерес, огорчение, заинтересованность, сожаление и т.д.). Студент должен научиться воздействовать на собеседника: предлагать помощь, содействие, совет; высказывать предостережение и поощрение к действию; предлагать помощь, принимать предложения; давать однозначные или уклончивые ответы.

Указанный выше перечень речевых умений и речевых действий студента формируется в ходе занятий, организованных по ситуативному принципу. В рамках специального курса может быть выдвинуто и решаться множество различных задач, но основной всегда является задача формирования речевых умений и навыков в тех видах и формах общения, на которых основывается будущая профессиональная деятельность.

Михайлов Ю.И.

Академия труда и социальных отношений

КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД И ЯЗЫКОВАЯ ПРАКТИКА СТУДЕНТОВ-НЕЛИНГВИСТОВ В РЕАЛЬНОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ: ОПЫТ, ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Актуальность языковой практики студентов-нелингвистов в реальном секторе экономики в широком смысле этого слова, для которой неязыковые вузы готовят специалистов, обусловлена, по нашему мнению, активной интеграцией России в международное сотрудничество в области экономики, техники, науки, образования и туризма и в связи с этим ростом спроса на специалистов с практическим знанием иностранного языка для деловой и профессиональной коммуникации; недостатками в языковой подготовке специалистов, что не соответствует требованиям инновационной экономики и бизнеса; растущими возможностями и перспективами с точки зрения разработки и применения новых эффективных педагогических технологий с опорой на компетентностный подход. Важным моментом при организации языковой практики является, по нашему мнению, также то, что при ее реализации не требуется финансовых затрат со стороны вузов и студентов.

Расширение международных связей создает одновременно и базу для совершенствования языковой подготовки, в том числе за счет организации языковой практики в реальном секторе экономики: в российских предприятиях и организациях, осуществляющих международные связи; в иностранных фирмах и организациях, представленных в нашей стране; в международных организациях, работающих в России. Возможности для организации языковой практики для наиболее подготовленных в языковом отношении студентов имеются практически во всех регионах страны, так как в них работают иностранные фирмы и многие российские предприятия и организации осуществляют международные связи. Существенным для организации языковой практики является то, что эти международные связи реализуются главным образом на постоянной основе. Так, в настоящее время почти во всех субъектах РФ представлены более 6500 фирм и организаций только из Германии и их число, согласно немецким источникам, ежегодно увеличивается на 3-5 процентов.

Что дает языковая практика в реальном секторе экономики в образовательном, в компетентностном плане, а также в плане повышения конкурентоспособности обучаемого на рынке труда? По нашему мнению, психолого-педагогический потенциал языковой практики в реальном секторе экономики огромен. Международные связи являются важной сферой применения иностранного языка. Для студентов организация языковой практики открывает большие и качественно новые возможности для закрепления, апробации, тренировки, применения и расширения полученных в вузе ЗУНов по языку в сфере реальной экономики (аудирование, устная речь, устный и/или письменный перевод деловой реальной, а не учебной корреспонденции, разговор по телефону с инопартнером, участие в беседах и переговорах, а также перевод и составление аннотаций, реферирование текстов по специальности). У них возникает естественная мотивация, так как выполняется реальное задание.

Весьма важным сопутствующим моментом является то, что студенты в период прохождения языковой практики получают также задание ознакомиться с организацией

международных/внешнеэкономических связей предприятия и делопроизводства, поработать с оргтехникой, Интернетом. Такая практика позволяет весьма органично и эффективно интегрировать языковую подготовку и подготовку по осваиваемой студентом специальности в широком смысле слова, формировать востребованные языковые и профессиональные компетенции, а также личностные качества, которые обеспечат ему в будущем быстрое включение в реальную работу на предприятии, а также повысят его конкурентоспособность на рынке труда.

Обобщенно можно сказать, что языковая практика является весьма продуктивным и перспективным фактором, который позволяет по-новому, более эффективно и мотивированно организовать процесс обучения и научения в следующих аспектах: лингвистическом, страноведческом, в профессиональном, педагогическом (проблемно-деятельностный подход, индивидуальный подход, активные методы обучения - ролевые игры, деловые игры, проектирование), образовательном (компетенция самостоятельной работы), компетентностном, психологическом.

Автор этих строк накопил определенный положительный опыт в организации языковой практики в реальном секторе экономики (наши студенты проходили языковую практику в администрациях ряда областей, министерствах и ведомствах, торгово-промышленной палате и т.д.). Организация практики включает следующие этапы: определение целей, задач, форм, продолжительности, периодичности языковой практики; отбор студентов для языковой практики (критерии); подбор российских, иностранных и международных фирм и организаций, работающих в России (критерии); составление задания на языковую практику; индивидуальная и групповая подготовка (инструктаж); собственно языковая практика с получением студентом отзыва предприятия о ее прохождении; индивидуальный отчет студента о прохождение языковой практики с изложением конкретных выводов и предложений по совершенствованию языковой практики и учебного процесса; организация и проведение ежегодного межвузовского «круглого стола» на языке (языках) по теме «Языковая практика – глазами

студентов» с публикацией сборника выступлений студентов на иностранном языке (языках).

Для успешной организации практики студентов в реальном секторе экономики следует предусматривать соответствующие мероприятия в планах работы преподавателей, кафедры, совета факультета, в УМК и др. документах. Наш опыт организации языковой практики в принципиальном плане может найти свое применение в вузе любого профиля.

Попова С.Н.
Российский университет дружбы народов

ОПТИМИЗАЦИЯ ИЗУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА ПО МЕТОДУ «ЯЗЫК ВОКРУГ НАС»

Несмотря на престиж и понимание необходимости в изучении иностранного языка, обучающиеся, независимо от возраста, часто испытывают трудности при его освоении. Доказано, что для преодоления «барьеров» в изучении, прежде всего, следует обеспечить наличие внутренней мотивации. Конечно, проблемы в обучении возникают по каждому предмету, но особенно остро они проявляются в изучении иностранного языка. Все дело в особой специфике предмета, требующей от ученика и студента наличия определенной базы и коммуникативных способностей. Нередко это вызывает определенные сложности и желание («мотив») учиться исчезает.

Рассматривая мотивацию как основную движущую силу в изучении иностранного языка, следует отметить, что мотивы относятся к субъективному миру человека, определяются его внутренними побуждениями. В этом мы видим проблему вызова мотивации со стороны. Человек сможет выучить иностранный язык, если только сам почувствует необходимость в этом, то есть будет замотивирован. Не важно что это будет: возможность путешествовать, получить высокооплачиваемую должность, стремление к

саморазвитию – главное, чтобы обучающийся чётко сформулировал и осознал для себя «зачем» и «для чего» он это делает.

Мы также считаем, что если правильно использовать окружающую нас информацию, то возможно сделать процесс изучения иностранного языка (в нашем случае это английский) намного эффективнее и интереснее. Для этого необходимо лишь обеспечить соблюдение некоторых условий. Во-первых, как уже говорилось, изучающий язык должен быть максимально мотивирован на получение результата. Во-вторых, он должен постараться «погрузиться» в языковую среду, не нарушая при этом привычного распорядка дня, чтобы «переход» произошёл «безболезненно» и не вызвал эффект «отторжения».

Также заметим, что, на сегодняшний день одним из наиболее трудных моментов в изучении английского языка, особенно на начальном этапе, является расширение словарного запаса. Нередко именно этот аспект мешает плодотворному усвоению материала. В то же время, ежедневно мы сталкиваемся с иностранными словами, фразами, понятиями, обозначениями в повседневной жизни. Опираясь на свой жизненный опыт и проведя небольшой социологический опрос, мы заметили, что процент английских слов и слов английского происхождения в речи, может меняться от показателя в 5 % до 35-40%, если мы говорим о людях увлечённых.

Следовательно, если более внимательно рассмотреть, к примеру, окружающие предметы и задуматься над построением слов, фраз, предложений, которыми мы пользуемся в повседневной жизни, то изучение языка может стать более быстрым, осмысленным и приятным.

Библиография

1. Вилюнас В.К. Психологические механизмы мотивации человека. - М.: Изд-во МГУ, 1990.
2. Готлиб Р.А. Социальная востребованность знания иностранного языка / Р.А. Готлиб / Социологические исследования, № 2, 2009..
3. Обучение иностранным языкам. Материалы для специалиста образовательного учреждения. М., 2003. 192 с.

4. Сосновский Б.А. Мотив как личностное образование // Мотивационная регуляция деятельности и поведения личности. Тематический сборник научных работ. - М., 1988.

Сибул В.В.

Российский университет дружбы народов

ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД К ОБУЧЕНИЮ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ В НЕЯЗЫКОВЫХ ВУЗАХ

Цели обучения отражают социальный заказ общества и зависят от условий обучения и языковых потребностей учащихся. Выбор цели зависит от профиля учебного заведения, в котором преподается иностранный язык.

Иностранный язык перестает быть самоцелью, становясь инструментом учебной и профессиональной деятельности. Компоненты межкультурной коммуникативной компетентности имеют непосредственный выход на ключевые компетентности, составляющие единую, социально-профессиональную компетентность специалиста.

Недостаточный уровень сформированности социолингвистической, межкультурной и стратегической компетенций оказывает неблагоприятное воздействие на процесс профессионально-делового общения, может вызывать реакцию неприятия и отчуждения и поэтому не способствует продуктивности выполняемой специалистом деятельности. Коммуникативный компонент обусловлен необходимостью осуществлять диалог в условиях делового общения и коллективного взаимодействия, преодолевать конфликтные ситуации, включаться в сложные системы коммуникации и кооперации [Мишаткина Т.В., 1997].

Для стимулирования познавательной и коммуникативной активности обучающихся им целесообразно предъявлять новый, повышенной трудности иноязычный материал в виде печатных

текстов, аудио- и видеоматериалов для восприятия, понимания и обсуждения. Обучающие аутентичные материалы содержат неизвестную информацию на иностранном языке, расширяющую представления о профессии, культурном и языковом многообразии мира. После изучения текстового материала в разном предъявлении (чтение, прослушивание, просмотр) следует анализ, а затем формулирование проблемы и обсуждение, для чего предлагаются самые разнообразные коммуникативные задания в ситуациях делового и межкультурного общения. Учебная программа по иностранному языку для неязыковых вузов предполагает деятельностный подход – речевая деятельность осуществляется в широком социальном контексте. На первый план выходит функциональная сторона иностранного языка.

Концепция контекстного, или знаково-контекстного, обучения была разработана А.А. Вербицким и его школой в русле деятельностной теории усвоения социального опыта людей (Л.С. Выготский, С.Л. Рубинштейн, А.Н. Леонтьев, А.А. Леонтьев, П.Л. Гальперин, В.В. Давыдов, Н.Ф. Талызина и др.), осуществляемого в процессе собственной активности индивидуума. Реализация деятельностного подхода к усвоению знаний не представляет принципиальных трудностей в тех случаях, когда речь идет об относительно простых фрагментах социального опыта. В случае же овладения сложной профессиональной деятельностью мы сталкиваемся с тем, что формы организации учебно-познавательной деятельности не адекватны формам будущей профессиональной деятельности. Данное противоречие стало одним из аргументов в пользу разработки концепции обучения контекстного или знаково-контекстного типа.

Обучение контекстного типа характеризуется моделированием на языке знаковых средств предметного и социального содержания будущей профессиональной деятельности специалиста и «обусловливает развивающий характер вузовского обучения, поскольку обеспечивает необходимые условия для порождения мотивации учения, активности личности в учебно-познавательной деятельности, межличностного диалогического взаимодействия» [Вербицкий, 1987: 13]. В этом случае студенту с самого начала задаются контуры его будущей трудовой деятельности. Особенно

ценным для комплексной профессиональной подготовки будущих специалистов при контекстно-деятельностном подходе к обучению является то, что оно выступает той формой личностной активности, которая обеспечивает воспитание и развитие необходимых предметно-профессиональных и социальных качеств личности будущего специалиста.

Представляется, что в русле современной образовательной парадигмы контекстное обучение имеет огромный дидактический потенциал для обучения иностранному языку. В частности, наибольшие возможности для решения поставленных перед высшей школой глобальных образовательных задач в учебном процессе предоставляет игровое имитационное моделирование, то есть материальное или мысленное имитирование в игровой форме реально существующей системы путем создания специальных аналогов (моделей), в которых воспроизводятся принципы организации и функционирования этой системы [Ладенко, 1985: 43].

Кроме того, игровое имитационное моделирование способствует развитию интереса обучающихся к своей будущей профессии. Как отмечает Дж. Брунер, «обеспечить интерес студента к учебному предмету легко, когда обучение происходит в контексте жизни и действия, но становится трудным, когда обучение носит абстрактный характер» [Брунер, 1977: 18]. И, наконец, обучение, построенное на основе игрового имитационного моделирования, дает студентам возможность, оказавшись в условиях, которые близки к реальным, объективно оценить свою компетентность, убедиться в необходимости развивать и совершенствовать иноязычные навыки речевосприятия и речепорождения.

Воссоздание в аудиторных условиях и на языке научных понятий условий и динамики производственных процессов, а также отношений и действий занятых в нем людей наиболее полно реализуется, как показывает опыт, именно в деловой игре, которая моделирует предметное и социальное содержание будущей профессиональной деятельности специалистов, задает ее контекст.

Рассматривая, вслед за А.А. Тюковым, игровую форму обучения как «способ формирования и расширения профессиональных ориентиров и тренинг в модельных условиях» [Тюков, 1987: 50], мы полагаем, что такая форма обучения как деловая игра обеспечивает в

полной мере формирование не только теоретического и практического мышления специалиста, но и необходимых «должностных» качеств его личности – способностей к управленческой деятельности, принятию коллективных решений, умений и навыков социального взаимодействия, руководства и подчинения.

Литература

1. Мишаткина, Т.В. Культура делового общения: учеб. пособие / Т.В. Мишаткина, Г.В. Бороздина; под общ. редакцией Т.В. Мишаткиной. – Мн.: Изд-во Союз НПК РБ, 1997. – 283 с.
2. Вербицкий, А.А. Игровое моделирование: методология и практика / А.А. Вербицкий. – Новосибирск, 1987. – 167 с.
3. Педагогика и психология игры / отв. ред. И.С. Ладенко. – Новосибирск: Новосибирский пед. институт, 1985. – 121 с.
4. Брунер, Дж. Психология познания: Пер. с англ. / Дж. Брунер. – М.: Прогресс, 1977. – 412 с.
5. Тюков, А.А. Организационные обучающие игры и моделирование процессов социального развития личности / А.А. Тюков // Игровое моделирование: методология и практика. – Новосибирск: Наука, 1987. – 232 с.

Соколова Н.И.

Финансовый университет при Правительстве РФ

СИТУАТИВНЫЙ ПОДХОД В ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОМ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Современная высшая школа с её динамикой развития, принципами, формами и методами обучения не всегда успевает реагировать на обоснование процессов в вузе и довольно часто сдерживает внедрение новых приёмов и способов обучения. Стало

необходимым появление промежуточного звена между динамикой обучения и методикой, которое сможет в действительности связать теорию и практику. В данном случае технология обучения призвана взять на себя функции прикладной дидактики.

Рассматривая новые педагогические технологии в контексте профессионально ориентированного обучения иностранным языкам при подготовке специалистов в области финансов и бизнеса, следует выделить ситуативный подход (case-study), который учит будущих специалистов принимать решения в конкретной непредсказуемой ситуации. В этой связи цель деловых учебных ситуаций – накапливать у учащихся опыт действовать в безопасных учебных условиях, с правом на ошибку и её исправление, что способствует формированию опыта субъектной активности, ценностного самоопределения, сотрудничества и толерантности и др. Подход case-study иллюстрирует реальную жизнь. Преимуществом данной технологии является возможность оптимально сочетать теорию и практику, что представляется достаточно важным при подготовке специалиста. Применение ситуативного подхода позволяет развивать навыки работы с разнообразными источниками информации. Процесс решения проблемы, изложенной в ситуации (кейсе) – творческий процесс познания, который подразумевает коллективный характер познавательной деятельности.

Ситуативный подход опирается на совокупность определенных дидактических принципов:

- Индивидуальный подход к каждому студенту, учёт его потребностей и стиля обучения;
- Максимальное предоставление свободы в обучении (возможность выбора преподавателя, дисциплин, формы обучения, типа задач и способа их выполнения);
- Обеспечение студентов достаточным количеством наглядных материалов, которые касаются задач (статьи в печати, DVD-диски и др.);
- Обеспечение доступности преподавателя для студента, который должен иметь возможность в любое время обратиться к нему;
- Формирование у студентов умения работать с информацией;
- Акцентирование внимания на развитии сильных сторон студента.

Ситуативный подход развивает компетентностные качества личности: аналитические, практические, творческие, коммуникативные и социальные умения. При таком подходе обучение становится многоплановым, индивидуализированным.

Стрекалова И.В.

Всероссийский заочный финансово-экономический институт

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДИСКУССИИ ПРИ ОБУЧЕНИИ ДЕЛОВОМУ ОБЩЕНИЮ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ

Одну из центральных позиций в системе современного высшего образования занимает подготовка будущего специалиста к эффективному профессиональному общению с партнерами, представляющими различные культуры. Владение иностранным языком становится в настоящее время одним из важнейших условий формирования профессиональной компетентности.

Занятие иностранным языком в силу своей специфики является занятием в форме общения и диалога. Для обучения студентов вести беседу на иностранном языке может использоваться дискуссия, так как дискуссионные формы организации занятия рассчитаны именно на диалогическое взаимодействие, что способствует развитию мышления, формированию собственного мнения, освоению социально значимых ценностей, становлению креативности, готовности к самообразованию. К достоинствам дискуссии относятся также спонтанность, высказывания, непринужденность атмосферы, обогащение информацией ее участников [Ульянова, 2007]. В зависимости от уровня овладения студентами иностранным языком и их умением вести беседу на занятиях возможно применение различных видов дискуссии. Направляемая дискуссия используется при недостаточно свободном владении иностранным языком и строится вокруг определенной темы или на основе текста. Данный вид

дискуссии носит контролируемый, в значительной степени предсказуемый характер. На продвинутых этапах владения иностранным языком возможно применение свободной дискуссии, которой присущ более творческий характер по сравнению с направляемой дискуссией. Участники дискуссии проявляют большую самостоятельность в определении проблематики, содержания и хода обсуждения [Бондаренко, 2007: 45].

В силу специфических условий, соблюдение которых необходимо для организации и поведения дискуссии, эту форму работы целесообразно использовать в качестве итогового контроля, а также по окончании работы над темой или рядом тем [Ульянова, 2007: 121]. Значение дискуссии заключается в повышении познавательной активности студентов, интереса к занятиям, развитии творческого потенциала личности, инициативы, создании условий для формирования профессионально значимых качеств и умений, формирования навыков делового общения на изучаемом языке.

Библиография

1. Бондаренко С.И. Основные способы активизации речемыслительной деятельности обучаемых на занятиях по второму иностранному языку в условиях языкового вуза // Лингводидактические проблемы преподавания иностранных языков в школе и вузе: Материалы Межрегиональной научно-практической конференции. Краснодар. 14 февраля 2007 года. Краснодар, КГУКИ, 2007. – 246 с. – С.44 – 48.

2. Ульянова С.В. Нетрадиционные формы и методы обучения иностранному языку студентов экономического факультета // Лингводидактические проблемы преподавания иностранных языков в школе и вузе: Материалы Межрегиональной научно-практической конференции. Краснодар. 14 февраля 2007 года. Краснодар, КГУКИ, 2007. – 246 с. – С.117 –122.

Фролова И.В.

Высшая школа экономики

ПРОБЛЕМЫ ОБУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ В НЕЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ (НАПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИКА): ОЦЕНОЧНЫЕ СТРАТЕГИИ В АНАЛИТИЧЕСКИХ СТАТЬЯХ

Интерес к вопросу изучения оценочных стратегий в языке современного аналитического текста СМИ исходит из практической ценности: не ограничивая преподнесение материала рамками узко лингвистического рассмотрения, но вовлекая накопленные данные лингвопрагматики, журналистики, логики, психологии, социологии, философии и других наук, оптимизировать процесс обучения и контролировать качество обученности студентов.

Оценочный компонент представляется важным в дискурсивном отношении с точки зрения различения оценочной и различных видов фактологической информации, обоснования оценочных суждений, восстановления активной роли реципиента / адресанта в коммуникативной модели аналитического дискурса, определения вариантов субъектно-объектных отношений в выражении оценки и, наконец, необходимость развития у студентов интерпретационных навыков с целью формирования их собственной позиции.

Аналитический текст в силу особенностей своего построения относится к аргументативным типом речи, и, следовательно, требует знания основ теории аргументации и умения распознавать и анализировать средства её языкового выражения, в том числе те, которые содержат различные формы манипулятивного воздействия.

В данном докладе будут проанализированы отдельные способы выражения оценочных стратегий, такие как полисубъектность и полиобъектность эвалюации, ассоциативная персуазивность (к примеру, сравнения, аллюзии, метафоры), логические приемы оценки (подмена аргумента, перенос смыслового акцента, требование логики рассуждения), прогноз и показ последствий явления, специфика композиции.

Умение определять, игнорировать, принимать или отказываться от наиболее противоречивых из них заметно снижает уровень

суггестивного воздействия, оказываемого на ум и психо-эмоциональное состояние получателя информации.

Междисциплинарное исследование данного аспекта в процессе обучения в условиях антропоцентрической парадигмы в науке позволит учащимся развивать необходимые для их профессиональной деятельности свойства ума и мышления.

