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
VI Международной научной конференции

18–19 апреля 2014 г.

РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ

VI 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

2014

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

Е.В. Бреус
Университет Российской академии образования

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБУЧЕНИЯ ПЕРЕВОДУ

Как известно, авторы коммуникативной модели перевода подчёркивают сложный и противоречивый характер этого вида межъязыкового общения и, в первую очередь, его основной парадокс, который, можно назвать «двойной лояльностью» переводчика — установкой на «верность» оригиналу и установкой на адресата и нормы его культуры.

Ценность такого понимания перевода для целей учебного процесса трудно переоценить. Из него следует вывод о необходимости чёткого разграничения и подробного рассмотрения двух направлений в методике обучения. Первое связано с анализом исходного текста, а второе — с построением текста перевода.

Глубокий переводческий анализ предполагает знакомство с основанным на положениях общей и частной теории перевода систематизированным перечнем основных переводческих трудностей и умением выявлять такие трудности в исходном тексте.

Установка на адресата состоит в том, чтобы оправдать ожидание иноязычного получателя и создать перевод полностью соответствующий цели отправителя. Но именно здесь возникает ещё одна переводческая трудность. Дело в том, что общие правила, внося в процесс обучения переводу системность и упорядоченность, имеют тенденцию к излишнему упрощению изучаемого предмета. Вне поля

зрения остаются его частные, но, вместе с тем, весьма значимые стороны, с которыми в реальной жизни сталкивается переводчик.

Поэтому традиционные эмпирические и моделирующие методы переводческих исследований должны быть дополнены изучением прикладных аспектов переводоведения, раскрывающих специфику действий переводчика в условиях реального акта межъязыкового общения. Акцент, при этом, делается не на самом правиле, а на закономерностях, регулирующих его применение. Применительно к переводу это означает, что речевые действия переводчика должны описываться как в общих терминах, таких как эквивалентность, адекватность, переводимость и пр., так и в терминах операционных, среди них творчество, интуиция, формулирование стратегии перевода, выявление переводческих трудностей, определение способа и метода преодоления данной трудности, выбор окончательного варианта перевода, оценка переводческих ошибок и т.п.

С учётом сказанного выше, работу переводчика при построении конечного, текста можно представить в виде следующей последовательности речевых действий:

1. В переводимом тексте необходимо выделить фрагменты, каждый из которых выражает определённое смысловое единство, представленное одним или несколькими высказываниями.
2. Фрагменты, в свою очередь, разбиваются на шаги перевода. Под этим термином понимается последовательность действий переводчика по выявлению и преодолению переводческих трудностей, обусловленных всевозможными межъязыковыми различиями. Границы шага в исходном тексте определяются знаковым способом, то есть посредством субституции языковых

и основанного на этом способе метода дословного перевода. Дословный перевод играет двойную роль. Он позволяет выделить легко переводимые слова и отрезки текста и те из них, которые сопряжены с известными переводческими трудностями.

3. Работа над выявленными трудностями и переводом соответствующих отрезков текста также осуществляется в виде последовательности шагов. Прежде всего, необходимо решить имеются ли в переводимом отрезке разноплановые мысли. Английский язык для выражения отдельной мысли нередко использует не предложение, а слово или словосочетание. В русском языке для выражения разноплановых мыслей обычно используются простые или придаточные предложения. Задача переводчика состоит в том, чтобы, найдя такие слова или словосочетания, развернут их в отдельные предложения методом внутреннего или внешнего членения. Бывают обратные случаи, когда для выражения одной и той же мысли в исходном тексте применяется два высказывания. При переводе их необходимо объединить в одно.
4. Третий шаг состоит в определении вида переводимого высказывания, установлении того, чем оно является — моноремой или диремой. Здесь следует также отметить, что на первом этапе обучения переводу для лучшего усвоения изучаемых преобразований первый и второй шаги могут осуществляться методом перефразирования, при котором используется русская структура, но сохраняются слова исходного языка.

5. Следующим по порядку, но не по значимости, является шаг перевода, связанный с передачей языкового содержания исходного высказывании и, прежде всего, главных членов предложения. Их, с учётом контекста и межъязыковых различий, можно сохранить такими же, что и в исходной фразе, либо заменить.
6. Помимо названных в шаге 2 преобразований, состоящих в членении и объединении высказываний, имеется целый ряд других действий, обусловленными межъязыковыми различиями в строении текста. Их реализация образует пятый шаг перевода.
7. Наконец, в качестве шестого шага, после формирования тема-рематической, текстологической и языковой структуры эквивалентного фрагмента переводящего текста, решаются вопросы, относящиеся к лексическим и лексико-синтаксическим соответствиям и преобразованиям.

Роль лексики в переводе трудно переоценить. Действительно, структурные преобразования нередко сами бывают обусловлены не соответствующими нормами переводящего языка, а присущими ему правилами лексической и лексико-синтаксической сочетаемости. Поэтому упоминание лексических факторов перевода в последнюю очередь здесь объясняется не желанием принизит их важность, а стремлением к более удобному расположению учебного материала.

Предлагаемая методика, в первую очередь предназначена для начального этапа обучения переводу. Именно здесь возникает немало вопросов, на которые не всегда есть готовые ответы. Речь в частности идёт о необходимости повышения эффективности самостоятельной работы учащихся посредством создания и более широкого внедрения инновационных методов электронного обучения. Среди таких

программ по ряду важных параметров выделяется программный комплекс iTRAINIUM. Используемые в нём программные средства позволяют не только знакомить учащихся с положениям общей, частной и прикладной теории перевода, но и закреплять их с помощью системы интерактивных упражнений, следить за исполнением домашних заданий и оценивать уровень приобретённых навыков.

Т.А. Дмитренко
Московский педагогический государственный университет

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Расширение международных экономических и культурных связей обусловило востребованность в профессионалах по межкультурной коммуникации, которые на профессиональном уровне знают особенности культуры своих потенциальных партнёров по коммуникации и адекватно реагируют на их культурно обусловленные коммуникативные действия и поступки.

Для эффективного делового общения и межкультурного взаимопонимания одного владения иностранным языком явно недостаточно, требуется знание всего комплекса форм поведения, психологии и культуры своих партнёров по общению, чтобы предусмотреть возможности неверного понимания и избежать его.

Каждая культура формирует свою уникальную систему ценностей, приоритетов, моделей поведения. В связи с этим, возникла потребность в подготовке студентов к эффективным межкультурным

контактам на уровне делового и повседневного межличностного общения. Это предполагает дополнения знания иностранного языка знанием особенностей культуры, знанием природы межкультурного непонимания, наличием практических навыков и умений в поведении, которые в совокупности позволяют свободно понимать представителей других культур.

В процессе межкультурного взаимодействия для понимания коммуникативного поведения представителей другой культуры, необходимо его рассматривать в рамках их культуры, а не своей, т.е. здесь следует проявлять эмпатическое отношение к партнёру по коммуникации. Поэтому преподавателями иностранного языка акцентируется сегодня особое внимание на овладение студентами правилами речевого поведения, включающими и невербальное поведение, принятого в стране изучаемого языка и определяющими, как должен поступать человек в определённых ситуациях для достижения в процессе общения желаемого результата. Невербальное поведение, связанное с национальными традициями общения и отражающее правила надлежащего речевого поведения, дополняет и обогащает речь, позволяет усиливать воздействие сообщения.

Продуктивной тактикой ведения межкультурного диалога является наблюдение за эмоциональным поведением партнера. Специалист по межкультурной коммуникации должен уметь улавливать настроение и психическое состояние своего партнёра, при этом, не фиксируя на этом своего внимания. Умение наблюдать в межкультурной коммуникации помогает упредить нежелательные сценарии развития межкультурного взаимодействия путём принятия упреждающих мер для повышения результативности переговорного

процесса. Ведь в ходе общения мы получаем большой объём информации из наблюдения за поведением собеседника.

Умение осуществлять межкультурное общение формируется путём осознанного сопоставительного изучения родной и иноязычной культур. Поведение людей, принадлежащих к другим культурам, не является чем-то непредсказуемым, оно поддаётся изучению и прогнозированию, но для этого требуется специальная подготовка к межкультурной коммуникации. Отсутствие должного внимания к нормам речевого поведения в практике преподавания может привести к различным ошибкам, которые нарушат процесс общения, и приведут к снижению эффективности иноязычной речи говорящего.

Библиография

1. Дмитренко Т.А. Психология межличностного общения. Учебное пособие. М.: МГТА, 2013. - 80с.

Е.Н. Малюга

Российский университет дружбы народов

ЛИНГВОКУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА АНГЛОЯЗЫЧНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Глобализация современного мира и прозрачность социокультурных границ оказывает влияние на социальную, культурную и языковую идентичность обществ мира. Статусные характеристики языков подвергаются значительным изменениям. Интенсификация социальных отношений, являющаяся отличительной

чертой процесса глобализации, требует от каждого человека определенного уровня языковой компетенции.

В настоящее время научные проблемы, связанные с англоязычным экономическим дискурсом, правомерно включаются в круг важнейших исследовательских задач целого ряда гуманитарных дисциплин, в том числе языкознания. Научное сообщество все больше проникается пониманием того, насколько велико влияние экономической ситуации в мире не только на материальное положение населения той или иной страны, но и на все политические, социальные и культурные процессы на уровне внутри- и межгосударственных отношений. Гармоничное развитие этнокультур является социально-политической задачей для любой крупной транснациональной компании.