Библиография

1. Бузук Г.Л. Логика: Полезные советы, методические рекомендации и дидактические тренинги. Учебн. пособие для студентов высших учебных заведений. – М.: Московский институт экономики, менеджмента и права, 2004. – 73 с.
2. Гоноболин Ф. Н. Качества ума как свойства личности [Электронный ресурс] URL: http://www.biografia.ru/about/psihologia060.html (дата обращения: 25.01.2012)
3. Данилова А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. 2-е изд. – М.: «Добросвет», Издательство «КДУ», 2011. – 232 с.
4. Иссерс О.С. Речевое воздействие: учебн. пособие. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 224 с.
5. Речевая/коммуникативная тактика и речевая/коммуникативная стратегия [Электронный ресурс] URL: http://www.testing.pmi-pspu.ru/?p=549 (дата обращения: 25.01.2012)
6. Свойства и особенности мышления [Электронный ресурс] URL: http://spbleader.com/t3r2part1.html (дата обращения: 25.01.2012)
7. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н. Кожиной. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 696 с.
8. Тертычный А.А. Методы профессиональной деятельности журналиста. – М.: «ВК», 2011. – 560 с.

Чикилева Л.С.
Всероссийский заочный финансово-экономический институт

ОБУЧЕНИЕ ПУБЛИЧНОЙ РЕЧИ КАК ЭЛЕМЕНТУ КОММУНИКАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Необходимость обучения навыкам публичной речи связана с растущим интересом к овладению искусством эффективного общения на иностранном языке в профессиональной сфере. Для формирования риторических навыков и умений обучаемые должны усвоить основы речевого мастерства в профессионально значимых риторических ситуациях, получить навыки эффективного речевого поведения в ситуациях профессионального общения.

Важным условием полноты восприятия публичной речи, глубины понимания и прочности запоминания является активная мыслительная деятельность слушателей, которая обеспечивается правильной постановкой проблемы, организацией самой речи, манерой ее произнесения, оправданным применением наглядности.

Представляется уместным отметить, что коммуникативная культура оратора включает в себя такие характеристики как темп произнесения речи, степень заинтересованности говорящего, эмоциональность, использование логического ударения, интонационное оформление сообщения и некоторые другие. Известно, что существует связь между темпом говорения и личным темпом слушателя. Если темп предъявляемой речи приближается или сравнивается с личным темпом слушателей, последние характеризуют такой темп как нормальный темп речи. В этом случае создается оптимальный режим передачи – приема информации и слушатели легко усваивают не только основную мысль, но и запоминают детали. Следовательно, умение варьировать темп речи является одним из важных элементов коммуникативной культуры.

Как показывают наблюдения, эффективность публичной речи определяется языковыми особенностями и логико-смысловой структурой. На смысловое восприятие влияет степень сложности грамматических конструкций. Учитывая, что речь произносится на иностранном языке и предназначена для устного восприятия, не рекомендуется использовать очень длинные предложения и много новых для аудитории слов. Следует отметить, что вербальные средства передачи информации должны сопровождаться невербальными – жестами, мимикой, движениями оратора.

Эффективность процесса общения с аудиторией повышается в том случае, если существует соответствие интерпретационных

возможностей слушателей и говорящего, которое предполагает близость обеих сторон. Например, чувство юмора у оратора предполагает наличие этого чувства у слушателей, так как в противном случае данная форма выражения мысли не будет понятна.

Одним из важных показателей коммуникативной культуры оратора является умение установить эмоциональный контакт со слушателями. Заинтересованность оратора в предмете своего выступления проявляется в эмоционально повышенном тонусе, который вызывает эмоциональное сопереживание у слушателей. Известно, что речь, вызывающая эмоционально сопереживание, воспринимается и запоминается лучше.

Vasilieva I.
Moscow Ballet Academy 'Gzhel'

'BLENDED' ESP COURSE TEACHING WITH WIKI AND WEB 2.0.: BENEFITS AND DESIGN

At present there are many new 'digital' language e-teaching methodologies have been developing with Computer Mediated Communication (CMC), Computer Assisted Language Learning (CALL) and other based on different Learning Management Systems (LMS) or platforms.

The latter could be designed for teachers self-using, but compulsory for them and provided by an institution (such as a school, college or university), f.e. Moodle, Blackboard, Firstclass.

Other LMS or platforms require strong programmers' involvement and assistance, f.e. Joomla, Drupal. So, a teacher should post something only with authorized programmer's mediation and observation.

But there is a third option possible – autonomous and independent, rather easy and suitable to self-manage and self-design, with no programmer's mediation involved, not compulsory LMS. We are talking about Wiki as a 'user-friendly' and viable LMS for language e-teaching and e-learning.

Some of Wikis still need programmer help, like Wikipedia. But there are many other intended for end-users, for individual course self-design and autonomous teacher's and students' work, like PBWorks (former PBWiki), WikiSpaces, EduBlogs and new Google Sites (combined with Google Docs).

All the above Internet companies are Wiki software and hosting providers and offer basic site plans and technical support for educators for free. So, why not to try?

Another particularities and strengths of Wiki as LMS for ESP are:

- possibility of collaborative learning and teaching;
- individual, even personal approach to every student participant;
- flexibility of 'blended' or 'hybrid' course creation combining F2F in-class and Distance Learning (DL) out-of-class activities and teaching methods;
- integrated and autonomous site pages self-designing by teacher and students, benefitting from Text and Multimedia Web 2.0.tools all-on-one site or even all-on-one-page concept;
- practicing social and academic approach in education;
- possibility of simultaneous intensive and creative studying of English Language, Business Science, new Internet and Computer Technologies, social and academic communication and collaboration;
- experimenting with new 'blended' pedagogical methods and removing psychological barriers;
- contributing to a new 'blended' or 'digital' professional personality of a teacher and a student… and even more?

Background:

The pedagogical experiment was based on PBWorks (wiki and hosting) as Professional English (ESL) LMS. It lasted one semester of 2009 academic year (September-December) and covered two Modules only.

Standard Institution Syllabus for face-to-face classes – only 2 a.h. once a week per each student group. One intermediate and one final in-class tests per Module. Students grades and rating system was practiced.

'Blended' online Course was based on Standard Institution Syllabus combining standard 'paper' textbooks and regular offline tests with additional online assignments, multimedia and communication on Wiki site between in-class meetings.

Institution and Collaborators:

2 and 3 year Bachelor students at State University-Higher School of Economics, Moscow, Business Informatics Faculty. Four groups of Business Informatics (BI) specialty students studied Business English (BE), and two groups of System Engineering (SE) Department students studied IT English (ITE).

General number of students involved per teacher - 70, i.e. total sampling statistically. 68 of them were active Wiki site users. No preliminary technical training on Wiki was held. Students should use their basic, 'school' Informatics and Internet browsing knowledge to self-studying how to work with Wiki, how to get information, complete assignments online, collaborate with teacher and communicate online on the site.

The conference report outlines general features and benefits of 'Blended" Wiki ESP Course design and, in our opinion, advises simple, fast and efficient ways of how to manage written students' works posted on one wiki site. There are also examples of how to work together with students on one site, mixing formal academic with informal individual communication between teacher and students.

Кочетова Л.А.

Алтайский Государственный Университет

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ КОНТРОЛЯ УМЕНИЙ УСТНОЙ РЕЧИ

В работе рассматривается опыт использования информационных технологий для контроля умений устной речи студентов на иностранном языке.

Компьютерное оборудование успешно используется для автоматизации контроля знаний и умений чтения и аудирования. Однако, для контроля говорения компьютеры применяются не слишком часто. Между тем, объективное оценивание результатов работы студентов является важнейшей составляющей учебного процесса.

Объективность оценки устных ответов на иностранном языке всегда вызывала вопросы. Несмотря на четко сформулированные критерии оценки устной речи, часто эта оценка носит субъективный характер, что вызывает недовольство испытуемых. Устный ответ оценивается в режиме реального времени, что не позволяет

обеспечить полную проверку уровня обученности студентов. Значительная часть важных характеристик устной речи не контролируется из-за недостатка времени.

В работе рассматриваются возможности, которые предоставляют компьютерные технологии для рационализации процесса контроля устной речи. Эти технологии используются на отделении международных отношений АлтГУ. Студенты, обучающиеся по специальности «Международные отношения», изучают иностранный язык в течение 9 семестров. В конце каждого семестра студенты сдают экзамен, состоящий из письменной и устной речи.

Проведение устного экзамена в компьютерном классе позволяет значительно рационализировать процедуру контроля умений говорения. Экзамен могут сдавать одновременно 10-15 студентов (в зависимости от количества компьютеров в классе). Студентам предоставляется 30-40 минут на подготовку ответа. Например, студенты IV курса должны выполнить устный реферат газетно-журнальной статьи объемом 2-2,5 тысяч печатных знаков и выразить свое мнение о реферируемом материале. Студенты читают статьи и готовят рефераты в течение 40 минут, затем по команде преподавателя занимают место за компьютерами, и начинают запись своего ответа, используя соответствующее программное обеспечение.

В начале ответа каждый студент сообщает свою фамилию и номер билета. На ответ отводится 10-15 минут, затем студенты отправляют записанный аудиофайл на компьютер преподавателя. Таким образом, время экзамена сокращается с 3-4 часов до 50-60 минут.

Естественно, к изменению формата экзамена студентов необходимо готовить на занятиях. Смысл использования информационных технологий в текущем контроле состоит в том, чтобы снять у студентов психологические трудности «общения с компьютером», приучить их к соблюдению лимита времени, повысить их активность и самостоятельность. Тестовые методики идентичны тем, которые используются в текущем контроле на занятиях.

Ответы студентов прослушиваются преподавателем (а в случае возникновения проблемы с оцениванием ответа – комиссией из 2-3 преподавателей). Вся значимая информация фиксируется, ошибки

суммируются (включая орфоэпические) и после этого выставляется отметка за ответ. Преподаватель сообщается студентам отметки и дает всесторонний анализ ответа каждого.

Использование информационных технологий позволяет:

- минимизировать эмоциональное напряжение, в котором находятся студенты в условиях контроля;
- повысить активность студентов в процессе оценивания умений устной речи;
- повысить объективность контроля умений устной речи на иностранном языке;
- рационализировать использование времени преподавателя.

Минина А.А.

Российский университет дружбы народов

МЕТОДИЧЕСКИЕ И СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ ДЕЛОВОГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ В НЕЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ

В условиях современного мира умения делового иноязычного общения становятся показателем профессионализма специалистов любой сферы трудовой деятельности. От уровня их сформированности в значительной степени зависит успешность деловых контактов с партнерами. Неотъемлемым компонентом делового и профессионального общения являются умения межкультурного общения, поскольку в современных условиях глобализации специалистам практически всех областей приходится взаимодействовать с представителями различных культурных сообществ.

В современном языковом образовании Интернет-ресурсы и информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) уже довольно давно активно используются в дидактических целях. При этом само использование Интернет-ресурсов или ИКТ уже рассматривается как инновационный факт, заслуживающий внимания и незамедлительного распространения в обучении иностранным языкам. Однако, зачастую игнорируются важные методические и социокультурные аспекты их использования в процессе обучения.

Во-первых, при определении личностнообразующего потенциала Интернет-пространства не стоит игнорировать тот факт, что эта среда может обладать как позитивным, так и негативным социализирующим воздействием на человека.

Во-вторых, необходимо помнить, что хотя овладение нормами межкультурного общения в естественной (невиртуальной) среде закладывает некую основу для эффективного общения в Интернет-среде, тем не менее, последняя обладает целым рядом сугубо специфических характеристик вербального и невербального поведения в ней человека.

Кроме того, прежде чем внедрять ИКТ и Интернет-ресурсы в учебный процесс, необходимо провести их тщательный анализ с целью определения методического качества этих ресурсов и технологий, а также методической уместности их использования в процессе обучения иностранному языку делового и профессионального общения.

Литература

1. Богомолов А.Н. Виртуальная языковая среда обучения русскому языку как иностранному (лигвокультурологический аспект). М.: МАКС Пресс, 2008.
2. Информационно-коммуникационные технологии в преподавании иностранных языков. Тезисы докладов II международной научно-практической конференции / Под редакцией А.Л. Назаренко – М.: МГУ, 2006.
3. Полат Е.С., Бухаркина М.Ю. Современные педагогические и информационные технологии в системе образования: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений. М.: Академия, 2007.

4. Сафонова В.В. Интернет-ориентированная методика обучения РКИ: проблемы, тенденции и перспективы развития. Материалы выступления на XII Конгрессе международной ассоциации преподавателей русского языка и литературы «Русский язык и литература во времени и пространстве», 10-15 мая 2011, Шанхай, КНР. – М.: Еврошкола, 2010
5. Сафонова В.В. ИТК в поликультурном образовании средствами соизучаемых языков: европейские тенденции и российские национальные приоритеты // Информационно-коммуникационные технологии в обучении иностранным языкам и межкультурной коммуникации. Вып.3:с,/сб.ст./Министерство образования и науки РФ [и др.]под ред. А.Л. Назаренко. – М.: Центручебфильм, 2008. – 319 с. – С.309-319.
6. Сафонова В.В., Панченко Л.В. Электронная британская пресса в фокусе межкультурного образования: методические аспекты и проблемы. Иностр. яз. в шк. – 2010. - № 7. – С.1-12.
7. Титова С.В. Ресурсы и службы Интернета в преподавании иностранных языков. – М.: Изд-во МГУ, 2003.

Полетаева М.И.

Одинцовский Гуманитарный Институт

ТЕХНОЛОГИЧНОЕ ОБУЧЕНИЕ – НОВЫЙ ШАГ В ЭВОЛЮЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Как это не парадоксально звучит, но проблема модернизации образования и обучения непрерывно занимает умы многих отечественных и зарубежных ученых. Это связано, прежде всего, с постоянным развитием человеческого общества, появлением новых способов хранения, передачи и обмену информацией, и, конечно же, с общемировыми экономическими и политическими тенденциями к глобализации и гуманизации политики всех стран.

Первые шаги в сторону технологизации образования и обучения были сделаны достаточно давно М.В. Клариным, В.П. Беспалько, Г.К. Селевко и рядом других ученых. Однако широкого практического применение образовательных технологий и технологий обучения до сих пор нет ни в сфере школьного, ни в области высшего образования. Именно поэтому, сегодня этот вопрос является одним из самых актуальных.

Под технологией понимают «поэтапную реализацию того или иного метода или принципа с помощью определенных форм работы. При одном и том же принципе могут быть разные технологии его реализации» [БСЭ.Т.25, 1976: С.537]. Основными критериями современных образовательных технологий являются:

1. концептуальность (опора на научную концепцию);
2. системность (целостность и взаимосвязь частей, цикличность действий);
3. управляемость (возможность проектирования и корректирования);
4. воспроизведение системы действий;
5. действенность (эффективность в достижении диагностично поставленной цели).

По мнению многих специалистов, применение современных информационных, социальных, коммуникативных и других видов технологий в образовательной практике может способствовать активному достижению следующих результатов:

1. повысить качество образовательного процесса, сделать обучение комфортным;
2. оптимизировать расходы на обеспечение процесса образования;
3. повысить уровень общей культуры молодого поколения в работе с информацией, техникой, людьми и над собой.

В практике высшего образования переход на технологичное обучение особенно необходим ввиду следующих причин:

1. оптимизация учебного времени с целью повышения доли практических занятий;

2. выработка у студентов навыков самостоятельной учебной деятельности, проявление творческого решения поставленных задач;
3. подготовка высококлассного специалиста со знанием ряда других смежных дисциплин актуальных для качественного межнационального общения (иностранные языки, компьютерные технологии и т.д.).

Безусловно, разработка новой эффективной технологии требует определенного уровня теоретических знаний, а также наличие большого педагогического опыта, так как основная сложность состоит именно в прогнозировании различных педагогических ситуаций и конструировании алгоритма действий, необходимых для продуктивного достижения поставленных целей.

Однако на настоящий момент созданы и успешно опробированны весьма эффективные технологии обучения, такие как: технология модульного обучения, технология проблемного обучения, технология контекстного обучения и т.д. Кроме того, преподаватель в праве сочетать различные технологии в своей работе с учебником, повышая уровень продуктивности обучения.

Таким образом, очевидно, что технологизация обучения является важным и, скорее всего, неизбежным этапом модернизации высшего образования, поэтому современному преподавателю просто необходимо вводить данную инновацию в свою педагогическую практику.

Библиография

1. Современные образовательные технологии: учебное пособие / коллектив авторов; под ред. Н.В. Бордовской. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2011. – 432с.

СТРАТЕГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПЕРЕВОДУ В НЕЛИНГВИСТИЧЕСКОМ ВУЗЕ

Быкова И.А., Нотина Е.А.
Российский университет дружбы народов

ДЕЛОВОЙ ДИСКУРС И ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ПЕРЕВОДА

Под влиянием новых парадигм знания, главным образом когнитивной и коммуникативной, усилилось внимание к дискурсивным аспектам языка. Переводческие исследования поведения слова в дискурсивной деятельности, в его реальном употреблении, потребовало более глубокого изучения репрезентации знаний в человеческом сознании, опосредованном языком и связывающем знания о мире со знанием языка. Ключевыми понятиями переводческих исследований являются «эквивалентность», «адекватность», «соответствие», их содержание по сей день формируется и уточняется в соответствии с отношениями между оригиналами и текстами переводов, с оценкой процесса перевода или его стратегией, соотнесенностью ИТ и ПТ с инвариантной категорией смысла и т.д. В конечном счете, гносеологическое предназначение перевода определяется стремлением найти универсальное единство языков и культур. Это положение отражает сущность процесса перевода и представляет собой одну из важнейших аксиом переводоведения.

Во всех теориях с полной очевидностью просматривается главное свойство перевода как системы, а именно его интерпретирующая сущность.

Исходный текст, как любое речевое произведение, представляет собой некий поверхностный уровень, состоящий из определенной последовательности знаков конкретного языка, размещенных в определенной последовательности. Эта последовательность знаков предполагает глубинный уровень как некую систему смыслов.

Переводчик через формы исходного текста проникает на глубинный уровень и выстраивает собственное представление о тексте как об определенной системе смыслов. Эта идеальная

сущность объективна лишь в той мере, в какой текстовые формы дают возможность актуализировать заложенных в них смыслы; и настолько субъективна, насколько переводчик оказывается способным расшифровать эти смыслы.

Иначе говоря, в процессе перевода происходит не механическое преобразование исходного текста (ИТ) в ПТ, а преобразование некой идеальной сущности, каковой является представление переводчика о системе смыслов сообщения, закодированного в исходном тексте, в относительно близкую, но не тождественную систему смыслов, облеченную в материальную форму языка перевода. Именно эта система смыслов, заключенная в формах исходного текста и осознанная переводчиком, выступает в качестве истинного предмета преобразования или перевода.

В этой связи представляется закономерным и целесообразным различать действия переводчика и результат его действий в силу того, что проведение подобного разграничения дает возможность взглянуть на перевод с двух точек зрения: - с позиции переводчика, создающего речевое произведение на языке перевода (ПЯ); и с позиции возможности проведения анализа, позволяющего сравнить оригинал с текстом перевода и оценить правомерность принятых переводчиком решений.

В условиях межъязыковой межкультурной опосредованной коммуникации задача поиска формата представления концептуальных структур приобретает чрезвычайно важное значение в силу того, что она связана с оценкой качества перевода.

При переходе с одного языка на другой взаимосвязь языковых значений и речевого смысла может проявляться в том, что передача одного и того же смысла будет обусловлена конкретными способами предпочтительного описания референтной ситуации в ПЯ. В качестве примера можно привести перевод названия американской государственной службы *US Internal Revenue Administration.* На русский язык наименование службы не может быть передано путем калькирования (*Управление внутренних доходов США*), приводящее к затруднению коммуникации; в данном случае в соответствии с узуальными предпочтениями в русском языке следует использовать прием замены по аналогии. т.е. *Налоговое управление США* или *Налоговая инспекция США.*

Корректность в плане коммуникации, как известно, основывается на регламентации языка прежде всего как средства, обеспечивающего эффективный обмен информацией, в силу чего многие (но не все) потери при переводе носят объективный характер, это связано с системными межъязыковыми расхождениями, асимметрией культурных реалий, коммуникативно-прагматическими нормами и т.п.

Именно таким образом можно рассматривать категорию самой коммуникативно-прагматической корректности, которая, с одной стороны, должна соответствовать нормам и законам языка, а с другой - допускать вариации, но в таких пределах, которые не разрушают самой основы взаимопонимания при общении на данном языке.

Тенденция к экономии языковых средств объясняет и предопределяет образование познавательных моделей, фиксированных стабильными языковыми знаками, на использование и распознавание которых затрачивается минимальное количество усилий. Принято считать одной из причин появления стереотипов коллективную языковую деятельность, которая предполагает повторяемость определенных ситуаций, что в свою очередь, обусловливает их типическую вербальную репрезентацию с помощью стереотипных средств выражения в конкретном языке. Подобные стандартизированные языковые формы экономичны, обусловлены определенной коммуникативной ситуацией и представляют собой устоявшиеся конвенциональные образцы речевого поведения в рамках определенной национально-культурной или социальной общности. Эта тенденция наиболее ярко проявляется в официально-деловых текстах, в частности деловой документации, представленной в форме таких документов, анкета (questionare), автобиография (CV), банковская документация (banking) и т.д. Для этого типа текстов характерно использование терминов и терминологических словосочетаний (например, таких как cash in hand, cash on delivery, on cash, prompt cash, come into effect, etc.), простых предложений (целевых или условных), предикативных единиц в страдательном залоге и т.п.

Стремление к стандартизации и унификации, свойственное для делового дискурса, проявляется также в том, что для каждого вида делового письма характерны свои устойчивые словосочетания,

определяющие представленное в данном документе содержание. Так, например, языковым клише (формулой) письма-просьбы является выражение *«Просим…»* в английском языке – *“ we kindly ask you…* или *would you be so kind…*”; в испанском - “*Les rogamos que nos remitan ....”*для сопроводительного письма выражение -*«Высылаем (направляем, посылаем…»* в английском языке – *“please, find enclosed…”;* в испанском - *“tenemos a bien pasarles”,* “*les remitimos a través de...”;* в письме-подтверждении – *«Подтверждаем…»;* в английском языке – “*we kindly confirm…”;*в испанском – *“Acusamos recibo de su talón...”.*

С позиций опосредованной коммуникации подобные формулы речи достаточно определенно отражают в ИЯ и ПЯ специфику социального взаимодействия коммуникантов в различных типах коммуникативно-прагматической ситуации, к главным характеристикам которой следует относить обстановку и место коммуникативного акта, предмет и цель коммуникации, ролевые отношения между коммуникантами (Ср. формулы приветствия, просьбы, вежливого отказа, приглашения, выражения благодарности и т.п и их соответствующая вербализация в ИЯ и ПЯ: например, в испанском языке – “*A la espera de que todo merezca su conformidad...”, “Esperamos vernos favorecidos con sus gratos encargos para poder atenderles como Uds. merecen...”, “Quedamos a su entera disposición...” “Esperamos que nuestra oferta sea de su interés”, “Sin otro particular, les saludamos atentamente”,etc.).*

Иными словами, использование готовых речевых формул и конструкций, которые употребляются строго в соответствии с заданной коммуникативной ситуацией и имеющимися в ИЯ и ПЯ стандартными познавательными схемами, позволяет в условиях опосредованной коммуникации не только адекватно передать, но и быстро актуализировать соответствующее им типичное содержание, характеризующее стандартную ситуацию общения. Именно эти параметры оценки качества перевода оказывают непосредственное влияние на эффективность межъязыковой межкультурной коммуникации, обеспечивая адекватную интерпретацию информации в ПЯ на основе достижения соответствия между формой языкового выражения, содержанием (смыслом) и реальным миром.

Ваванова Н.В.
Российский университет дружбы народов

ЗАПОЛНЕНИЕ И КОМПЕНСАЦИЯ ЛАКУН В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ КАК ПЕРЕВОДЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА

Проблему лакунарности принято рассматривать в общекультурном контексте. Т.Ю. Данильченко моделирует состояние лакунарности в ситуации кросс-культурного контакта и религиозно-мировоззренческой несоизмеримости картин мира. В таком аспекте на первый план выходят проблемы перевода социально-культурных реалий и аллюзий.

В сфере межличностного общения лакуна порождаются в силу несовпадения тезаурусов коммуникантов, их личного образовательного, культурного и профессионального фонового знания. При взаимодействии разных народов в сфере одной профессиональной деятельности и при переводе как виде посреднической деятельности под лакунами принято понимать ситуации, при которых невозможно достичь полного понимания, не прибегая к дополнительным пояснениям, историческим справкам, описаниям.

Хотя проблема лакунарности освещается в разных сферах науки, философии, гносеологии, теории коммуникации и т.д., в переводоведении данная проблематика имеет не только теоретическую, но и практическую значимость.

Лакуны могут возникать при взаимодействии двух языков на разных уровнях, но для перевода наиболее значимыми представляются лексический и культурологический уровни.

Ситуации, когда в языке отсутствует термин, способный лаконично описать то или иное явление, хорошо известны и описаны в исследовательской литературе. Так С.Г. Тер-Минасова, указывает на наличие так называемой безэквивалентной лексики, «план содержания которой невозможно сопоставить с какими-либо иноязычными лексическими понятиями. Обозначаемые ими (лексическими единицами) понятия или предметы мысли (thingsmeant) уникальны и присущи только данному миру и, соответственно, языку».

Вместе с тем сфера экономической деятельности отмечается высокой степенью универсальности. Общность понимания экономических явлений всегда были залогом успешного бизнес сотрудничества. Среди переводчиков существует уверенность, что принадлежность к одной профессиональной сфере облегчает понимание между специалистами и решение задачи переводчика: осуществление полноценной коммуникации.

Это частично справедливо, если говорить о межличностной коммуникации специалистов в узкой профессиональной сфере. Однако, если дискурс понимать широко как текст, погруженный в ситуацию общения, то ситуация становится не столь однозначной.

Существует целый ряд экономических терминов, семантика которых расходится в России и западных англоговорящих странах. Например, «mortgage». Первым значением в словаре приводится «ипотека». Однако под ипотекой в России понимают кредит, выдаваемый на приобретение жилья, в то время как в Великобритании или США это скорее банковский кредит, обеспечением по которому выступает жилье.

Следующей проблемой лакунарности экономического дискурса представляется вновь возникающие понятия, для которых в российской практике нет, и, видимо, не скоро появятся эквиваленты. Например, «crowdfunding», слово, которое отсутствует пока в словарях. При переводе такой лексики возникает проблема, давать ли описание этого явления, калькировать или транслитерировать. Как можно заметить, среди профессионалов узкой сферы предпочтительным является транслитерация. Так в русском языке профессионального общения появились слова «кэрри трейд», «секьюритизация» и многие другие. Однако при переводе данного понятия для более широкого круга реципиентов, видимо, переводчик предпочтет дескриптивный перевод.

Литература

1. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: (Учеб.пособие) - М.: Слово/Slovo, 2000. - 624 с.
2. Данильченко Т. Ю. «Феномен лакунарности в языке и культуре», Дис. ... канд. филос. наук : 24.00.01 : Краснодар, 2004 165 с.

3. Dijk T.A. van. Studies in the Pragmatics of Discourse. The Hague, 1981; Blakemore D. Understanding Utterances. AnIntroductiontoPragmatics. Cambridge, 1993.

Коготкова С.С.

Российский университет дружбы народов

ПЕРЕДАЧА ОСОБЕННОСТЕЙ ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОГО СТИЛЯ В ПЕРЕВОДЕ

Исторически сложившиеся сферы применения языка всегда соотносились с видами деятельности человека. Это позволяет сделать вывод о функциональной природе стилей, их связи с определенной сферой речевого общения. Классификацию функциональных стилей связывают с функциями языка, понимаемыми как определенные цели коммуникации. Исходя их классификации стилей на основе трех функций языка (общения, сообщения и воздействия), функции сообщения наиболее соответствует официально-деловой стиль. Говоря о данном стиле, следует отметить, что это функциональный стиль речи, среда речевого общения в сфере официальных отношений, в сфере правовых отношений и управления. Язык этот строг, официален и по-своему выразителен.

Характерными особенностями официально-делового стиля являются его информативность, логичность, точность и объективность и, как следствие этих особенностей, ясность и понятность. Отдельные тексты, принадлежащие к данному стилю, могут обладать указанными чертами в большей или меньшей степени. Однако во всех этих текстах обнаруживается преимущественное использование языковых средств, которые способствуют удовлетворению потребностей данной сферы общения.

Исследуя проблемы перевода подобного рода текстов, необходимо учитывать их характерные особенности. Перевод официально-деловых текстов полностью ориентирован на передачу

содержания, т.е. носит информативный характер. В прагматических текстах, в частности информационных и документальных, язык в первую очередь является средством коммуникации, средством передачи информации.

Общеизвестно, что в процессе перевода устанавливаются определенные отношения между двумя текстами на разных языках (текстом оригинала и текстом перевода). Сопоставляя переводимые тексты, можно раскрыть внутренний механизм перевода, выявить эквивалентные единицы, а также обнаружить изменения формы и содержания, происходящие при замене единицы оригинала эквивалентной ей единицей текста перевода. При этом возможно и сравнение двух или нескольких переводов одного и того же оригинала. Сопоставительный анализ переводов дает возможность выяснить, как преодолеваются типовые трудности перевода, связанные со спецификой каждого из языков, а также какие элементы оригинала остаются непереданными в переводе. Таким образом, нельзя недооценивать фактор эквивалентности в переводе.

С точки зрения эквивалентности для перевода в официальном общении характерна смысловая общность оригинала и перевода, которая включает не только сохранение цели коммуникации, указания на ситуацию и способа ее описания, но и максимально возможную близость значений соотнесенных синтаксических и лексических единиц. При таком уровне эквивалентности сохраняются сведения не только "для чего", "о чем" и "что" говорится в тексте оригинала, но отчасти и "как это говорится".

Наиболее типичным лексическим признаком специальных текстов является насыщенность текста терминами и терминологическими словосочетаниями, специальной лексикой, а также наличие лексических конструкций, устойчивых фраз, разного рода клише, сокращений, аббревиатур, специальной фразеологии. Важнейшим требованием адекватности перевода является требование выбора переводчиком наиболее неброских, не отвлекающих от содержания синтаксических конструкций письменной речи. Форма текстов в большинстве случаев стереотипна. В европейских языках высока культура и стандартизация письменной переписки. В современном русском языке гораздо меньше устоявшихся речевых штампов. Поэтому при переводе иногда приходится прибегать к

дословному изложению. Прием дословного перевода нередко используется при переводе нормативно-правовых документов, где каждое слово значимо и недопустимо вольное толкование.

Лукьянова И.В.

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

ТЕРМИН "УПРАВЛЕНИЕ": ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ПЕРЕВОДА
(на материале русского и английского языков)

В период, когда в мире происходят процессы всевозрастающего воздействия различных факторов международного значения: тесных экономических и политических связей, культурного и информационного обмена на социальную действительность многих стран, необходимо понимать всю важность усиления роли информационного обмена между представителями мирового политического сообщества, а наряду с этим, возрастания роли языка управления, языка государственной службы.

Общение государственных служащих разных стран, которые являются представителями "своих" языков и культур, предполагает знание и умение адекватного использования ими профессиональной лексики. Происходит формирование новых понятий, которые ведут к изменениям внутри самой профессиональной терминосистемы, "обслуживающей" государственную службу отдельной страны.

Как показывают Целевые индикаторы реализации поставленных задач Проекта Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года, к 2020 году доля государственных служащих, владеющих иностранным языком, должна увеличиться до 20%.

Междисциплинарное положение науки управления, разнообразие существующих школ и точек зрения в сфере данной проблематики, появление новых понятий и, имеющее место отсутствие упорядоченности в английской терминологии, приводят к

серьёзным трудностям языкового порядка. Популярность этого термина объясняется тем, что он может применяться в отношении широкого круга вопросов, связей и учреждений, связанных с процессом регулирования государственной и частной деятельности. Термин "управление" расширяет и лучше иллюстрирует круг вопросов, которыми должны заниматься правительства.

Представляется очевидным, что в настоящее время термин "управление" стал широко использоваться в современной государственно-административной деятельности. По словам Фредериксона и Смита, "под управлением понимаются горизонтальные межорганизационные связи в администрации в условиях ослабления суверенитета, снижения важности границ национальной юрисдикции и общей институционализационной фрагментации". Многие ученые, занимающиеся теоретическими аспектами этой деятельности, полагают, что термин "управление" это определяющее понятие, которым должны руководствоваться администраторы в процессе трансформации практики административного регулирования по мере перехода от бюрократического государства к тому, что называется "государством-оболочкой", а Осборн и Геблер (1993 год) называют "управлением на подрядных условиях".

Термин governance сравнительно недавно вошел в употребление у российских политологов. Смысл слова governance состоит в подчеркивании децентрализованного характера административного управления, в частности в Европейском Союзе, в подчеркивании сетевого принципа организации, в противоположность иерархическому, характерному для government. Если для government характерна иерархичность, некая «вертикаль» власти, то для governance характерно, прежде всего, сетевое взаимодействие по горизонтали, отсутствие иерархической соподчиненности между взаимодействующими элементами.

Таким образом, можно выделить несколько основных значений употребления термина "governance": управляемость, соуправление, регламентация, управление.

Прудникова Н.Н.

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

СТРАТЕГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПЕРЕВОДУ В НЕЛИНГВИСТИЧЕСКОМ ВУЗЕ

Перевод как вид деятельности стал очень востребованным в связи с интеграцией Российской федерации в мировое образовательное пространство и переходом на трехуровневую модель обучения. Образовательный стандарт подготовки бакалавров управленческих направлений подразумевает формирование иноязычной компетенции на уровне, необходимом для решения профессиональных задач. Соответственно, после изучения дисциплины «Иностранный язык» стандартом бакалавриата предусмотрены факультативы «Иностранный язык в сфере управленческой коммуникации» и «Деловой иностранный язык».

Это означает углубленное по сравнению со стандартом второго поколения обучение языку специальности, следовательно, освоение студентами огромного объема терминологических и идиоматических языковых единиц в соответствии с конкретным профилем подготовки. Стратегия обучения переводу в нелингвистическом вузе несколько меняется. Признанный эффективным для формирования иноязычной компетенции коммуникативный метод обучения иностранному языку скорее нацелен на беглость речи в противопоставление ее точности и обдуманности, что не создает адекватных предпосылок для овладения переводческими навыками на надлежащем уровне.

Задача сегодняшнего дня – разработать и внедрить оптимальные подходы к преподаванию перевода с учетом междисциплинарного опыта.

Несомненно, в процессе обучения применяется компьютерная лингводидактика. Но возможности компьютера при обучении переводу и осуществлении перевода уступают специалисту-переводчику. Только человек может интерпретировать присущие аутентичным текстам многозначность, аллюзии, недомолвки,

ментально-культурологические лакунарные единицы: 1) лексемами в сочетании с уточняющими определениями и обстоятельствами, 2) представлением контекстовой ситуации оригинала средствами родного языка.

Нам представляется целесообразным применять в неязыковых вузах как двуязычные, так и одноязычные словари, как это принято на лингвистических факультетах. Одноязычные словари, в отличие от двуязычных, имеют гораздо большие возможности показать коллигационно-коллокационные особенности употребления слова и его стилистические оттенки. Каждая переводческая задача требует своего алгоритма решения, который определяет использование необходимого набора разных типов словарей.

Широко обсуждаемая исследователями (Т.А. Казакова, А.Г. Минченков, Ж. Делиль, У. Эко и др.) когнитивная модель перевода представляет перевод как восприятие, понимание, рассуждение и информацию, а также мыслительные операции с концептами, ведущие к формированию смысла при движении от исходного текста к внутренней речи переводчика [Зернов, 2009: 237]. Особую значимость приобретает кросс-культурная компетенция переводчика. Ключевые позиции занимают интуитивно-эвристические, креативные способности переводчика, позволяющие совершать оригинальные, нестандартные ходы с целью адекватной передачи значения культурно маркированных языковых единиц.

Задачи, решаемые на том или ином этапе обучения в рамках выбранного вида перевода, определяют отбор упражнений и заданий и последовательность их выполнения. Традиционно в литературе по дидактике перевода выделяют следующие типы упражнений: языковые, коммуникативные, операционные и упражнения на мнемотехнику (В.Н. Комиссаров, Л.К. Латышев, А.В. Федоров, Р.К. Миньяр-Белоручев, И.С. Алексеева, А.П. Чужакин и др.) [Новикова, Хайоров, 2008: 322]. Языковые упражнения нацелены на совершенствование владения языком перевода и на решение переводческих задач, связанных с семантико-структурными различиями систем иностранного языка и профессионального языка. Коммуникативные упражнения формируют умения, позволяющие переводчику выполнять необходимые коммуникативные действия в процессе собственно перевода или в других видах межъязыковой

коммуникации. Операционные упражнения представляют собой переводческие упражнения на перекодирование информации. Упражнения на мнемотехнику способствуют развитию автоматической оперативной памяти устного переводчика.

Библиография

1. Зернов, А.В. Когнитивно-концептуальные проблемы перевода/А.В. Зернов //Мат. V Межд. науч. конф. «Язык, культура, общество», - М., - 2009. – 464 с., - с. 237-238

2. Новикова Э.Ю., Хайоров С.Р. Алгоритм реализации дидактической модели обучения устному переводу / Э.Ю. Новикова, С.Р. Хайрова //Мат. II Межд. науч. конф. «Язык, культура, коммуникаци». – Волгоград. – Волгоградское научное издательство – 2008. – 417 с., - С. 321-328.

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В КОНТЕКСТЕ ЯЗЫКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Абрамян С.А.
Ереванский государственный университет

МЕЖКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Среди факторов, влияющих на процесс коммуникации, особенности национальной культуры имеют первостепенное значение. Они оказывают непосредственное влияние на коммуникативное поведение представителей той или иной лингвокультурной общности, находят непосредственное отражение в языке, в многочисленных речевых стереотипах, в невербальных средствах общения.

Культурные особенности находят свое отражение и в языке делового общения. Как отмечает Т.С.Самохина, “эффективность делового общения зависит, прежде всего, от выбора правильных поведенческих и речевых стратегий, которые, в свою очередь, зависят от культуры и обстоятельств делового общения” [Самохина Т.С., 2005: 182]. Речевые акты реализуются в разных кулътурах по-разному, и это различие может привести к трудностям в межкулътурной коммуникации. Культурные особенности приводят к различиям в одних и тех же речевых актах, выражаюших такие универсальные речевые ситуации, как привлечение внимания, обращение, знакомство, приветствие, прощание, извинение, просьба, отказ, жалоба, комплимент, поздравление, благодарность, пожелание, разговор по телефону, письменное сообщение и т.п.

Трудности возникающие в межкультурном общении зачастую связаны с тем, что разные культуры бывают ориентированы на разные ценности. Например, тот факт, что в английском языке довольно ограничено употребление прямого императива, а директивы или просьбы имеют тенденцию выражаться не в прямом, а в косвенном виде, в формах вопросительных или полувопросительных конструкций, во многом объясняется именно ценностной ориентацией

англо-американской культуры, направленной на соблюдение прав личности и обеспечение личной независимости [Вежбицка А., 1990: 67]. В то же время, если использование в качестве просьбы или пожелания неопределенно-личных и безличных конструкций, в которых действие воспринимается в отрыве, или даже в отсутствии субъекта действия, в англо-американской культуре не может считаться приемлемым с точки зрения вежливости, то в некоторых других культурах именно отсутствие субъекта действия в подобных конструкциях делают их вежливыми [Bowe H., Martin K., 2007:158].

Излишняя приверженность модальным глаголам "must" и "should" воспринимается в англо-американской культуре скорее как грубость. Для англичан характерно употребление различных глаголов, которые как раз и позволяют смягчить категоричность высказываемого мнения, в том числе несогласия с партнером (*may, seems, appears, I think,etc.)* В других же культурах, для которых характерна высокая степень модальности и категоричности речи, выражения аналогичные вышеприведенным английским воспринимаются как признак неуверенности или некомпетентности говорящего.

Эффективность межкультурного делового общения в значительной степени зависит от культурной грамотности относительно тех базовых культурных ценностях, которые характерны разным культурам и которые находят отражение как непосредственно в языке, так и в нормативах коммуникативного поведения.

Литература

1. Самохина Т.С. Эффективное деловое общение в контекстах разных культур и обстоятельств. – М.: Издательство «Р.Валент», 2005. – 216с.

2. Вежбицка А. Культурно-обусловленные сценарии и их когнитивный статус // Язык и структура знания. М.: Институт языкознания АН СССР,1990.

3. Bowe H., Martin K. Communication Across Cultures: Mutual Understanding in a Global World. – Cambridge, New York, Melbourne, Madrid, Cape Town, Singapore, São Paulo: Cambridge University Press, 2007.

Богославцева М.С.

Пятигорский государственный лингвистический университет

НЕУДАЧИ ПРИ КОММУНИКАЦИИ В ДИАЛОГЕ

Целью языка является передача информации при помощи коммуникации. Однако, существуют такие качества и свойства общения, которые вносят дисгармонию в речевые действия коммуникантов, разрушают понимание, вызывают негативные эмоциональные и психологические состояния партнеров коммуникации.

Коммуникативный срыв – это любое нарушение речевого взаимодействия между говорящим и слушающим, приведшее к непониманию и/или неправильному пониманию, передаваемой информации.

Под термином непонимание (nonunderstanding) подразумевается такой срыв при коммуникации в диалоге, когда слушающий не может найти никакого подходящего толкования речи говорящего, либо у него несколько вариантов толкования, из которых он не может выбрать подходящий.

Под неправильным пониманием (misunderstanding) подразумевается такой срыв в диалоге, когда слушающий предполагает, что достиг понимания речи говорящего, считая, что его интерпретация является полной и правильной, но которая, на самом деле, таковой не является.

Срыв в диалоге из-за неправильного понимания происходит тогда, когда интерпретация слушающего отличается того, что было на самом деле сказано говорящим. Обычно, причиной срывов из-за неправильного понимания является либо проблемы связанные с идентификацией референта, либо проблемы, связанные с релевантностью.

Срыв в диалоге из-за ошибочной идентификации референта происходит тогда, когда слушающий не может определить, о каком объекте или идее, описываемым говорящим идет речь. Может

оказаться, что с точки зрения данного конкретного слушающего предлагаемое описание неэффективно в том или ином отношении: оно или недостаточно точно, или неоднозначно, или перегружено подробностями. Кроме того, оно может быть проинтерпретировано слушающим в рамках неверного контекста, и тогда для слушающего либо возникает одна из упомянутых проблем интерпретации описания, либо он, не заметив своей контекстуальной ошибки, поймет что-то не то. Подобные описания, которые приводят к неудачам в идентификации референции, составляют особый подтип «неправильно построенных» входных выражений. Виноваты в этих ошибках и говорящий, и слушающий. Говорящий может быть небрежным и невнимательным к собеседнику, а слушающий может отвлечься или не желать признаться, что он не понял говорящего, и не хотеть переспросить его. Возможна и такая ситуация, когда слушающий даже не подозревает, что он неверно понял сказанное.

Под срывом в диалоге связанном с релевантностью понимается такой тип неправильного понимания, когда коммуниканты по-разному понимают отношения между действием и целью.

В процессе коммуникации участникам диалога приходится интерпретировать сказанное другими участниками коммуникации. Для того чтобы спродуцировать ответную реплику слушающий должен понять, почему и с какой целью говорящий это сказал, если слушающий по какой-то причине не смог этого сделать, то коммуниканты не достигают взаимопонимания, что приводит к срыву в диалоге.

Жаркынбекова Ш.К., Аймолдина А.А.
Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева

РОЛЬ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В СФЕРЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ КАЗАХСТАНА

Изменения в общественной, политической и экономической жизни Казахстана оказывают заметное влияние на развитие

различных сфер деятельности, в том числе на определение роли и места иностранного языка в межкультурной деловой коммуникации.

В Казахстане, как и во всем мире, одним из языков межкультурного общения в сфере деловой коммуникации является английский язык. Знание английского языка в Казахстане входит не только в перечень необходимых условий обучения за рубежом, но и важно для общей конкурентоспособности молодого специалиста на рынке труда, как в стране, так и за ее пределами. Повсеместная необходимость изучения английского языка наряду с государственным казахским языком и языком межнационального общения – русским была причислена к задачам государственной важности. Английский язык был обозначен в качестве условия успешного вхождения в глобальную экономику и стал рассматриваться как один из основных приоритетов государственной политики. Об этом свидетельствуют и разработанные в последние годы программные документы (к примеру, Государственная программа функционирования и развития языков на 2011-2020 гг.), в которых говорится о необходимости повсеместного решения вопросов обучения английскому, а также другим иностранным языкам как средствам делового международного общения.

Функционирование английского языка оказывает свое влияние на деловой дискурс в Казахстане, в целом. Это выражается в высокой потребности на рынке труда в специалистах, владеющих английским языком. К примеру, согласно исследованию, проведенному М.Ш. Сарыбай, знание английского языка стало требованием в 98 объявлениях из 101 на должность менеджера, инженера, оператора, секретаря, бухгалтера и администратора. Более того, 40% объявлений, помещенных в газете в 2003 году, были опубликованы на английском языке [Сарыбай, 2003: 130-135]. Деятельность более чем 50 посольств и представительств филиалов иностранных компаний, 700 иностранных предприятий и 1500 представительств зарубежных компаний обусловлена деловым общением на английском языке. Английский язык выступает в качестве лингва франка в межкультурной деловой коммуникации между местными и иностранными специалистами.

Сегодня английский язык делового общения в Казахстане занимает все более лидирующие позиции среди других иностранных

языков в сфере делового общения с зарубежными партнерами и организациями. Более того, как отмечают Э.Д. Сулейменова и Г.Г. Буркитбаева, скорость и масштаб распространения англоязычного делового дискурса привел к ситуации, в которой казахский и русский языки порой находятся под сильным влиянием английского языка [Bargiela-Chiappini, 2009: 445]. Англоязычный деловой дискурс, во многих отношениях являясь более развитым и стабильным, имеющий более продвинутые и разработанные виды и жанры, все чаще доминирует и больше востребован, вытесняя не только казахский, но и русский языки.

Таким образом, вопросы изучения делового дискурса в условиях межкультурной деловой коммуникации, особенностей его развития и функционирования представляют собой одно из актуальных и перспективных направлений казахстанской лингвистики.

Литература

1. Сарыбай, М.Ш. О роли английского языка и должности переводчика в современной казахстанской организации (по материалам объявлений о вакансиях переводчиков в прессе). // Communication at Work: Issues and Challenges. 2nd Annual CA ABC Conference, 23-24 January. – С. 130-135.
2. Bargiela-Chiappini F. The Handbook of Business Discourse. Edinburg University Press, 2009. – p. 500.

Кострюкова И.В.

Российский университет дружбы народов

СТЕРЕОТИПЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ МЕНТАЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ СОПОСТАВИТЕЛЬНОГО АНАЛИЗА РУССКОГО И НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКОВ

«Язык – составная часть культуры и ее орудие, это действительность нашего духа, лик культуры; он выражает в

обнаженном виде специфические черты национальной ментальности» (Маслова В.А.).

В культурологи менталитет определяется как «общая духовная настроенность, относительно целостная совокупность мыслей, верований, навыков духа, которая создает картину мира и скрепляет единство культурной традиции или какого-либо сообщества».

Менталитет раскрывает представление человека об окружающем мире. Он включает в себя системы ценностей, стереотипные представления, нормы и образцы поведения, обычаи и традиции, имеющие как исторические, так и социальные корни. Менталитет характеризует собой глубинный уровень коллективного и индивидуального сознания, целый набор стереотипов.

В лингвистике под стереотипом обычно понимают совокупность относящихся к определенному слову смысловых ассоциаций, связанных с типичными свойствами некоторых сущностей, проявляющихся в повторяющихся ассоциациях. О стереотипах и ментальности часто говорят в связи с межнациональным воздействием, межкультурным общением (И.А. Стернин, В.Н. Телия, А.А. Кибрик, Т.В. Абрамова, Е.А. Литвинова и др.). Интерес к данной теме возникает и у теоретиков, и у практиков межкультурной коммуникации.

Язык является отражением общей ментальности и ментальности народа. Отбор языковых средств в речи показывает, какие элементы действительности, какие их свойства и отношения имеют приоритетное значение в речевом сознании людей, говорящих на данном языке. Рассмотрим ряд языковых особенностей немецкого языка и на их основе покажем проявление некоторых свойств ментальности.

Прежде всего, это рамочные конструкции. В немецком языке существуют рамки нескольких типов.

Для синтаксиса простого предложения характерна рамка, создаваемая личной формой глагола и отделяемыми приставками (*Klaus Schreier ruft Kunden um sieben Uhr an*), а также именными частями аналитических форм глагола (Er ist in Moskau angekommen) и аналитических глагольно-именных сочетаний (*Er bringt seine Gedanken sehr deutlich zum Ausdruck*). В придаточном предложении рамка образуется подчинительным союзом и личной формой глагола:

..., weil das Wetter schövi ist, ...; ...Hans, in dem er scit 20 Jhren wohnt. В субстантивной группе рамка образуется существительным и артиклевым словом: *der an der Universität studierende junge Mann.*

Наличие рамок в немецком языке говорит о том, что информация накапливается в начале и развивается в конце суждения. Ключевая информация обычно находится в конце фразы. Итак, фраза строится от известного к неизвестному.

Одна и та же ситуация может, например, интерпретироваться как местонахождение (*В Гамбурге много красивых улиц.)* или как обладание (*Гамбург имеет много красивых улиц.)*. В русском языке употребляются чаще локальные отношения, а в немецком наряду с ними и отношения принадлежности.

Высказывания в русском языке часто содержат безличные обороты или конструкции, в которых семантический субъект выражен не именительным падежом. Однако мы оцениваем негативно выводы А. Вежбицкой об иррациональности и пассивности русских, которые она делает на основании анализа безличных предложений.

В немецком языке высказывания больше ориентированы на лицо; например, в немецком магазине мы слышим фразу *"Kann ich Thnemhelfen?"*, а в русском *«Вам помочь?»*. Исторически сложилось, что на протяжении веков Германия была раздробленной, развивались индивидуализм и обособленность, а в России всегда был дух коллективизма, соборности. Эти факты нашли свое отражение в языках.

Язык раскрывает определенные черты национального характера. Народная мудрость, культурные установки и стереотипы, а также ментальность находят отражение во фразеологических единицах, пословицах и поговорках.

Рассмотрим набор стереотипов в отношениях представителей данных культур друг к другу, в частности, категорию «Работа. Труд».

Русские о русских. С работой связана возможность дружеских контактов, общения. Люди настроения могут работать очень хорошо, а могут и с ленцой, недобросовестно. Не всегда ответственны. Даже поговорки могут сказать многое: *«Работа – не волк, в лес не убежит».* Больше говорят, меньше делают.

Немцы о русских. Есть новые русские, очень много делающие. На работе «общаются». Работают медленно. Часто работают неохотно

и лениво в сфере обслуживания. Хотят как можно легче всё делать (обломовщина).

Русские о немцах. Уважительное отношение к труду вообще. Труд – жизненная необходимость. Пунктуальные, точны, серьезны. Работают «как пчелки». Профессионалы.

Итак, не случайно существует стереотип, что немцы трудолюбивы. В «Lexikon der Sprichwörter ind Zitade» было найдено 37 немецких поговорок со словом «Arbeit», 7 – с «arbeitsam» и 15 – с «Fleiss».

«Erst die Arbeit, Dann das Spiel? Nach der Reise kommt das Ziel».

Таким образом, стереотип – это не столько слово, сколько тема, достойная обсуждения.

Библиография

1. Redder A. “Stereotyp” – eine Sprachwissenschaffliche Kritik\\Jahrbuch Deutch als Fremdsprache, 21\1995.
2. Wenzel A. Stereotype in gesprochener Sprache. Munchen: 1973.

Самохина Т.С.
Московский педагогический
государственный университет

КАТЕГОРИЧНОСТЬ РУССКОГО ДИСКУРСА КАК СЕРЬЕЗНОЕ ПРЕПЯТСТВИЕ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ СОГЛАСИЯ В МЕЖКУЛЬТУРНОМ ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ

Категоричность представляет собой лингвопрагматическую категорию, которую традиционно связывают с порождением и вербализацией оценочного суждения. В то время как оценка представляет собой лингвистическую универсалию, средства выражения оценки варьируются в зависимости от многих факторов как лингвистического, так и экстралингвистического характера. Результаты наших исследований показывают, что в то время как английская языковая личность характеризуются стремлением к

снижению категоричности своего оценочного высказывания, для наших соотечественников является вполне социально-корректной категоричная форма высказывания, которая дает собеседнику понять, что говорящий считает свое мнение единственно правильным.

Зарубежные исследователи, в частности А. Вержбицка, неоднократно отмечала «одержимость» наших соотечественников моральной оценкой, имея ввиду тот факт, что мы, находясь в общественном пространстве, высказываем оценку значительно чаще, чем представители других культур, причем оцениваем происходящее по биполярной шкале правильно/ неправильно, хорошо/ нехорошо. Подобное коммуникативное поведение может быть объяснено целым рядом факторов собственно культурологического характера. Так, коллективные формы существования и ведения хозяйства в России, порождали национально-специфичное отношение к общественному и личному пространству, к подразделению окружающих на своих и чужих, своеобразное отношение к статусу. За годы социализма, в условиях идеологической борьбы с капиталистическим лагерем, советская идеология также культивировала непримиримую решительность, безапелляционность в вопросах обсуждения и осуждения чуждых нашему строю тенденций и явлений.

Кардинально отличающиеся от нас нормативы поведения и функционирования общества наших англоговорящих партнеров, постулируют значимость индивидуализма, защищенности своей личной «территории» от посторонних, уважение права собеседника на свое собственное мнение. Все эти особенности находят отражение в многочисленных средствах снижения категоричности оценочного высказывания, принадлежащих как к фонетическому, так и лексическому и синтаксическому уровням.

Категоричность на уровне русского дискурса находит отражение не только в оформлении оценочного высказывания, но и в таких значимых для делового общения коммуникативных ситуациях как побуждение к действию, выражение согласия /несогласия, что предопределяет специфику модальности высказывания, использования утвердительных и отрицательных форм, императивных и вопросительных конструкций.

Автоматический перенос невербальных и вербальных коммуникативных стратегий, принятых в нашей культуре, из

интракультурного в межкультурное общение, может не только заставить наших партнеров превратно истолковать наши намерения, но и привести к полному разрыву деловых и дипломатических отношений.

Федченко А.В.

Российский университет дружбы народов

АССОЦИАТИВНОЕ ЗНАЧЕНИЕ СЛОВА «ДРУГ» В ОБРАЗЕ МИРА РУССКИХ И АМЕРИКАНСКИХ ПОДРОСТКОВ

При обучении переводчиков в сфере профессиональной коммуникации знания специфики реалий и образов сознания носителей изучаемого языка являются необходимыми. В процессе формирования межкультурной компетенции изучение не только словарных, но и ассоциативных наполнений значений слов представляется весьма интересным.

В психолингвистике существуют различные способы выявления специфики образов сознания носителей той или иной культуры. Но одним из наиболее эффективных считается свободный ассоциативный эксперимент. Н.В. Уфимцева отмечает, что «ассоциативное поле того или иного стимула – это не только фрагмент вербальной памяти человека, но и фрагмент образа мира того или иного этноса, отраженного в сознании «среднего» носителя той или иной культуры, его мотивов, оценок, и следовательно, его культурных стереотипов» [Уфимцева, 1996: 140].

В этой статье мы рассматриваем ассоциативное значение слова «друг» в сопоставительном аспекте русской и американской культур.

Материалом исследования служат результаты свободного ассоциативного эксперимента, проведенного методом письменного опроса анкетирования) на базе эквивалентных списков слов-стимулов (35 слов). Общее количество респондентов составило 758 человек. В эксперименте принимало участие 486 русских подростков (267 девочек и 219 мальчиков). Эксперимент с носителями русского языка проводился в двух городах России - в Москве и Кургане.

Количество американских испытуемых составило 263 человека (137 девочек и 126 мальчиков). Американские респонденты опрашивались в двух американских городах - Вашингтоне и Пештиго (штат Висконсин). Все испытуемые - учащиеся государственных общеобразовательных школ.

Для всех испытуемых друг, прежде всего, хороший и лучший. Американские респонденты уточняют, для чего нужен друг - чтобы хорошо проводить время (play, fun). Они также приводят гораздо больше имен собственных. Это самая частотная реакция на данный стимул. И это имя не того единственного друга, которому подростки доверяют свои секреты и тайны, а, скорее всего, просто одноклассника, на которого упал взгляд в данный момент, или с которым испытуемый играл вчера в бейсбол. В одном американском учебном пособии приводится диалог, который просто шокирует русских учащихся. Музыкант знакомится на улице с двумя прохожими, приглашает их в свою студию и знакомит со своими коллегами следующим образом "Meet my friends" [Leigh, Kalin, 1991]. Типичная реакция русских студентов - "Когда же они подружится успели?". Отметим, что это учебное пособие не продается в магазинах, а распространяется посольством США с целью знакомства молодежи других стран с американской культурой. Существующие в английском языке пословицы "friends are thieves of time" и "hedge between keeps friendship green" отражают типичное для американцев отношение к дружбе. Во многих исследованиях отмечается различие понятия "друг" в американской и русской культурах [см. напр.: Леонтович 2003, Сергеева 2005, Richmond 1996, Wierzbicka 1997]. Для американца слово "friend", отмечает О. Леонтович, применимо к любому человеку, который не является врагом. Это объясняется нежеланием американцев завязывать глубокие отношения, что является следствием их индивидуализма и географической мобильности [Леонтович, 2003: 234]. Русская же культура "другоцентрична" [Уфимцева, 1996: 47]. Установка русских "на других", коллективистский, соборный характер русской культуры, высокая ценность личностных взаимоотношений определяют реакции русских подростков на этот стимул. Подавляющее количество положительных реакций, близость друга, его верность и преданность, доверие ему - вот наиболее частотные ответы на стимул "друг" у

русских подростков всех возрастов. Понятие друг является одной из смысловых доминант русской языковой личности с шестилетнего возраста [Уфимцева, 1998: 89]. Подростковые реакции на данный стимул очень похожи на реакции взрослых русских респондентов. В целом можно сделать вывод о том, что ассоциативное поле стимула "друг" русских и американских подростков отличается значительно.

Библиография

1. Леонтович О.А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения: Монография. Волгоград: Перемена, 2002.-435 с.
2. Уфимцева Н.В. Русские: опыт еще одного самосознания // Этнокультурная специфика языкового сознания. М., 1996.
3. Уфимцева Н.В. Этнический характер, образ себя и языковое сознание русских // Языковое сознание: формирование и функционирование. М., 1998.
4. Wierzbicka A. Understanding Cultures Through Their Key Words. New York: Oxford, 1997.

Яшина М.Г.
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ С ИТАЛЬЯНЦАМИ

Развитие профессионально-коммуникативных навыков учащихся в контексте современного мультикультурного общества является одной из основных задач обучения деловому иностранному языку. При этом важнейшей составляющей образовательного процесса должна быть культура носителей языка, то есть традиции, привычки, особенности национального характера и делового этикета.

В арсенале российского преподавателя итальянского языка для делового и профессионального общения, к сожалению, крайне мало учебных пособий, ориентированных на решение задачи, обрисованной выше. Имеющиеся в продаже иностранные учебники, как правило, не

рассчитаны на особенности русскоязычной аудитории, а пособия отечественных авторов более нацелены на анализ письменной корреспонденции. Таким образом, преподаватель обычно опирается на собственный опыт, который, будучи субъективным, представляется недостаточным для адекватной оценки реальной действительности.

Первым шагом к достижению цели (в данном случае, формированию навыков межкультурного делового общения) является необходимость обрисовать круг проблемных тем в общении русских с итальянцами. Под проблемными темами имеются в виду не обязательно табу, а различные явления и элементы повседневной (в том числе и деловой) жизни, которые при обсуждении могут стать причиной коммуникативных неудач. Речь идет, например, об отношении к религии, богатству, закону, об употреблении алкогольных напитках во время переговоров и приглашении деловых партнеров домой.

Эти и другие вопросы заслуживают серьезного рассмотрения и включения в программу обучения специалистов иностранному (в том числе итальянскому языку).

Ашнин Е.С.
Волгоградский государственный университет
Желтухина М.Р.
Волгоградский государственный социально-педагогический университет

ОТРАЖЕНИЕ МЕЖЭТНИЧЕСКОЙ ВРАЖДЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Проблема отражения межэтнической вражды, или ксенофобии, в языке СМИ становится все актуальнее в мультикультурном обществе. Под медиаязыком межэтнической вражды нами понимается любое публичное вербальное или невербальное действие в СМИ, способствующее возбуждению национальной и религиозной вражды. Язык межэтнической вражды проявляется в упоминании этнической или религиозной группы или ее представителей как таковых в СМИ в унизительном или оскорбительном контексте, в утверждениях медиаадресата о моральных недостатках, криминальности той или иной этнической или религиозной группы, в создании негативного образа этнической или религиозной группы в сознании медиаадресата. В результате анализа современных немецких печатных СМИ были отобраны и классифицированы высказывания, содержащие оттенок враждебности по отношению к «чужим», к представителям других национальностей в Германии. Полученные нами результаты показывают, что наиболее релевантными оказываются высказывания, нацеленные на отрицание гражданства лиц иной этнической принадлежности / идентификации (высказывания, в которых выражаются открытые заявления о том, что обычаи и культура отдельных национальностей являются чуждыми и не имеют никакого отношения к культуре общенациональной, призванной изначально служить скрепляющим фактором для всех представителей этнокультурного пространства). Проведенное нами исследование позволяет говорить о том, что наиболее часто объектом критического отношения, транслируемого СМИ в современной Германии, становятся

люди именно мусульманского происхождения, поскольку они составляют около 90% из всех проживающих в Германии иммигрантов. Следующими по релевантности выступают высказывания, создающие негативный образ иной этнической или религиозной группы посредством обращения к психологической аргументации, т.е. апелляции к чувствам, эмоциям адресатов путем создания соответствующей тональности текстов, манипулирования культурными ценностями, этническими символами (*«Kopftuch» –головной платок, «Muezzin» – муэдзин* и т.п.), звучащими для представителей мусульманского этнокультурного сообщества вполне нейтрально, но приобретающими в восприятии адресата отрицательные коннотации. Частотность высказываний, содержащих в себе призывы к дискриминации, в том числе в виде общих лозунгов, низкая, однако по силе воздействия на сознание адресата, манипуляционному потенциалу они наиболее деструктивны. Малопродуктивны высказывания, содержащие обвинения в негативном влиянии той или иной этнической или религиозной группы на общество, государство; утверждающие неполноценность той или иной этнической или религиозной группы как таковой; указывающие на моральные недостатки представителей чужой этнической или религиозной группы; призывающие не допустить закрепления в регионе мигрантов, принадлежащих к той или иной этнической или религиозной группе. Итак, отражение межэтнической вражды в современном медиадискурсе демонстрирует актуальность национального вопроса. Формированию образа «чужого» в немецких СМИ в дихотомии «свой-чужой» в наибольшей степени способствует апелляция к эмоциональным чувствам адресата посредством фиксации в его сознании отрицательного образа определенных культурем и концептов, воплощающих в себе сущность и основные ценности иной лингвокультуры.

Ашурбекова Т.И., Рагимханова Т.И.
Дагестанский государственный университет

СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ И ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ ИМПЛИЦИТНОГО КОНТРАСТА В ИМИДЖЕВОЙ РЕКЛАМЕ

В работах специалистов по коммуникативным технологиям высказывается мысль о том, что имиджевая реклама строится на контрасте. В ходе лингвистического исследования этого вопроса нами, среди прочих, было предложено понятие *имплицитного контраста* (см., например, [Ашурбекова, Рагимханова, 2011]), при котором противопоставление в явном виде в тексте не выражается, но с необходимостью извлекается адресатом в силу языковых конвенций, разделяемых коммуникантами негласных постулатов речевого общения, социальных стереотипов или особенностей мышления. В работах, посвященных манипулированию в рекламе (см., например, [Борисова, Пирогова, 1999; Vestergaard, Schrőder, 1985]), приводятся многочисленные примеры, в которых нами усматривается наличие имплицитного контраста. Так, в работе [Vestergaard, Schrőder, 1985: 24-27] описано явление, именуемое «игрой на ожидании» (play on expectation), при котором имплицитный контраст создается с помощью отрицания и компаратива.

Исследование показало, что имплицитный контраст может создаваться и с помощью других средств. К их числу, на наш взгляд, относятся прилагательные в превосходной степени и их семантические аналоги *unsurpassed, unparalleled, unlimited, special, premier, top, unique, number one, the only,* глагол *to lead* и его производные. Особая роль в этом ряду принадлежит акцентирующим частицам, глаголам со значением выбора и сравнения. Так, смысловое отношение выбора чаще всего номинируется глаголом *to choose*: *The Economist Group recently chose Nortel to build an entire voice and data infrastructure for its new London offices.* Важно отметить, что в контексте рекламы подобные предложения порождают оценочные

умозаключения: выбрали *Nortel*, а не другие компании, выбирают обычно лучшее, следовательно, *Nortel* лучше других.

Имплицитный контраст может создаваться и за счет коммуникативной организации предложения. Например, в заголовке рекламы банка, приводимом на фоне египетских пирамид, говорится: *Had we been around then, they would have been financed by us.* Сочетание *by us* является ремой-данным. Поскольку круг тех, кто мог бы финансировать строительство египетских пирамид, является довольно ограниченным и, возможно, известным адресату рекламы, элемент *us* становится акцентоносителем и приобретает контрастный характер: нами, а не кем-то другим.

Как представляется, в текстах с имплицитным контрастом создается образ сильной компании-победителя, причем негативная оценка конкурентов делается самим читателем, что усиливает воздействие рекламы.

Библиография

1. *Ашурбекова Т.И., Рагимханова Т.И*. Структура и функции контраста в имиджевой рекламе // Изв.вузов. Северо-Кавказский регион. Сер. Общественные науки. Ростов-на-Дону, 2011, №1, С.120-125.
2. *Борисова Е.Г., Пирогова Ю.К.* Имплицитная информация в рекламе и пропаганде// Имплицитность в языке и речи. М., 1999. С. 145-152.
3. *Vestergaard T., Schrőder K*. The language of advertising, N.Y.: Basil Blackwell Inc., 1985. 182 pp

Банщикова М.А.

Российский университет дружбы народов

О ПРАГМАТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЯХ АНГЛО-ЯЗЫЧНЫХ ЗАИМСТВОВАНИЙ
(на примере немецкого газетно-публицистического дискурса)

Исследуя английские заимствования, важно также изучить их прагматическую характеристику, т.е. причины, по которым употребляются англо-американизмы в немецкой прессе. На основе анализа актуальных статей немецкой печати осветим основные особенности функционирования английских заимствований в газетно-публицистическом дискурсе.

При рассмотрении англо-американизмов традиционно различают функциональную и экспрессивную окраску заимствований. Один из аспектов, относящийся к первой категории, служит для изображения местного колорита, который несет в себе определенную атмосферу той страны, из языка которой заимствовано то или иное слово. Например, обозначение „*Old Family Dining Room“* служит для обозначения американского стиля жизни высшего общества XIX века.

Заимствования *cool* и *Dancefloor-Track* имеют непосредственное отношение к молодым людям, фанатам определенного музыкального направления, молодежному стилю жизни. Английские заимствования служат созданию социального колорита, вызывающего у слушателя определенные ассоциации и чувства; а также для выражения таких обстоятельств, как возраст, общность интересов, мировоззренческих принципов и т.д.

Следующей причиной использования англо-американизмов является создание образности (*Juristendschungel – юридические джунгли, т.е. многочисленная, не понятная не специалистам, юридическая документация*). Кроме того, заимствование служат объяснению вещей в более сжатой и живой форме.

Также игра слов, например, *Rock'n'Barock-Musikkulisse* и *Yellow-Press-Saft (сок желтой прессы, т.е. свежевыжатый сок желтого цвета),* служит для создания экспрессивности текста и привлечению интереса читателей.

Авторы намеренно используют немецкое слово и его английский эквивалент в качестве синонимов для вариативности выражения и создания стилистически более привлекательного текста (например: *Sehenswürdigkeit* и *Sightseeing*).

Можно заметить, что некоторые англо-американизмы усиливают выразительность текста за счет создания определенного тона, настроя, с помощью таких стилистических средств, как юмор

(*Bagel-Opfer – жертва бубликов*) и пародия (*eiserne Spar-Lady – экономная железная леди*), что делает его более образным и привлекательным для читателей.

Таким образом, основными причинами употребления англо-американизмов в немецком газетно-публицистическом дискурсе являются: изображение местного колорита и стиля жизни; изображение колорита определенной специальности; изображение социального колорита; создание экспрессивности и выразительности текста; языковая экономия (графическая краткость и семантическая точность); вариативность; усиление и ослабление семантико-стилистического значения; эвфемизация.

Вершинина М.И.
Московский государственный университет
им. М.В. Ломоносова

ИДИОМЫ В ОДНОЯЗЫЧНОЙ ЭНЦИКЛОПЕДИИ BUSINESS: THE ULTIMATE RESOURCE

1. Собственно идиома (idiom proper) – фразеологическая единица, обладающая ярко выраженными стилистическими особенностями, благодаря которым ее употребление вносит в речь элемент игры, шутки, нарочитости [Ахманова, 2005: 165]. Начиная с 60-х гг. прошлого столетия, идиоматическая фразеология изучалась преимущественно с точки зрения языковой системы. С конца 70-х гг. в научных работах отечественных ученых произошел сдвиг от описания идиом в языке к исследованию их функционирования в развернутых произведениях речи – английской художественной литературе XIX и XX веков, научной прозе и англоязычной рекламе [Чиненова, 1986; Луконина, 1986; Изотова, 1992; Кравченко, 1992; Коробка, 1999].

2. На современном этапе развития отечественного языкознания актуальным является изучение идиом в аутентичном англоязычном

бизнес-дискурсе. В исследованиях ученых кафедры английского языкознания филологического факультета МГУ [Назарова, Алферова, 2007] приемы концептуализации и категоризации применялись к частотным идиомам в устной деловой коммуникации.

3. Продолжая исследование избранной проблематики, целесообразно обратиться к такому авторитетному одноязычному источнику, как энциклопедия *Business: The Ultimate Resource*, которая содержит, во-первых, более 170 статей деловой тематики и, во-вторых, собственно лексикографический раздел, включающий более 5000 заголовочных слов. Последовательное изучение материала позволит, прежде всего, отделить словарные статьи бизнес-терминов от тех, в которых заголовочное слово представляет собой полилексемное образование, не являющееся терминологической единицей и отвечающее основным требованиям, предъявляемым к собственно идиомам: глобальность номинации при формальной расчлененности.

Библиография

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – М., 1966.
2. Изотова А.А. Деформация английских фразеологических единиц в функциональном освещении. – Автореф. дисс. … канд. филол. наук. – М., 1992.
3. Коробка П.Л. Идиоматическая фразеология как лингвистическая и культурологическая проблема. – Автореф. дисс. … канд. филол. наук. – М., 1999.
4. Кравченко Е.В. Идиоматическая фразеология в устной форме английской научной речи. – Автореф. дисс. … канд. филол. наук. – М., 1992.
5. Луконина Е.К. Идиоматическая фразеология в языке и речи (на материале современного английского языка). – Автореф. дисс. … канд. филол. наук. – М., 1986.
6. Чиненова Л.А. Английская фразеология в языке и речи. – М., 1986.
7. Business: The Ultimate Resource. Third Edition. – A&C Black Publishers Ltd, 2011.

8. Nazarova, T.B., Alferova, E.S. Idioms in Business English // Nazarova, T.B., Kuznetsova, Ju.N., Presnoukhina, I.A. Business English Vocabulary. – M.: AST/Astrel, 2007. – P.311-319.

Доброниченко Е.В.

Волгоградский государственный
социально-педагогический университет

О РОЛИ МЕДИАСЦЕНАРИЯ В СВАДЕБНОМ МЕДИАПЕРФОРМАНСЕ

Перформанс как процессуальный вид публичной коммуникации (дискурсивной практики) обладает особой энергетичностью и напоминает театральную форму исполнения, целью которой является воплощение некой идеи (в процессе создания определенного смыслового пространства), что часто достигается выходом перформансера за пределы неких норм. Перформанс может включать как элементы режиссуры, так и импровизации. Под публичной коммуникацией мы понимаем коммуникацию перед другим человеком или группой, возможно с их участием. Процессуальный, событийный аспект изучения медиаперформанса невольно обращает исследователей к основной когнитивной структуре, типизирующей образ события в сознании адресанта и адресата, – к сценарию (А.П. Бабушкин, В.В. Богуславская, А. Вежбицкая, О.П. Воробьева, Х. Гейвин, С.В. Иванова, М.Р. Желтухина, Е.В. Зеленева, В.И. Карасик, В.В. Красных, В.А. Марьянчик, В.А. Маслова, И.В. Рогозина, А.П. Чудинов, К. Шайтер и др.). Медиасценарий понимается нами как некая цепочка событий, эпизодов одного события, действий, которые, разворачиваясь в некотором пространстве и времени и предполагая достижение некоторой цели, продуцируются и ретранслируются в СМИ. Сценарий моделируется в виде совокупности событийных пропозиций и связан с фреймом, концептом, стереотипом. В неразрывности формы и содержания медиатекста раскрывается лингвистическая интерпретация

медиасценария адресанта. Медиасценарий в свадебном медиаперформансе реализуется в медиатексте с помощью вербальных маркеров (темпорального, локального, ролевого, поведенческого), которые помогают создать образ сцен (участников, времени, места) и их последовательности. Анализ медиатекста в событийном аспекте предполагает моделирование и интерпретацию медиасценария. Перевод действительности в вербальную форму предполагает последовательность действий субъекта: 1) выбор фрагмента реальности, 2) выбор события, 3) соотнесение события с возможными сценариями, 4) выбор аспектов события, 5) выбор языковых средств. Медиасценарий, располагаясь между медиасюжетом и медиасмыслом, выступает связующим звеном: единичные ситуация и событие в СМИ (*медиасюжет о свадьбе А. Пугачевой и М. Галкина*) соотносятся с типовой ситуацией (*сценарий свадьбы: праздник, ритуал, акция, борьба, игра, скандал, преступление и др.*), представленной в СМИ (*медиасценарий свадьбы А. Пугачевой и М. Галкина*), на основе чего выводится смысл медиатекста как смысл медиатекстовой ситуации. Выбранный сценарий, определяемая им модель ситуации или события диктуется целями адресанта медиатекста. К основным способам актуализации адресантом сценарной основы медиатекста, презентирующего свадебный перформанс, относятся сюжетные анонсы, кульминации, ключевые слова, метафоры, прецедентные феномены и др. Сложность лингвистического анализа медиасценариев свадебного перформанса объясняется схожестью сценария с айсбергом, так как большая часть информации о нем не вербализируется в медиатексте, а хранится в памяти адресанта и адресата в качестве фоновых знаний. В связи с этим характерной чертой медиасценария является его гипотетичность воссоздания на базе языкового материала путем домысливания его составных элементов, выраженных лексическими, грамматическими, стилистическими средствами. Медиасценарии свадебного перформанса неоднородны и представлены событийными, метафорическими и этическими разновидностями.

Магомадова Т.Д.

Волгоградский государственный социально-педагогический университет

К ВОПРОСУ О ПОСТРОЕНИИ ТИПОЛОГИИ ВОЕННОЙ МЕТАФОРЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Природа метафоры как тропа заключается в использовании полисемантичности слова и выражения, т.е. в одновременной реализации двух значений: 1) буквального, т.е. общеязыкового; 2) иносказательного, переносного, ситуативного, т.е. относящегося к конкретному, данному случаю. Существуют различные классификации метафор в современной лингвистике. В результате анализа специальной литературы (Н.Д. Арутюнова, М.Р. Желтухина, В.П. Москвин, В.Г. Гак, Г.Н. Скляревская, А.Н. Баранов, О.В. Михайлова, Н.А. Шипова, Ю.И. Левин, И.Л. Подольская, Ф. Растье, А.П. Чудинов и др.) выявлены основные критерии дифференциации метафор, релевантные для построения типологии военной метафоры с современном медиадискурсе: ***1. Структурный*** – группировка в зависимости от степени развернутости знака-носителя: *1) простые метафоры*; *2) развернутые метафоры* (композиционные, последовательные метафоры, или цепочка метафор, где есть два или более смысловых центра). ***2. Семантический –*** группировка по связи с различными особенностями содержательной стороны: *1) номинативные метафоры*; *2) образные метафоры*; *3) когнитивные метафоры*; *4) генерализирующие метафоры*. ***3. Субъектный*** – группировка по основному субъекту сравнения при построении лексических классов и семантических полей: *1) антропоморфные (антропоцентрические) метафоры*; *2) анималистические (зооморфные) метафоры*; *3) цветовые метафоры*; *4) количественные метафоры*. ***4. Фигуральный*** – группировка по фигуральному характеру, его наличию или отсутствию: *1) резкие метафоры*; *2) стёртые метафоры*; *3) формульные метафоры; 4) реализованные метафоры*. ***5. Объемный –*** группировка по объему, полноте метафорического переноса (В.Г. Гак): *1) полные метафоры; 2) частичные метафоры*. ***6. Компаративный –*** группировка в зависимости от способа реализации компаративного

элемента (Ю.И. Левин): *1) метафоры сравнения*; *2) метафоры-загадки*; *3) метафоры, приписывающие объекту свойства другого объекта*. ***7. Символический*** **–** группировка в соответствии с разнообразием символов метафоры: *1) семантические метафоры,* различающиеся по семантическому устройству: *а) моносемные, б) полисемные; 2) коннектные метафоры,* выделяющиеся по характеру связи: *а) непосредственная связь, б) опосредования и т.п.* ***8. Языковой*** (Г.Н. Скляревская) – группировка в зависимости от семантического механизма образования: *1) мотивированные метафоры*; *2) синкретические метафоры*; *3) ассоциативные метафоры*. ***9. Частотный*** **–** группировка в зависимости от степени употребительности («свежести»): *1) общепринятые метафоры,* узуальные, общеязыковые, фондовые; *2) неологические метафоры,* индивидуально-авторские, окказиональные. ***10. Концептуальный (когнитивный, дескрипторный, тематический)*** **–** в метафорическом осмыслении концепта относительно регулярно повторяется фиксированный набор метафорических моделей (в духе Дж. Лакоффа можно было бы сказать, что исследуемый концепт часто фигурирует в составе «концептуальных метафор»): *1) политические метафоры; 2) медицинские метафоры; 3) игровые метафоры; 4) семейные метафоры; 5) военные метафоры и др.* Анализ фактического материала показал, что специфика военной метафоры в современном медиадискурсе раскрывается в процессе построения ее типологии. Особенно значимым для исследования военной метафоры в современных печатных СМИ представляется концептуальный критерий.

Мартышко Н.Ю.
Волгоградский государственный университет

К ВОПРОСУ О ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИХ ЗАИМСТВОВАНИЯХ В СОВРЕМЕННОМ ЮРИДИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Современный юридический дискурс характеризуется активными правовыми и коммуникативными процессами,

состоящими в сближении правовых норм различных лингвокультур (например, норм, принятых в российской юридической практике, и норм европейского права). В ряде случаев оказывается необходимым заимствование отдельных терминологических единиц из зарубежного законодательства. Основными целями заимствования иноязычных юридических терминов являются: 1) более точная передача юридического смысла того или иного понятия; 2) обозначение новой правовой реалии, уже существующей за рубежом, однако в российской практике ранее не использовавшейся; 3) унификация терминологии в соответствии с изменяющимися правовыми нормами.

В результате исследования установлено, что главная проблема, возникающая при заимствовании того или иного юридического термина из другого языка – адекватность передачи его юридического значения. При заимствовании иностранной терминологической единицы важно выполнить не только обычный, буквальный перевод, но и перевод на понятийном уровне – с одного юридического языка на другой. Это объясняется тем, что юридическая терминология представляет собой инструмент выражения смысла исходных юридических понятий.

Как показывает анализ фактического материала, при заимствовании юридической терминологии из других языков (преимущественно из английского языка) зафиксированы и иные проблемы. Например, в отдельных случаях заимствование термина не отменяет использования в российском законодательстве прежних формулировок с тем же юридическим значением, что влечёт за собой появление нежелательной терминологической синонимии. В качестве примера из русской правовой лингвокультуры приведем заимствованный термин *«омбудсмен»*, наряду с которым применяется русскоязычный аналог *«уполномоченный по правам человека»*. По нашему мнению, решить проблему терминологической синонимии возможно при помощи унификации российской терминологической системы и приведении её в соответствие с нормами европейского права.

Другой актуальной проблемой является существование отдельных терминологических единиц, имеющих некоторые недостатки, которые могли бы быть устранены путём заимствования или адаптации юридических терминов, принятых в зарубежной

юридической практике. Так, нам представляется полезной замена ныне принятой формулировки *«преступления против чести и достоинства»* терминологическим словосочетанием *«преступления против достоинства личности»*, аналогичным зарубежному термину *«honour crimes»* и соответствующим Конституции РФ, в которой отражен именно термин *«достоинство личности»*.

Итак, проведенное исследование наглядно демонстрирует, что заимствование иноязычных терминов в современном юридическом дискурсе желательно осуществлять лишь в тех случаях, когда оно необходимо и оправдывается объективными причинами, поскольку некритичное внесение в российское законодательство новых терминологических единиц без веской на то причины может привести к терминологической синонимии, полисемии, утрате терминами их юридического смысла.

Матюшенко В.В.

Российский университет дружбы народов

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ УСТРОЙСТВЕ НА РАБОТУ

Коммуникативное поведение личности можно представить как иерархическую систему, составленную из коммуникативных стратегий, коммуникативных тактик и действий. Е.В. Клюев предлагает следующее описание такой системы: «Используя коммуникативную компетенцию, говорящий ставит перед собой коммуникативную цель … и, следуя определенной коммуникативной интенции, вырабатывает коммуникативную стратегию, которая преобразуется в коммуникативную тактику … как совокупность коммуникативных намерений (задач), пополняя коммуникативный опыт говорящего» [Клюев, 2011: 201-201].

В лингвистике нет единого подхода к определению коммуникативных стратегий и тактик. Так, О.С. Иссерс рассматривает коммуникативные стратегии как «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [Иссерс, 2008: 54].

Понятие коммуникативной цели является основным при определении коммуникативной стратегии. Таким образом, коммуникативная цель определяет всю стратегию общения, отбор фактов и их подачу в определенном освещении [Иссерс, 2008: 22], что «выражается в выборе манеры разговора, формы и содержания сообщения, уместной формы речи, обстановки и т.д.» [Карасик 1992, цит. по Юрина 2006: 63].

Коммуникативные тактики выполняют функцию способов осуществления коммуникативной стратегии и соотносятся с отдельными коммуникативными намерениями. Тактики, способствующие достижению сходных целей, объединяются в группы. Таким образом «определяется конституируемая данными тактиками стратегия» [Ланских, 2008: 11]. Для реализации определенной тактики используются коммуникативные ходы, выступающие по определению О.С. Иссерс «в качестве инструмента реализации той или иной речевой тактики» [Иссерс,2008: 117].

В статье рассматриваются коммуникативные стратегии и тактики, используемые менеджером по персоналу и кандидатом на должность во время собеседования и анализируются языковые средства, с помощью которых речевое воздействие реализуется в реальном процессе коммуникации.

Основная стратегия, которой придерживается менеджер по персоналу направлена на составление наиболее полного представления о личности и профессиональных качествах кандидата на должность. Итогом разговора должно быть решение о трудоустройстве претендента. Для реализации этой стратегии менеджер по персоналу применяет различные тактики. Например, получение информации и сравнение новой информации с уже известными фактами из резюме. Для этого используются коммуникативные ходы «запрос информации» и «уточнение фактов».

Стратегии, применяемые кандидатом на должность более разнообразны. Рассмотрим некоторые из них.

Стратегия повышения личного статуса. Для осуществления данной стратегии применяются тактики:

- самопрезентация;
- неявная самопрезентация;
- дискредитация (критика оппонента).

Стратегия убеждения. Для достижения намеченной цели в рамках этой стратегии кандидат может использовать следующие тактики:

- тактика решения проблемы включает в себя несколько коммуникативных ходов: определение проблемы, формулировка решения, обоснование, возможное практическое применение;
- тактика принятия решения состоит из описания проблемы, определение нескольких путей решения проблемы, выбор критериев для принятия решения, выбор решения.

Стратегия ухода от ответа. Для реализации этой стратегии кандидат может применять тактики:

- уход от ответа из-за отсутствия информации;
- апелляция к более компетентному источнику, например к данным статистики, т.е. «факты говорят сами за себя»;
- уход от ответа и переход к другой теме.

Следует отметить, что тактики ухода от ответа из-за отсутствия информации и дискредитация оппонента не способствуют эффективной коммуникации.

Эти тактики зачастую осуществляются не только на вербальном уровне, например, желая избежать какого-то вопроса, претендент старается отгородиться от менеджера по персоналу «баррикадой» из бумаг, письменных принадлежностей, кофейных чашек и т.п. Это, как и сомкнутые на груди руки, говорит о нежелании общаться и неуверенности кандидата.

Для достижения положительного результата во время собеседования кандидатам необходимо приводить больше аргументов в подтверждение своих слов, ссылаться на источники информации, иллюстрировать свои утверждения примерами своих профессиональных и творческих достижений.

Библиография

1. Борисова И.Н. Дискурсивныестратегии в разговорном диалоге // Русская разговорная речькак явление городской культуры / подред. Т.В. Матвеевой. - Екатеринбург:АРГО, 1996. - С.21-48.
2. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и ттактики русской речи. Изд. 5-е. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 2888 с.
3. Клюев Е. В. Цит. по: Д.П. Гавра. Основы теории коммуникации: Учебное пособие. – СПб.: Питерб. 2011. – 288
4. Юрина Мария Валерьевна. Коммуникативные стратегии партнеров в политическом интервью: на материале современной прессы ФРГ: диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.04.- Самара, 2006.- 187 с.

Натхо О.И.
Пятигорский государственный лингвистический университет

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ КОНЦЕПТА «УМСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ» В АНГЛИЙСКОЙ ПАРЕМИОЛОГИИ

Как известно, описание концепта включает в себя совокупность определенных исследовательских видов деятельности, объединяющих дефиниционный и этимологический анализ имени концепта, а также его базовых лексем-репрезентантов, синтагматических и парадигматических связей ключевых слов концепта, контекстуальный и паремиологический анализ. Мы рассмотрим содержательную структуру концепта «Умственные характеристики», входящего в адъективную концептосферу «Характеристики» английских паремий.

Концепт «Умственные характеристики» - древний, культурно-обусловленный, общечеловеческий концепт, который широко представлен во всех языках. Лингвистические репрезентации умственных способностей часто встречаются в фольклоре стран и используется в различных паремиях, и концепт «Умственые характеристики» и его лингвистические репрезентации представлены

в таких пословицах как “ A word is enough to the ***wise***” или “ Go where he will, the ***wise man*** is at home ” в английской лингвокультуре.

Именем концепта «Умственные характеристики» в паремиологической картине мира английской лингвокультуры является существительное «Mind» (a person’s way of thinking; thoughts; the ability to think and reason; intellect; memory; attention; an intention; an opinion; the power of reason as opposed to feelings, judgement; the human spirit and power of reason as opposed to the body, the material world). «Mind» можно считать архисемой; данный компонент значения выражает идею умственной деятельности.

Проведенный анализ семантики слова «Mind» позволяет выделить несколько групп лексики, отражающей языковые репрезентации данного феномена в английской лингвокультуре: 1) a person’s way of thinking; thoughts; 2) the ability to think and reason; intellect; 3) memory; attention; 4) an intention; an opinion; 5) the power of reason as opposed to feelings, judgement; the human spirit and power of reason as opposed to the body, the material world.

Анализ лингвистической литературы и собственные наблюдения дают право утверждать, что прилагательные в английских пословицах и поговорках, обозначающие определенные умственные характеристики, можно объединить только в две из указанных выше групп. К первой из них, понимаемой нами как «the ability to think and reason; intellect» относятся прилагательные, описывающие сугубо интеллектуальную деятельность или процесс: mental, clever, intellectual, subtle. Сюда вошли лексические единицы, определяющие интеллектуальные свойства человека, имеющие универсальный характер и обладающие более высокой степенью абстракции.

Вторую группу, определяемую как «the power of reason as opposed to feelings, judgement» составляют прилагательные, описывающие разумность или неразумность поведения. В данную группу входят лексические единицы, обозначающие такие свойства человека как мудрость, разумность, умение правильно/ неправильно, разумно/ неразумно действовать в сложившейся ситуации.

Литература

1. Васильев Л.М. Современная лингвистическая семантика. М., Наука, 1990.
2. Кубрякова Е.С. Части речи с когнитивной точки зрения. М., МГУ, 1997
3. Уфимцева А.А. Лексическое значение. М., Наука, 1986.

Орлова С.Н.

Российский университет дружбы народов

РАЗВИТИЕ ПРОЦЕССА ЭВФЕМИЗАЦИИ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Экономический дискурс сочетает в себе характеристики как институционального, так и личностно-ориентированного типа дискурса. Тематическая вариативность экономического дискурса является относительно стабильной. Открытость (способность интегрироваться в любой тип дискурса) и доступность (в связи с широкой степенью распространения экономики в различные области человеческой деятельности) являются его достаточно важными характеристиками. Отличительной чертой экономического дискурса является обилие терминологии, клише, аббревиатур, индексов, а также использование мелиоративной коммуникативной стратегии, которая проявляется в устойчивой потребности в использовании эвфемизмов (иногда даже уже «стертых») при объяснении и осмыслении экономических реалий и событий.

Сфера экономики и бизнеса включает в себя много областей деятельности, некоторые из которых подвержены постоянным колебаниям. Негативные события в этой сфере часто обозначаются эвфемизмами, особенно ярко это проявляется в средствах массовой информации. Любой финансовый и экономический кризис ведет к недовольству и беспокойствам среди населения, поэтому появляется

все больше лексем, способных сгладить негативный эффект от сообщения.

В экономическом дискурсе эвфемизация коснулась всех негативных аспектов рыночной деятельности: *easing (упрощение), adjustment (урегулирование), technical correction (техническая коррекция)* вместо *fall (падение); gradual increase in prices and wages (постепенное повышение цен и зарплат)* вместо *chronic inflation (хроническая инфляция)*.

Эвфемизмы с успехом способствуют продвижению на рынок товаров и услуг – *pre-owned cars* вместо *used/second-hand, loan and jewelry companies* вместо *pawnshops.*

Поскольку эвфемизм - это явление, незамедлительно реагирующее на любые изменения в правилах этикета и нормах поведения, в общественных оценках тех или иных явлений как “приличных” или “неприличных”, со временем темы и сферы эвфемизации меняются, это явление отличается высокой степенью подвижности. То, что являлось эвфемизмом на каком-то этапе развития общества, перестает им быть на другом и наоборот (так случилось, например, со словом «recession» - рецессия, которое изначально обозначало спад производства или замедление темпов его роста, затем журналисты стали использовать его вместо понятия “depression” – депрессия, которое имело пугающее воздействие на читателя. Впоследствии этим словом стали заменять «кризис», постепенно понятия кризиса и рецессии прочно слились и на современной этапе мы можем констатировать тот факт, что это слово уже само нуждается в подборе эвфемизма).

Пахомова М.А.

Оренбургский государственный педагогический университет

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ И ИНТРАЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ (НА ПРИМЕРЕ ВЫРАЖЕНИЯ ПРИЧИННО-СЛЕДСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)

Концепт «причинность» можно определить как двуединый ментальный конструкт - носитель информации о причине и порождаемом им следствии, или информации о составляющих компонентах причинно-следственных отношений. Он занимает особое место в системе концептов носителей английского языка, поскольку относится к универсальным (базовым) ментальным конструктам, которые влияют на мировосприятие и отражают специфику его изменения.

Картирование окружающей действительности, отображаемое словарями, соотносится с ассоциативными реакциями носителей языка. Распределение информации, поступающей из окружающей действительности, по когнитивным нишам регулярно и осуществляется в соответствии с типовыми механизмами ассоциирования, которые обусловлены окружающими условиями (обществом, историческими, культурными реалиями и т.п.).

Причинность, несмотря на разнообразие семантики материализующих ее средств, регулярно соотносится с аксиологически маркированными в сознании областями окружающей действительности: с болезнями, эмотивной сферой, областями, подвергающимися деструкции. Например, были зафиксированы следующие корреляты причины в научных текстах (4500 страниц): смерть, болезни, лечение в тематической области *«медицина»* (death, cancer illness, food poisoning, cancer, disease, morbidity, arthritis, trauma, treatment, high blood pressure, concussion, injury, poisoning, stroke, kidney disease, surgery, osteoporosis, contagion, rupture, depreciation и т.д.); проблемы окружающей среды (acid rain, air pollution, lead poisoning, pollution, soil erosion, smog, forest fire и т.д.); социальная сфера, где отразились разные стороны, включая *религию*, *экономику*, *военную тематику*, *социальный статус человека* (reunification, economic crisis, socialism, crisis, reform, poverty, Great Depression, violence, peace, religion, crime, War, democracy, conflict, independence, downturn, tax, isolation, strife, collision, recession, freedom); катастрофы и разрушения (catastrophe, damage, disaster, flood, fire, explosion, crash, blast, flooding); отрицательные события в жизни людей (tragedy,

failure, deadlock, difficulty, decline, delay, degradation, problem, imbalance, disturbance); негативные эмоции (outage, stress, depression, worry); голод (hunger, famine).

Аксиологически немаркированные области, связанные причинно-следственными отношениями, представлены онтологическими коррелятами концепта причинности, явлениями и событиями социальной сферы, достижениями научно-технического прогресса и природными явлениями.

Ядро концепта причинности рассматривается с позиций акциональности, партонинимических, гиперо-гипонимических, ассоциативных ментальных коррелятов. Гносеологическая сущность концепта причинности позволяет определить наиболее значимые сферы окружающей действительности, вычленяемые мышлением носителей английского языка.

Исследование периферических компонентов концепта причинности может дать богатый материал для вскрытия закономерностей концептуализации сознанием экстралингвистической действительности, отображаемой средствами языка.

Потапова А.В.
Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

ФРАЗОВЫЕ ГЛАГОЛЫ В АУТЕНТИЧНОМ АНГЛОЯЗЫЧНОМ БИЗНЕС-ДИСКУРСЕ

1. Фразовый глагол – это сочетание глагола и адвербиального послелога (например: come in, give in, put in), представляющее единую семантическую и синтаксическую единицу. В начале XX в. в метаязыке лингвистов появляется термин «фразовый глагол». В дальнейшем отечественные и зарубежные ученые предлагают различные классификации

и категоризации [Ильиш 1948, Смирницкий 1953, Jesperson 1928, Palmer 1965].

2. С начала 70-х гг. прошлого столетия фразовые глаголы изучались с опорой на разные функциональные стили: язык художественной литературы и научная проза.

3. В настоящее время на кафедре английского языкознания филологического факультета МГУ исследуется реальное бытование и функционирование фразовых глаголов в англоязычном деловом дискурсе. Осуществлена сплошная выборка фразовых глаголов из книги The World's Business Cultures and How To Unlock Them Б. Томалина и М. Никса [Ashford Colour Press, 2007]. Изучение материала свидетельствует о намеренном использовании авторами 227 из самых частотных фразовых глаголов современного английского языка, относящихся к нейтральному и разговорному стилям. Представляется актуальным продолжить разработку избранной проблематики с привлечением аутентичных образцов делового дискурса для выявления регионально – маркированных фразовых глаголов.

Библиография

1. Долгина Е. А. Фразовые глаголы в языке и речи. – Дисс. … канд. филол. наук. – М., 1990.
2. Ильиш Б.А. Современный английский язык. Теоретический курс. – 2е изд. – М.: Изд-во лит-ры на иностр.яз., 1948.
3. Смирницкий А.И. Об особенностях обозначения направления движения в отдельных языках (к методике сопоставительного изучения языков)// Иностранные языки в школе. – 1953, № 2.
4. Jesperson, O. H. Monosyllabism in English. – London, 1928.
5. Macmillan Phrasal Verbs Plus. - Bloomsbury Publishing Plc, 2005.
6. Palmer, F. R. A Linguistic Study of the English Verb. – London: Longman, 1965.

7. Povey, J. Phrasal Verbs and How To Use Them, Английские фразовые глаголы и их употребление: Учебное пособие. – М: Высшая школа, 1990.
8. Tomalin B., Nicks M. The World's Business Cultures and How To Unlock Them. - Ashford Colour Press, 2007.

Рамазанова Г.Х.

Казахский гуманитарно-юридический университет

PROCESS OF CREATION OF THE SCIENTIFIC TEXT AND ITS SUBJECT WORLD

According to V. Vinogradov, text doctrine is a doctrine of types of verbal registration of the works closed in as special type of complete structures. Ways of studying of the text are planned by attempts to treat the statement in the course of its generation, and not just as ready work.

In essence the text linguistics has arisen while researchers have felt a necessity to depart from sentence studying as static formal language unit and to pass to statement studying as functional unit, unit of real speech engendering and speech perception, unit that is correlated with a situation.

Thus, text studying is thoroughly prepared by functional syntax. The functional approach to studying of syntactic units has given the chance to fall outside the limits of the sentence-statement, to pay attention to its place in system of other sentence-statements, to establish the connection between them, as contact so distant. And it is a direct exit to research amalgamation of sentence-statements, i.e. components or text fragments.

It is necessary to mention that V.V. Vinogradov is one of the first scientists who brought an attention to the question on studying a process of text engendering.

Process of speech generation is, according to S.D. Katsnelsonu, not only process of text formation but also process of "senses" formation; it is common process of generation of thought and speech.

In the course of text engendering the key role is played by such verbs of intellectual activity as " to define," to inform, " to give reason", etc.

They allow to treat the text (which usually is understood as the microtext - the text of small volume or a text fragment) as a product of speech action or the sum of speech actions while the real text, for example article, section in the monography, the textbook being a macrotext, is a product intellectual activity.

As it is said in linguistics: activity and action differ in degree of the complexity of the purposes. Activity is directed on the complex purpose which can include the nearest or partial purposes. In the consent with it activity develops with the actions focused on achievement of the partial or nearest purposes, realized by the subject of action".

As the sentence is not the sum of words of which it consists (the known position which has been put forward by E. Benvenist), and the text maintenance cannot be described as the sum or sequence of speech actions, or speech acts.

The theory of speech acts, as it is known, is connected first of all with a name of philosopher Dzh. Austin who postulated that statement pronouncing can represent not only the information message, but also many other actions (for example, a request, advice, a question, a prevention, an order, a promise etc.). The conceptual basis of the theory of speech influence are based on that position that speech activity is always intentional. From these positions the statement, as A.I. Dunev considers, there is an act of realization of the speaker intention by means of speech as any statement comprises representation not only about what it is told in it, but also what for it is told.

Hence, any statement assumes target aspect and fully or partially, obviously or non-obviously serves for the realization of the speaker intention.

Bibliography

1. Виноградов В.В. Избранные труды. М.: Наука, 1975. – 558 с.
2. Кацнельсон С.Д. Типология языка и речевое мышление. – 3-е изд. М.: Едиториал УРСС, 2003. – 224 с.

Сейтова Д.У.
Каракалпакский государственный университет им. Бердаха

FEATURES OF THE WORDS OF GREEK ORIGIN IN ENGLISH LANGUAGE

It is generally accepted that nowadays, English is the “universal” and “cultural” language of the global community. Trade, science, politics and exchange of information, are all conducted and expressed in English . The spread of the media and the technology of computer science have turned the globe into a universal community that “lives”, “thinks” in English .

«Заимствование слов происходило во все эпохи. Уже в древности существовали так называемые слова- путешественники, которые вместе с предметами переходили от народа к народ у, от языка к языку». [А.Я. Шайкевич, А.А. Абдуазизов, У.А. Гурджиева , 1989: 170].

Many venture to claim that in a few decades time the population of this planet will express itself and think in English, and that language such as French, Spanish and Chinese will only exist as dialects.

Nevertheless, the English language, which is the “kultursha che” of our times, does not have a particularly long history, it has only existed for five or six centuries. If we open an English dictionary, we can easily discover that a substantial percentage of the words in it are derived from other languages such as Latin?

French and German. There are also many words in English that are of Greek origins. A fact that may surprise people is that the millions of people, who speak English, speak German too without knowing it.

Between A.D. 450 and A.D. 1150, which is called the Old English period, the invasion of the Germanic Tribes occurred. On A.D. 1066 (The Norman Conquest), a big part of the Latin and Greek based vocabulary used nowadays was reintroduced via French. During the Middle English period) A.D. 1150 A.D. 1500), they had the Anglo- French connection. During this period several changes in vocabulary occurred: the less of many Old English (Germanic) words and the addition of thousands of

words from French, Greek and Latin. Since 1500 (Modern English), Latin has declined as a common European language of discourse. During the Renaissance many classical Greek and Latin texts were translated. Between the 16-th and 17-th century, spelling was standardized and vocabulary was enriched. It is widely accepted that a not inconsiderable number of words borrowed by English from Latin had previously been adopted into number of words borrowed by German direct from Greek. They are early loans, and it seems possible that some at least were adopted first by the Goths and that from Gothic they were spread to other Germanic dialects.

The Greek forms are aggelos (messengec, angel), diabolos (advecsacy, Satan), Kyriakon (the Lord's House), presbyter (eldest, priest). The phonological development of these words is hardly clear, so the exact of their introduction into Old English cannot be told. In Modern English devil, and priest are the direct descendants of the old English words, but angel is from French (angelous, itself a loan- word from Greek).

Many Greek words reached English before the Conquest though Latin, and Latin is the, immediate source of the majority of the later Greek loan-words in English , most of the Greek borrowings came through Latin by way of French. Those that have come through Latin, in Middle and Modern English, have done so though literature or scientific writings, and so are nearly all words of learned origin, though a fair proportion of them have become popularized. A good illustration for this are the words: acrobat, alphabet ,asylum, atom, bulb, camera, celery, character, chemist, chorus, comma cycle and many others. The technical words now in scientific use fill many lages in most dictionnaries, though most of them are not in everyday use. A very large number of them are compound words either taken from an already existing Greek compound, or, more commonly made full of individual Greek elements which major may not have been used in Greek to form compounds . A comparatively small number of these words, all of which are originally learned, have become popular. For example: telephone, telegraph, gramophone, thermometer, barometer.

Бибилиография

1. А.Я. Шайкевич, А.А. Абдуазизов, Е.А. Гурджиева. Введение языкознание .Т., " Укитувчи ", 1989.

Сибирко Н.С.

Пятигорский государственный лингвистический университет

ЖАНРОВО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ «КАЧЕСТВЕННЫХ» СМИ

В публицистике англоязычных «качественных» СМИ можно разграничить два функциональных подстиля: информационно-публицистический и художественно-публицистический. Они отличаются от свойственного литературным произведениям собственно художественного стиля, в котором основная цель состоит в выражении внутреннего мира автора через создание художественных образов действительности.

Публицистика является, по существу, «супержанром», объединяющим в себе несколько жанровых разновидностей. Основные функционально-стилистические характеристики публицистики в «качественной» прессе определяют:

– отсутствие инвектив, минимальное количество стилистически сниженной лексики, сокращений и усеченных слов;

– преобладание предложений полной, развернутой и продолженной синтаксической формы;

– широкое использование стилистических приемов, тропов и фигур речи;

– приверженность к языковой и речевой норме литературно-письменной речи.

Наряду с исконно журналистскими жанрами в «качественных» СМИ традиционно используется жанр «письмо редактору» – синкретичный жанр, развившийся путем слияния эпистолярного и публицистического жанров и свидетельствующий о развитии «гражданской публицистики».

Коммуникативная цель каждого из публицистических жанров англоязычных «качественных» СМИ состоит в том, чтобы не только сообщить новую и достоверную, полученную из надежных источников информацию, но выделить и акцентировать общественную значимость разнообразных феноменов

действительности, проблемы и пути преодоления кризисных ситуаций. В информационно-публицистических и аналитико-публицистических текстах преимущественно используются приемы аргументирующего общения, ориентированные на убеждение посредством фактов и доказательств.

Прагматическая цель воздействия в информационно-публицистических и аналитико-публицистических текстах чаще реализуется путем убеждения, а в художественно-публицистических – путем убеждения и внушения. В художественно-публицистических текстах необходимым компонентом воздействия являются средства и способы эмоционально-образного описания действительности.

Все рассмотренные жанры характеризуются своей предназначенностью для использования определенными социальными группами коммуникантов, между которыми существуют некоторые пространственно-временные отношения и различаются объемом, композиционно-речевой структурой и своими лингвостилистическими характеристиками.

Третьякова Л.Н.
Российский университет дружбы народов

ВОЕННОЕ ДЕЛО И МИЛИТАРНАЯ МЕТАФОРА В СОВРЕМЕННОЙ ГАЗЕТЕ

Последние исследования [А.Н. Баранов, Г.Я. Солганик, А.П. Чудинов] документируют повышенную роль публицистики в развитии языка и в повседневном общении.

А.П. Чудинов в монографии «Россия в метафорическом зеркале» справедливо пишет: «Базисная метафора **российская действительность** – это **непрекращающаяся война** или в другой формулировке – **современная Россия** – это милитаризированное общество, страна, где идет постоянная гражданская война, занимает важнейшее место в образном представлении современной российской действительности. Так сложилась российская история, что на судьбу

едва ли не каждого поколения приходилась война, а поэтому военная лексика – это один из источников метафорической экспансии на самых разных этапах развития русского языка. Богатый военный опыт традиционно находил свое отражение и в национальной ментальности, военные метафоры как бы показывали наиболее эффективный путь для решения сложных проблем общества». [А.П. Чудинов, Россия в метафорическом зеркале]

Термины военного подъязыка нашли широкое отражение в газетах и журналах на русском языке. На страницах газет военные термины употребляются в прямом значении и как термины-метафоры, возникшие при употреблении военной лексики в переносном смысле. Многие из таких переосмысленных военных терминов появились на страницах газет еще в 20-30-е годы, некоторые получили распространение во время и после Великой Отечественной войны. Широкое проникновение военных терминов-метафор в газетные материалы не случайно и обусловлено целым рядом экстралингвистических и собственно лингвистических причин.

1. Газета отражала стереотипы, которые выражали милитаризованный характер нашего обыденного сознания, с помощью военной лексики времен войны и сталинских репрессий. Не случайно в лингвистике появились термины «лингвистика правды и лжи» [Болинтер, 1989; Вайнрих, 1987], «деревянный язык» официальной власти [А. Безансон].
2. Историки считают, что главное причиной для издания первой русской газеты Петр I считал «воинские дела» (Северную войну России против Швеции за выход к Балтийскому морю).
3. Военные потрясения, военные конфликты каждого дня (по статистике – до 300 военных конфликтов в день на планете), резкое падение уровня жизни большинства в бывшем Союзе значительно увеличили долю военных терминов-метафор в современной газете: *битва за кости, битва за сосиски, колбасная война, «кокаиновая война», «торговая война», «нарковойна», «гормонная война», «автомобильная война», армия бомжей* и т.д.
4. Мы «живем» военными метафорами в нашей культуре. Джордж Лакофф, Марк Джонсон пишут по этому поводу: «Крайне важно иметь в виду, что мы не просто говорим о

спорах в терминах войны. Мы можем реально побеждать или проигрывать в споре. Лицо, с которым мы спорим, мы воспринимаем как противника. Мы атакуем его позиции и защищаем собственные. Мы захватываем территорию, продвигаясь вперед, или теряем территорию, отступая. Мы планируем наши действия и используем определенную стратегию… Многое из того, что мы реально делаем в спорах, частично осмысливается в понятийных терминах войны. В споре нет физического сражения, зато происходит словесная битва и это отражается в структуре спора: *атака, защита, контратака* и т.п. Именно в этом смысле метафора «Спор – это война» принадлежит к числу тех метафор, которыми мы «живем» в нашей культуре: она упорядочивает те действия, которые мы совершаем в споре». [Лакофф, Джонсон, 1990: 388].

5. В современном мире внимание лингвистов и психолингвистов привлекает явление речевой и неречевой агрессии, которая имеет этнокультурные особенности функционирования в русском языке.

Библиография

Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале // Русская речь. – 2001 - № 1, 3, 4; 2002 - №1, 2, 3.

Храмченко Д.С.
Тульский государственный педагогический университет
им. Л.Н. Толстого

КОНСТРУКТИВНАЯ РОЛЬ ХАОТИЗАЦИИ В ФУНКЦИОНИРОВАНИИ ПРАГМА-СЕМАНТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ АНГЛИЙСКОГО ДЕЛОВОГО ДИСКУРСА

Функциональная лингвосинергетика – перспективное направление в русле функциональной лингвистики, осуществляющее динамико-системный подход к языку/дискурсу.

С её точки зрения, в процессе развертывания английского делового дискурса смысловое и прагматическое пространство формируется как открытая нелинейная неравновесная система, постоянно взаимодействующая с внешней средой (сознанием коммуникантов и коммуникативной ситуацией), способная к самоорганизации и саморегулированию в процессе чередования этапов хаотизации и упорядоченности и продвигающаяся к функциональному аттрактору (области притяжения всех элементов системы), т.е. к реализации коммуникативной цели.

Анализ значительного числа фрагментов современного как устного, так и письменного бизнес-общения свидетельствует о возрастании частотности использования говорящими/ пишущими субъектами риторических приёмов (ирония, метафора, выстраивание нетипичных функциональных связей между высказываниями и др.), диссонирующих с существующими в классической деловой коммуникации нормами, правилами и ограничениями. В речь намеренно включаются языковые средства, блокирующие адекватное взаимодействие дискурса с внешней средой и/или противоречащие текущей стадии развития прагма-семантической системы, в которой возникают функциональные и стилистические колебания. Прагма-смысловое пространство начинает отклоняться от равновесного состояния. В ответ на вызванные изменения, хаотизацию, активизируются внутренние синергийные самоорганизационные процессы, способствующие стабилизации системы и её выходу на качественно новый уровень смысловой упорядоченности, а также появляются спонтанные («эмерджентные») свойства, содействующие успешному продвижению дискурса к желаемому аттрактору.

Так, например, при использовании приема метафоры, функциональные колебания дискурсивной системы оживляют общение, воздействуют на интеллектуальную сферу коммуникантов, побуждая их к более глубокому осмыслению всей полноты прагма-семантического спектра, активизируя разнообразные пласты фоновых знаний, без которых «декодирование» смысла высказывания бывает невозможным.

Манипулирование хаотизирующими смысловую систему элементами значительно повышает прагматический потенциал речи за счёт усиления обменных процессов между дискурсом и его внешней средой, а также катализации синергийных процессов прагма-семантической самоорганизации и «движения» функциональных связей в сторону коммуникативной цели.

Черноусова Ю.А.

Пятигорский Государственный Лингвистический Университет

ЛИНГВО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ БИЗНЕС-КОНТРАКТОВ

Характерной особенностью современных лингвистических исследований является повышенный интерес к изучению процесса коммуникации, коммуникативных стратегий и тактик разговорной речи и т.д. Однако, необходимо отметить, что изучение речевого общения, делового дискурса (ДД), а в особенности бизнес - контрактов с точки зрения их лингво-прагматических особенностей и функций остается той нишей научных знаний, которая требует пристального внимания, тщательного анализа и рассмотрения, так как данный вид деловой коммуникации исследуется, как правило, фрагментарно некоторыми лингвистами. Проведенное нами исследование англоязычных бизнес-контрактов позволило выявить их лингво-прагматические особенности:

1. Бизнес-контракты относятся к аргументативному виду текста и направлены на убеждение, установление и утверждение взаимовыгодных отношений;
2. Основными коммуникативными задачами бизнес-контракта являются: информативная, директивная (предписывающая), декларативная;
3. В основе любого бизнес-контракта лежит речевое взаимодействие, которое, в свою очередь, невозможно без

стратегического планирования приемов воздействия на реципиента;

4. Основными концептами бизнес-контрактов являются: promise (обязательства), terms (условия), contracting parties (контрагенты);
5. Особенностью бизнес-контракта как вида коммуникации является непосредственная связь между отправителем и получателем сообщений, где участники взаимодействия строят профессиональную коммуникацию, руководствуясь двумя основными векторами: агент-агент (равенство) и агент-клиент (воздействие);
6. Иллокутивное воздействие в бизнес-контракте возможно осуществить двумя способами: 1) прямым способом выражения намерения, где «агент» стремится оказать иллокутивное воздействие на «агента» или «клиента» путем использования таких языковых средств, иллокутивная сила которых легко распознается слушателем; 2) косвенным способом, где содержание контракта приобретает иллокутивную силу побуждения и может служить мотивом для «агента» или «клиента» к действию;
7. Отличительной особенностью текстов бизнес-контрактов является заключенный в них информационно-воздействующий потенциал: 1) выражения обязательств «агента», «клиента» выполнить свои обещания; 2) побуждения («агента», «клиента») к выполнению диктуемых («агентом») условий; 3) предупреждения о возможном будущем нежелательном событии.

Чиликина Е.В.
Пятигорский государственный лингвистический университет

РОЛЬ МЕТАФОРИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ В РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ ДЕЛОВОГО ДИСКУРСА

Для передачи информации (старого и нового знания) в рекламном деловом дискурсе автор активно использует метафоры в

политематических и монотематических текстах. Вопросы получения, кодировки, хранения и передачи информации являются актуальными для автора текста [Глазунова, 2000: 1]. Метафоризация основана на взаимодействии двух структур знаний – когнитивной структуры «источника» и когнитивной структуры «цели». [http://www.ahmerov.com/book_468_chapter_27_2.1._Metaforicheskaja_model_i_ee_komponenty.html]. Анализируя тексты деловой рекламы, мы наблюдаем частое использование образа гор в рекламе [Морозова, 2002], то есть использование автором в текстах следующей метафорической модели: «БИЗНЕС – ЭТО ПОДЪЕМ В ГОРУ, УСПЕХ – ЭТО ПОКОРЕНИЕ ВЕРШИНЫ». Рассмотрим следующий пример: *Tenzing Norgy, natural born investment Banker. The man, who guided Sir Edmund Hillary, to be the best up Everest, was smart, aggressive and utterly unknown. Like him we guide ambitious people to the top. Like him our success is measured with your success. Last year we increased the amount of capital raised for clients by 92%, making the fastest growing investment bank for growth companies. So, if you plan to scale peaks of your own, let us lead. US Bancorp [http:www.theeconomist.com].*

Данный текст сопровождаются иллюстрацией гор и людей, покоряющих вершины. Вербализация данного метафорического переосмысления происходит благодаря использованию следующих лексических единиц: *to be the best up Everest, to guide ambitious people to the top, to scale peaks of your own, gets you to the top* (покорение собственной вершины). В первом случае понятие «вершина» трактуется автором как «достижение успеха благодаря помощи компании». Во втором случае это трактуется как «достижение собственных целей и удовлетворение собственных амбиций». Как известно, лексема *the top*, кроме своего значения *the highest part, point of something* имеет значение *the best* и синонимы *best, greatest, finest, ideal, the cream of, ultimate, unsurpassed, piece de resistance* и. т.д. Использование лексемы *educating leaders for 800 years* привносит новую информацию в текст, сообщая автору о том, что достигнув вершины в бизнесе, адресат текста станет лидером в бизнес-среде. В данном случае автор использует метафору для передачи информации о том, что обучение по данной образовательной программе позволит адресату текста стать лидером. Также использование метафоры

позволяет сделать объемный, насыщенный информацией политематический рекламный текст более образным и доступным для понимания его адресатом.

Библиография

1. О.И.Глазунова. Логика метафорических преобразований. Поэзия Бродского, творчество Бродского, стихотворения Бродского, Иосиф Бродский: метафизика и реальность. – 2001; 5-ое изд
2. Морозова И.Г. Теория и практика структурного анализа рекламного пространства. Серия: Рекламные технологии. Издательство: Гелла-Принт, 2002 г. ISBN: 5-901008-17-0.
3. http://www.ahmerov.com/book_468_chapter_27_2.1._Metaforicheskaja_model_i_ee_komponenty.html
4. http:www.theeconomist.com

Чуева Е.С.
Российский университет дружбы народов

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА НА МОРФОЛОГИЧЕСКОМ УРОВНЕ КАК МЕХАНИЗМ СОЗДАНИЯ ЮМОРИСТИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЕ

Сторонники теории несовместимости (incongruity theories) едины в том, что для восприятия ситуации как комической решающую роль играют «контекстуальные ключи». Под «контекстуальными ключами» принято понимать некоторые «подсказки», позволяющие установить скрытые закономерности между глубинной и поверхностной структурами текста, то есть между глубинным семантическим содержанием и его отражением в поверхностной структуре**.**

В роли одного из таких ключей может выступать информация, заключенная в лексической характеристике слова и принимающая форму его синтаксических признаков. На этом построен один из наиболее частых приемов, используемых для создания юмористического эффекта – оксюморон или игра слов и парадокс. О.В. Мишина опираясь на мнение Кристала считает, что «именно

языковая игра чаще всего вызывает смеховую реакцию и придает тексту уникальность».

Контекстуальные ключи могут заключаться в окружающей ситуации или социальном контексте, аудитории, самом юмористе, в стимуле, внутреннем состоянии и предрасположенности к юмору аудитории [Gulas and Weinberger, 2006]. Одной из особенностей наружной рекламы является то, что в ней одновременно используются как языковые, так и визуальные средства, которые для достижения поставленной цели работают во взаимодействии.

Среди языковых средств принято рассматривать несоответствия, намеренно создаваемые на различных уровнях, от фонетического до синтаксического.

В исследовании наружной рекламы для выявления юмористического эффекта следует рассматривать несоответствия, начиная с морфемного уровня, минуя фонетический, поскольку наружная реклама воспринимается визуально. Морфема – это наименьшая языковая единица, обладающая смыслом, поэтому, мы разделяем мнение Мишиной, что она может использоваться в языковой игре [Мишина, 2007].

Активно используется игра с морфемами в рекламе шоколадного батончика Snickers. “Learn to speak Snacklish” – звуковое созвучие названия шоколадки со словом “snack” – «закуска» обыгрывается в рекламе данного товара многократно. Однако, в плакатах, широко размещаемых в поездах американского метро, корень “snack” сочетается с суффиксом –lish.

Из всех проанализированных случаев словообразования наиболее продуктивным оказалась следующая схема: корень имени существительного + суффикс = новое имя существительное с неожиданным значением. Это неожиданное значение по теории несоответствия создает юмористический эффект.

Таким образом, можно сделать вывод, что в англоязычной наружной рекламе для создания юмористического эффекта активно используется языковая игра на уровне морфемы. Кроме того, поскольку наружная реклама отличается краткостью текстового материала, в ней большое смысловое значение приобретает сочетание языковых и визуальных средств.

Библиография

1. Gulas Charles S., Weinberger Marc G., Humor in Advertising: A Comprehensive Analysis, M.E.Sharpe, New York, 2006.
2. Мишина, О. В., Средства создания комического в видеовербальном тексте: на материале английского юмористического сериала "Monty Python Flying Circus": Дис. … канд. филол. наук - Самара, 2007.

Эзенкина А.В.
Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России

DOUBLESPEAK КАК СТРАТЕГИЯ ВОЗДЕЙСТВИЯ В АНГЛИЙСКОМ ДЕЛОВОМ ДИСКУРСЕ

Doublespeak – понятие, хорошо известное за рубежом, но до сих пор не имеющее общепринятого эквивалента в русском языке. С лингвистической точки зрения так называют языковое явление, при котором высказыванию придается форма, препятствующая пониманию его содержания с целью манипуляции, введения в заблуждение, представления невозможного реальным, странного обычным, ненормального здравым.

Doublespeak находит применение в деловом, политическом, военном, медийном и других видах дискурса. В каждом из них он обусловлен прагматической установкой говорящего на искажение, сокрытие информации либо изображение нежелательных фактов в более выгодном свете. Функциональная роль стратегий такой «коррекции модели мира» говорящего заключается в воздействии на сознание реципиента, а зачастую речевых манипуляциях.

Как отмечает А.Н. Баранов, почву для манипулирования дают такие аспекты, как стереотипизация сознания, имплицитные конвенции делового общения и принцип экономии говорящим и слушающим речевых средств. Он справедливо заключает, что

«языковая система с равным успехом может быть использована и для прояснения истины, и для ее сокрытия. [Баранов, 2000: 161]»

При этом могут быть использованы разнообразные языковые средства: эвфемизмы, жаргонизмы, штаммы, канцеляризмы, многословие и др.

Данные средства абсолютно «безопасны», если употребляются в целях сообщения информации. Однако когда они используются в прагматических целях, они становятся инструментами реализации манипулятивных коммуникативных стратегий.

Размытость речи бизнесменов, политиков, чиновников создает впечатление обмана, «двойной игры», дурных намерений. Как отмечал Х. Вайнрих, «ложь не только портит стиль, она губит язык. И не существует никакого лечения для испорченных слов; их необходимо изгонять из языка» [Вайнрих, 1998: 62].

Обеспокоенность лингвистов, писателей, журналистов засорением языка привела к появлению движения за чистоту английского языка. Несмотря на все усилия по очистке делового дискурса от штампов, многословия и расплывчатости, возможность отказа от doublespeak остается под сомнением, поскольку он предоставляет возможность эффективного речевого воздействия.

Борьба за ясность английского языка имеет под собой все основания. Однако упростить язык делового общения, исключить из него абстрактные, двусмысленные, имплицитные обороты значило бы лишить его эффективного инструмента речевого воздействия, его функционального потенциала.

Библиография

1. Баранов А.Н. Язык – инструмент лжи или средство прояснения истины? // Рекламный текст. Семиотики и лингвистика. – М.: Издательский дом Гребенникова, 2000. – С. 159-161.
2. Вайнрих Х. Лингвистика лжи // Язык и моделирование социального взаимодействия. – Благовещенск, БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 1998. – С. 44-87.
3. Lutz, William. Doublespeak. – NY: Harper & Row, Publishers, 1989.

Бедненко С.В.

Российский университет дружбы народов

ПОДХОДЫ К ОСМЫСЛЕНИЮ РАЗЛИЧИЙ РУССКОГО И ИСПАНСКОГО ЯЗЫКОВ

При обучении испанскому языку переход с «русского» на «испанское» мышление представляет определенные трудности. В первую очередь, это связано с тем, что в русском языке не так чувствуется привязка к лицу. В ходе исторического развития необходимость ставить в центр речевой деятельности первое лицо в русском языке постепенно растворялась идеей относительности всего земного. Первые потрясения русской государственности, вызванные междоусобной борьбой князей, были усилены разрушительным воздействием татаро–монгольского ига на «русское» сознание. Опричнина, Смута и другие деструктивные для мирного процесса моменты русской истории поставили на грань выживания близкую к европейской целостную структуру старославянской грамматики, предложенную Кириллом и Мефодием. Завершился процесс «упрощения» времен и три времени современного русского языка в сочетании с категорией вида достаточны для общения. Такое понятие, как согласование времен, без которого невозможно представить грамматику испанского языка, полностью отсутствует в мышлении субъекта русскоязычной коммуникации. Однако, беглый экскурс в историю славянской и русской лингвистики, иллюстрация таких грамматических явлений старославянского языка, как аорист, имперфект, плюсквамперфект, облегчает обучаемым восприятие многовременной испанской грамматики. Неслучайно в дореволюционной системе образования процесс изучения современных иностранных языков шел параллельно с изучением древних языков, в том числе древнегреческого.

Загадочность русской души вполне ощутима в попытке соединить испанскую грамматику с русской. В испанской грамматике времена, располагаясь горизонтально, приходят на смену друг другу. Отправной точкой является говорящий, который задает тон разговору, или, проще говоря, строит фразу. Строит он ее «от себя». Его *ego* стоит в центре речевой деятельности. В то время как в русском языке задачи скромнее: не выразить себя, а просто «сбросить» какую-то информацию. Отсюда намного проще строится система времен, сдержаннее «работают» наклонения. В этой связи процесс разъяснения испанской грамматики в сопоставлении с русской не всегда является перспективным. Намного результативней является сравнение испанской грамматики с английской, а, если возможно, с французской. Такая работа дает быстрый результат и позволяет обойти сопоставление испанского языка с русским, что особенно ощутимо в таких деликатных темах, как el Subjuntivo. Однако, это не исключает возможность «давать» испанский язык через сопоставление с русским, особенно на ранних этапах его развития. Глубинная память здесь позволяет высветить целый ряд аналогий, что представляет определенный интерес у обучаемых.

Полякова Н.В.
Московский государственный областной университет

ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ СЛОЖНОПОДЧИНЁННЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ С ПРИДАТОЧНЫМ ПРИЧИНЫ
(на материале французского языка)

Изучение способов лингвистического выражения категории причинности ведётся в настоящее время довольно интенсивно. Наряду с большим количеством общих работ (на материале различных языков) имеется целый ряд специальных исследований, в которых отдельные аспекты данной категории разрабатываются более подробно.

Для выражения причины французский язык располагает различными ресурсами, которые проявляются в многообразии

структурных форм, но, бесспорно, ведущей структурой, выражающей причину, во французском языке является сложноподчинённое предложение с обстоятельственным придаточным, вводимым причинным союзом. Например:

Je m'en réjouis puisque ta vie est la suite de la mienne. (A. France); Mais, comme le docteur tournait continuellement la tête du côté de la porte, elle finit par se sentir gênée. (E. Zola)

Синтаксическое выражение причинно-следственных отношений в сложном предложении выдвигает трудную проблему: определение грамматического статуса (структурно-семантических характеристик) предложений, образующих сложное предложение на основе причинно-следственной связи. Решение этой задачи предполагает в первую очередь выяснение вопроса о том, возможно ли существование сложносочинённых причинных предложений. В зависимости от ответа на этот вопрос в грамматиках все предложения, вводимые различными причинными союзами, либо рассматриваются как придаточные, либо распределяются по двум основным типам сложного предложения – сложносочинённые и сложноподчинённые и, соответственно, выделяются причинные союзы сочинительные и причинные союзы подчинительные.

Более того, недостаточно изученными на сегодняшний день остаются способы выражения синтаксической зависимости компонентов сложного предложения.

Таким образом, целый ряд вопросов, связанных с изучением сложноподчинённых предложений с придаточным причины во французском языке остаётся на сегодняшний день спорным или нуждающимся в уточнении.

Сафронова В.Б.
Российский государственный социальный университет

КВЕБЕКСКИЙ ВАРИАНТ ФРАНЦУЗСКОГО: ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ

Распространение французского языка в мире обусловлено комплексом различных причин. Это и следствие некогда

существовавшей колониальной империи, последствия которой мы можем наблюдать в Северной Африке, а также это результат великого переселения народов, приведший к появлению большого французского анклава в провинции Квебек, на территории современной Канады. Поступательно развиваясь и последовательно прогрессируя, франкоязычное сообщество Канады уже давно превратилось в самодостаточную, интеллектуальную и культурную единицу.

Не прибегая к истории французского языка в Квебеке, можно смело говорить о быстрой эволюции лингвистической ситуации в последние десятилетия. Вплоть до начала второй мировой войны, многие иностранцы, будучи проездом в Канаде, с особым удивлением и даже удовольствием отмечали архаичность французского языка этой страны, свойственную лишь некоторым французским провинциям (Турэн, Иль де Франс). В конце 19 века, Реми де Гурмон отменил общеизвестные истины, желая чтобы "Канадцы" говорили на языке Расина или периода правления Луи 1Х. После чего на протяжении долгого времени утрачивались социальные структуры, основанные на сельском хозяйстве и системе ценностей "язык - вера", "земля - литература". Лингвистическая ситуация в Квебеке может быть представлена в двойном освещении, о чем говорил в 1885 году историк Виктор дю Блэ: «Отличительной особенностью этого языка является, скорее всего, его архаичность (причем доброкачественная) и защищенность от арго и неологизмов. Это вскоре может привести к тому, что мы вынуждены будем изучать французский Босюэ как мертвый язык. Вместе с тем в этом языке можно встретить много местных англицизмов и варваризмов и это удивляет, поскольку в стране процветает парламентский режим, истинный враг любой литературы. Более того, канадский парламентаризм двуглавый: федеральный, провинциальный и как следствие, многоязычный» [2; 874].

Таким образом, автор приведенной выше цитаты указывает в ней на две характерные особенности французского языка в Канаде: присутствие в нем архаичных и диалектных черт и изобилие англицизмов, варваризмов и других форм контаминации. В. дю Блэ указывает на одну из причин такого рода ситуации – парламентаризм, когда провинциальное государство зависит от федерального, что, в

свою очередь приводит к многоязычию (полиглотизму), именуемому ныне *билингвизмом*. К билингвизму добавляется *бикультурализм* с целью удлинить и без того двойную правительственную структуру, в которой один из двух, более сильный и многочисленный подавляет другого или ассимилирует его.

Отсюда вывод - старые языковые формы с такой тщательностью, ревностью сохраняемые на протяжении долгого времени "подпорчены" английским языком который их окружает.

Но французский язык в Квебеке на протяжении всей своей американской истории тоже постепенно "портился, загрязнялся". И к середине XX века он стал отправной точкой всех тех требований, что выдвигали неонационалисты и индепандантисты, а именно: радикальная приверженность французскому языку Франции или его интернациональному варианту; утверждение автономии или гегемонии разговорного языка в Квебеке, получившего в 60-е годы название жуаль. Оба предложенных варианта указывают на наличие серьезного кризиса, который вполне можно обозначить как врожденный, ведь, по сути, житель Квебека, по своему языку принадлежит к франкоговорящему сообществу, а это означает, что он должен говорить на языке "всех", чтобы быть услышанным. Но с другой стороны, он желает сохранить свою самобытность и с этой целью обращается к языку как средству выражения или отражения своей колониальной зависимости: экономической, политической и культурной. В этом случае язык уже не рассматривается как лингвистическая система, но как инструмент власти, на протяжении двух веков подавлявшей Квебекцев. Отсюда и все недомолвки, выливающиеся подчас в серьезные конфликты и ожесточенные дебаты, относительно французского языка в Квебеке, когда, при обсуждении языковой проблемы отчетливо выступает проблема политическая.

Библиография

1. De Gourmont Remy. Les Canadiens de France. - Paris, 1893.
2. Du Bled Victor. Une ancienne colonie française // Revue des deux mondes - 1885.-15 février. - P. 874.
3. Godbout Jacques. Le couteau sur la table. - Paris: Éditions du Seuil, 1975.

Смирнова И.В.
Российский университет дружбы народов

ОСОБЕННОСТИ ИСПАНСКОГО ЯЗЫКА НА СЕВЕРЕ МЕКСИКИ

Нами рассматривается испанский язык мексиканского штата Тамаулипас. Штат Тамаулипас является одним из 32 штатов Мексики. Столица штата Сьюдад Виктория. Штат Тамаулипас расположен на северо-востоке страны, его протяженность – 79 384 км^2. На севере штат граничит с североамериканским штатом Техас. На западе с мексиканским штатом Нуэво Леон. На юге со штатом Веракрус. Тамаулипас входит в прибрежную зону Мексиканского залива, наряду с другими штатами: Веракрус, Табаско и Кампече.

Известно, что каждый естественный язык развивается не по строгим правилам, а стихийно; на протяжении многих веков и тысячелетий, в разные периоды истории, язык испытывает воздействие со стороны различных факторов.

В каждой отдельной латиноамериканской стране формирование местных норм испанского языка происходило по-разному. На язык оказывали влияние различные факторы: этнический, исторический, культурно-исторический, социально-исторический, социально-политический, территориальный, географический.

На специфику языка конкретного региона воздействуют также языковая ситуация, характер взаимодействия контактирующих языков и собственно внутриязыковые факторы. Основу любого варианта составляет общеязыковая система, которая сопрягается с регионально и национально-маркированными языковыми единицами, становящимися составной и отличительной частью национального варианта. Эти маркированные фонетические, грамматические, лексические особенности развиваются в системе национального варианта и способны порождать новые региональные отличия.

Практически каждый из этих вариантов имеет свои диалекты и говоры. Причем в Латинской Америке однотипные диалектные зоны способны охватить части различных национальных территорий, т.е. один такой территориальный диалект может быть в двух и более смежных государствах.

П. Энрикес Уренья выделяет в Мексике 6 диалектальных зон, которые характеризуются фонологическими и лексическими особенностями: центральная зона (Дистрито Федераль, Пуэбла, Тлакскала, Идальго, Морелос, Керетеро, Ганахуато, Сан Луис Потоси, Сакатекас, часть Веракруза), север (Агуаскальентес, Баха Калефорния, Сонора, Синалоа, Дуранго, Чиуауа, Коауила, Нуэво Леон, часть Тамаулипас), запад (Халиско, Мичоакан, Колима, часть Ганахуато и Герреро), прибрежная зона (часть штата Тамаулипас, часть штата Веракрус, Табаско, Кампече, Герреро и Оахака), юг (относительно изолированная территория Юкатан), штат Чиапс с характеристиками, соответствующими Центральной Америке.

Тамаулипас представляет интерес для изучения, т.к. одна часть штата имеет особенности присущие прибрежным районам Мексики, а другая, расположенная на границе с США, где отмечается значительное воздействие английского языка, обладает характеристиками северных районов Мексики.

Ван Ливэнь
Московский педагогический государственный университет

ВНЕШНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА КАК ОБЪЕКТ ОБРАЗНОЙ ХАРАКТЕРИСТИКИ В СИСТЕМЕ УСТОЙЧИВЫХ СРАВНЕНИЙ РУССКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКОВ

Слова и словосочетания, которые образно характеризуют внешность человека, составляют, как известно, значительный пласт единиц в системе лексики и фразеологии любого языка. В русском языке это, например, такие единицы, как лексема ***обезьяна*** – (так говорят о человеке, который кривляется, строит рожи), фразеологические единицы типа ***кровь с молоком*** (так говорят о румяном, здоровом человеке), устойчивые сравнения (/глаза/ ***чёрные как вишни***). В китайском языке это также могут быть лексемы (她是根电线杆 – ***фонарный столб*** высокая, худая – о женщине), фразеологические единицы (鹅蛋脸***гусиное яйцо*** – *о лице человека* – вверху округлом, а книзу заострённом), устойчивые сравнения (像猴一样瘦 /человек/ ***худой как обезьяна***).

По нашим наблюдениям, внешность человека – это та семантическая сфера, которая получает особенно яркое и дифференцированное отражение в системе воспроизводимых компаративных единиц русского и китайского языков. Ср.: руки /ноги/ *как спички (очень тонкие, худые),* уши *как лопухи (торчащие в стороны),* нос *как у ястреба / крючком / картошкой / кнопкой;* 手脚像竹竿一样细руки /ноги/ *тонкие как бамбуковые жерди,* 耳朵像扇子一样大уши *большие как веера*, 鼻子像蒜头нос *как луковица чеснока (круглый) и т.п.*

Поэтому в качестве объекта анализа мы выдвигаем прежде всего устойчивые сравнения (далее УС), образно характеризующие части тела человека, его лицо, а также внешний вид в целом. Среди этих

примеров можно отметить такие случаи: 1) компаративные единицы с общим субъектом, но с различными образами сравнения, например: в русском языке /глаза/ *большие как у совы*, а в китайском языке /глаза/ *большие как у коровы*; 2) компаративные единицы с одним и тем же образом сравнения, но использующиеся для характеристики разных частей тела, например: в русском языке /глаза/ *чёрные как вишни*, а в китайском языке /губы/ *маленькие как вишня*; 3) использование разных признаков сравнения в русском и китайском языках; например: в русском языке есть выражение /волосы/ *как золото рыжие*, а в китайском такого сравнения нет (вероятно, это связано с тем, что соответствующая реалия осознается китайцами как нечто необычное, «чужое»); в китайском языке существует выражение /волосы/ *как водопад* (о длинных и прямых волосах), а в русской системе сравнений подобные признаки волос имеют иной способ выражения (ср. /волосы/ *как у русалки* – о длинных распущенных волосах девушки, молодой женщины).

Образно-компаративные языковые единицы, в том числе УС, неоднократно становились объектом научного анализа в работах Н.Д. Арутюновой, Л.А. Киселевой, Л.А. Лебедевой, В.А. Масловой, Т.Н. Скляревской, Д.Н. Шмелева, А.Н. Кунина, и др. Однако до сих пор нет сопоставительных работ, посвященных структуре, семантике и функциям таких единиц в русском и китайском языках. Учитывая богатые возможности, которые таит в себе синтез структурно-семантического и лингвокультурологического аспектов проблемы сравнения, можно с уверенностью утверждать, что сопоставление УС двух столь контрастных языков, как русский и китайский, будет и актуальным, и полезным в практическом отношении.

Иванова А.Г.
Российский университет дружбы народов

О ТИПЕ СЛОГА В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Как и в ряде других изолирующих языков, в китайском языке слог имеет строгую сегментную структуру, в которой определенные

позиции могут быть заняты определенными звуками. Слог не просто состоит из гласной вершины и согласных, а членится на такие строевые элементы, как инициаль – рифма или инициаль – медиаль – финаль, названные В.Б. Касевичем слогоотмемами [Касевич, 1983: 140]. По наблюдениям М.К. Румянцева структура слога в китайском языке прозрачна, границы слогов ясны, элементы слога как фонологические единицы представлены идеальными по звуковому типу или почти идеальными акустическими реализациями [Румянцев, 1990: 28].

В китайском языке выделяется 12 типов слогов различной структуры [Москалев, 1964: 28-34], которые вслед за А.А. Москалевым могут быть подразделены на полные, включающие как финаль, так и инициаль, и неполные, содержащие лишь финаль (здесь и далее: И – инициаль, Ф – финаль, С – согласный, Г – гласный, М – медиаль, Г*– конечный полугласный, С* – конечный носовой согласный).

Полный тип слога И+Ф		**Неполный тип слога Ф**	
Немедиализованные	Медиализованные	Непроизводный	Производные
СГ	СМГ	Г	ГГ*
СГГ*	СМГГ*		ГС*
СГС*	СМГС*		МГ
			МГГ*
			МГС*

В анализируемом китайском тексте в слове вообще обнаружены 10 из 12 возможных типов слогов, встречающихся в китайском языке. Так, слоги без инициали ГГ* и ГС*, то есть неполные, здесь не зафиксированы вовсе. Однако если учитывать слоги СГС и СГГ*С, образованные в результате стяжения двух слогов – при редукции суффикса предметности -*zi*, то количество типов слогов возрастает до 12. Среди зафиксированных слогов к неполным относятся – Г, МГ, МГГ*, МГС*, к полным – СГ, СГГ*, СГС*, СМГ, СМГГ*, СМГС*. Семь из них имеют открытую структуру: Г, МГ, МГГ*, СГ, СГГ*, СМГ, СМГГ*, их общая доля составляет 71,6%; три – закрытую: СГС*, СМГС*, МГС* с общей долей 28,4%. С учетом же редуцированных слогов количество закрытых типов увеличивается до

пяти, и в сумме они охватывает 30,3%, а открытые соответственно 69,7%.

Наиболее частотным является слог универсальной структуры СГ (37,0%), затем следуют слоги СГС* и СМГС* (по 11,6%). Третий ранг закреплен за слогом СГГ* (10,9%). Частота слогов в китайском тексте убывает в следующем порядке:

полные немедиализованные (59,5%)
полные медиализованные (25,9%)
неполные медиализованные (11,0%)
неполные немедиализованные (3,6%)

В составе каждой из этих подгрупп тоже выстраивается определенная иерархия в зависимости от наличия/отсутствия в субфинали терминали и характера последней: наиболее употребительны слоги с одной только централью (без терминали), при наличии терминали более частотны полузакрытые, по А.А. Москалеву, слоги с конечными носовыми, а не полуоткрытые слоги с конечными полугласными.

В результате частота слогов в указанных четырех подгруппах падает в следующем порядке.

СГ (37,0%) →	СГС* (11,6%) →	СГГ* (10,9%)
СМГС* (11,6%) →	СМГ (8,8%) →	СМГГ* (5,5%)
МГС* (5,2%) →	МГГ* (3,5%) →	МГ (2,3%)
Г (3,6%) →	0	0

В целом слоги без терминали составляют 51,7%, слоги с носовой терминалью – 28,4%, слоги с полугласным исходом – 19,9%, то есть частота убывает в отношении 2,6: 1,4: 1.Так, выявляются отношения немаркированности/маркированности в зависимости от наличия/отсутствия инициали, медиали, терминали и характера последней. Соответственно немаркированный по всем трем признакам слог СГ (с инициалью, но без медиали и терминали) занимает самый высокий ранг по частоте употребления, а трижды маркированный слог (без инициали, с медиалью и терминалью), то есть МГГ* – один из самых низких.

Библиография

1. Касевич В.Б. Фонологические проблемы общего и восточного языкознания. – М.: Наука, 1983. – 295 с.
2. Москалев А.А. Система слогов китайского языка // Спорные вопросы строя языков Китая и Юго-Восточной Азии. – М.: Наука, 1964. – С. 28-34.
3. Румянцев М.К. Машинное моделирование единиц речи (на материале китайского языка). – М.: МГУ, 1990. – 272 с.

СОДЕРЖАНИЕ

ПЛЕНАРНЫЕ ДОКЛАДЫ

Бреус Е.В.
Взаимоотношение неязыковых и языковых аспектов перевода ……....4
Дмитренко Т.А.
Обучение межкультурной коммуникации в аспекте
делового общения ……...…5
Малюга Е.Н.
Лингвопрагматика жанров межкультурной деловой
коммуникации…….7
Марчук Ю.Н.
Автоматический анализ структуры и содержания текста ……..10
Михеева Н.Ф.
Особенности речевого поведения парагвайцев ……..……12
Назарова Т.Б.
Корпусный подход к словарному составу английского
языка делового общения: за и против ……..…..…….13
Пономаренко Е.В.
Повышение эффективности речевого воздействия
как задача лингводидактики……15

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Ахмерова А.Ф.
Интегративный подход к обучению грамматике английского языка в
неязыковом заочном вузе…….……18
Богородицкая В.А.
Общеупотребительные бизнес-термины в деловом дискурсе
художественной направленности……19
Зубова У.В.
Филологический вертикальный контекст в аутентичном
англоязычном бизнес-дискурсе ..…….. …….22
Павлова О.В.
Роль преподавателя в формировании фонетико-фонологического

компонента иноязычной компетенции при подготовке
специалистов……24
Семенова Е.В.
Курс «Культура России» на английском языке в контексте
профессионального общения будущих учителей
иностранного языка……...26
Теплова Л.И.
Использование художественных текстов
в преподавании английского языка для
делового общения……..…..28
Харьковская А.А.
Современные тенденции в лингвистическом мире учебников
по английскому языку (из опыта анализа зарубежных
учебных изданий)…….…….30
Черкасова М.А.
Профессиональная языковая личность……...……32
Ширяева Т.А.
Тезаурус как репрезентация знаний
современного делового сообщества……... 34

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОГО ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

Аносова Л.Р.
Поэтический текст в обучении студентов-нефилологов
английскому языку……36

Борщовецкая В.Д.
Инновационные подходы к обучению профессиональной
лексике делового общения……...38
Дьяченко М.В.
О профессионально-ориентированном обучении
иностранным языкам в неязыковом ВУЗе……..39
Еловская С.В., Протасова О.А.
Технология обучения англоязычной грамматике в
неязыковом вузе……..……..41

Кенжалинова Н.В.
Обучение письменному иноязычному дискурсу
в жанре заявления на участие в программе обмена
(на материале младших курсов технического вуза)……..…..43
Кондрахина Н.Г., Петрова О.Н.
Профессионально ориентированное обучение иностранному языку
в магистратуре неязыкового вуза……..…….45
Корж Т.М.
Анализ современных подходов к обучению английскому языку
делового и профессионального общения……47
Кузнецова И.А.
Учебный англо-русский словарь для специалистов
в области методики преподавания английского языка
как иностранного: структура словарной статьи…….……49
Литвинов А.В.
Проблемы разработки содержательного аспекта в обучении деловому
общению на иностранном языке……..50

Михайлов Ю.И.
Компетентностный подход и языковая практика
студентов-нелингвистов в реальном секторе экономики:
опыт, возможности и перспективы……..53
Попова С.Н.
Оптимизация изучения английского языка по методу
«Язык вокруг нас»……... …….56
Сибул В.В.
Профессионально-ориентированный подход
к обучению иностранным языкам
в неязыковых вузах……..……58
Соколова Н.И.
Ситуативный подход в профессионально ориентированном
обучении иностранному языку……61
Стрекалова И.В.
Использование дискуссии при обучении деловому общению
на иностранном языке…….……63
Фролова И.В.
проблемы обучения английскому языку в неязыковом вузе

(направление экономика): оценочные стратегии
в аналитических статьях……...65
Чикилева Л.С.

Обучение публичной речи
как элементу коммуникативной культуры……..……..67

ИНТЕГРАЦИЯ НОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРАКТИКУ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ В НЕЛИНГВИСТИЧЕСКОМ ВУЗЕ

Vasilieva I.
'BLENDED' ESP course teaching with Wiki and Web 2.0.:
benefits and design……..69
Кочетова Л.А.
Использование информационных технологий для контроля
умений устной речи……..……71
Минина А.А.
Методические и социокультурные аспекты использования
Интернет-ресурсов в обучении иностранному языку
делового и профессионального общения
в неязыковом ВУЗе…….…….73
Полетаева М.И.
Технологичное обучение – новый шаг в эволюции
высшего образования…….……..75

СТРАТЕГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПЕРЕВОДУ В НЕЛИНГВИСТИЧЕСКОМ ВУЗЕ

Быкова И.А., Нотина Е.А.
Деловой дискурс и оценка качества перевода…….……78
Ваванова Н.В.
Заполнение и компенсация лакун в экономическом
дискурсе как переводческая проблема……..82

Коготкова С.С.
Передача особенностей официально-делового стиля в переводе….84

Лукьянова И.В.

Термин "Управление": проблемы определения и перевода
(на материале русского и английского языков)……..…..86
Прудникова Н.Н.
Стратегия организации обучения переводу
в нелингвистическом ВУЗе……..…88

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В КОНТЕКСТЕ ЯЗЫКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Абрамян С.А.
Межкультурный аспект речевой коммуникации……...……91
Богославцева М.С.
Неудачи при коммуникации в диалоге…….……93
Жаркынбекова Ш.К., Аймолдина А.А.
Роль английского языка в сфере межкультурной деловой
коммуникации Казахстана……..……94
Кострюкова И.В.
Стереотипы национальной ментальности на примере
сопоставительного анализа русского и немецкого языков……96
Самохина Т.С.
Категоричность русского дискурса как серьезное
препятствие для достижения согласия в межкультурном
деловом общении……..……99
Федченко А.В.
Ассоциативное значение слова «Друг» в образе мира русских и
американских подростков…….……101
Яшина М.Г.
Некоторые особенности преподавания
деловой коммуникации с итальянцами……..……103

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКИ

а) Германские языки (английский, немецкий)

Ашнин Е.С., Желтухина М.Р.
Отражение межэтнической вражды
в современном медиадискурсе……..….105
Ашурбекова Т.И., Рагимханова Т.И.
Средства выражения и прагматические эффекты имплицитного
контраста в имиджевой рекламе…….……..107
Банщикова М.А.
О прагматических особенностях англо-язычных заимствований
(на примере немецкого газетно-публицистического дискурса) ….108
Вершишина М.И.
Идиомы в одноязычной энциклопедии Business:
The Ultimate Resource……..110
Доброниченко Е.В.
О роли медиасценария в свадебном медиаперформансе……112
Магомадова Т.Д.

К вопросу о построении типологии военной
метафоры в современном медиадискурсе……114
Мартышко Н.Ю.
К вопросу о терминологических заимствованиях
в современном юридическом дискурсе……..115
Матюшенко В.В.
Коммуникативные стратегии, используемые
при устройстве на работу…….……117
Натхо О.И.
Представление концепта «умственные характеристики»
в английской паремиологии…….……120
Орлова С.Н.
Развитие процесса эвфемизации в экономическом дискурсе……122
Пахомова М.А.
Концептуализация и интралингвистическая действительность
(на примере выражения причинно-следственных отношений
в английском языке)…… ……...123

Потапова А.В.
Фразовые глаголы в аутентичном англоязычном
бизнес-дискурсе……..125
Рамазанова Г.Х.
Process of creation of the scientific text and
its subject world……127
Сейтова Д.У.
Features of the words of Greek origin in English language……129
Сибирко Н.С.
Жанрово-стилистические характеристики англоязычных
«качественных» СМИ……...131
Третьякова Л.Н.

Военное дело и милитарная метафора в современной газете……132

Храмченко Д.С.
Конструктивная роль хаотизации в функционировании
прагма-семантической системы английского
делового дискурса……134

Черноусова Ю.А.
Лингво-прагматические особенности англоязычных
бизнес-контрактов……136
Чиликина Е.В.
Роль метафорических моделей в рекламных текстах
делового дискурса……...137

Чуева Е.С.
Языковая игра на морфологическом уровне
как механизм создания юмористического эффекта
в англоязычной наружной рекламе……139
Эзенкина А.В.
DOUBLESPEAK как стратегия воздействия
в английском деловом дискурсе……141

b) Романские языки (французский, испанский, итальянский)

Бедненко С.В.
Подходы к осмыслению различий русского и испанского языков....143
Полякова Н.В.
Прагматический аспект сложноподчинённых предложений
с придаточным причины
(на материале французского языка)…….……144
Сафронова В.Б.
Квебекский вариант французского: лексические особенности…...145
Смирнова И.В.
Особенности испанского языка на севере Мексики…….….148

c) Восточные языки (китайский язык)

Ван Ливэнь
Внешность человека как объект образной характеристики
в системе устойчивых сравнений русского
и китайского языков……..…..150

Иванова А.Г.
О типе слога в китайском языке…….…….151