В последнее время растет интерес исследователей к языку, обслуживающему профессиональные сферы общения людей. Наиболее заметна эта тенденция в сфере экономики, а именно в использовании профессионального жаргона.

В этом плане всесторонний анализ характерных свойств англоязычного экономического дискурса и поиск способов гармонизации делового общения представляется чрезвычайно важной задачей гуманитарных исследований. Большое внимание привлекают способы повышения коммуникативной эффективности экономического дискурса, в частности путем пополнения словарного состава профессиональным жаргоном.

Лексические и фразеологические англоязычные заимствования – одиниз основных путей пополнения профессионального словарного состава.

Отечественные и зарубежные лингвисты отмечают ведущую роль социальных факторов в процессе развития языка (В.Н. Ярцева, А.В. Суперанская, А.С. Герд, H. Bergenholz). Расширение экономических и политических связей является одной из причин интеграции социумов. Процессы интеграции и интернационализации привели к образованию обширной специальной лексической группы.

Социальное воздействие на языковое сообщество проявляется в образовании специфических языковых явлений. Особенностью профессионального языка является его лексико-фразеологический состав. Содержательная организация профессионального языка определяет формы его функционирования и жанрово-стилистическое своеобразие.

Тесно связаны языковые проблемы транснациональных корпораций с культурными особенностями стран их пребывания, что находит выражение в стиле управления, отношении к служебной иерархии, работе в команде, способу выражения своего согласия или несогласия, участию в принятии решений.

Ю.Н. Марчук

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

ПЕРЕВОД КАК ЛИНГВОДИДАКТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Роль перевода как лингводидактической деятельности в настоящее время возрастает в связи с тем, что в мировой коммуникации участвуют все больше национальных языков, а концепция перехода человечества к единому языку вряд ли получит свое осуществление. Из новых исследований и разработок в этой

области хотел бы отметить работу Анненковой А.В. [Анненкова 2010]. Она рассматривает учебный перевод как алгоритм, состоящий из четырех последовательных стадий: перевод ориентировочный, обучающий, автономно-интерпретационный и контролирующий.

На первом этапе главной задачей считается развитие у обучающихся интереса к межкультурным сопоставлениям, систематизация фоновых знаний, привлечение внимания к переводу как важному средству ознакомления с другой культурой. Второй, обучающий этап, состоит в том, что обучающимся разъясняется специфика предстоящей деятельности, проводится совместно с преподавателем перевод текстов с привлечением внимания к межкультурно значимым элементам текста. Предлагается перевести отрывки текста со специально выделенными фразеологическими элементами текста, перевод которых требует специального объяснения. Как выражается автор, происходит «подключение» когнитивной системы обучающихся к когнитивной системе инофона, в результате чего создается «продукт» декодирования текста – так называемый перевод-подстрочник, который ляжет в основу процедуры проникновения студентов в суть исследуемых явлений, выявления их межкультурного смысла. Заключительный, контролирующий этап, начинается с работы над текстом в форме вопросно-ответной беседы, в ходе которой студенты делятся общими впечатлениями о прочитанной и изученной информации.

В целом такая схема работы с текстом для лингводидактических целей представляется вполне приемлемой, однако требуется более детальная проработка некоторых важных аспектов, учет которых в переводе необходим. Рассмотрим некоторые из таких аспектов.

Типология текстов, которые мы собираемся переводить в лингводидактических целях. Как сформулировал Е.В. Сидоров проблему коммуникативной дифференциации текстов, одновременно с производством и смысловым восприятием текстов в коммуникативных деятельностях людей формируется, отрабатывается соответствующая совокупность языковых средств – фонетических, графических, лексических, грамматических, логико-композиционных. Отрабатывается, закрепляется и изменяется языковая семантика – лексические, грамматические и стилистические значения. Так формируются определенные типы текстов и соответствующие ресурсы языковых средств в коммуникативной деятельности людей, использование которых фиксируется в коммуникативном опыте [Сидоров 2010]. Коммуникативная дифференциация текстов осуществляется как преодоление некоторого лингвистического синкретизма, то – есть тесной связанности многих лингвистических аспектов и явлений [Береснева 2011].

Далее. Коммуникативная дифференциация текстов в современном мире безусловно связана с языковой картиной мира. В каждом национальном обществе своя языковая картина мира, поэтому четкое представление об особенностях языковой картины также должно присутствовать при использовании перевода в лингводидактике [Корнилов 2003]. Культура данного языкового сообщества, безусловно, определяется также и особенностями языковой картины мира данного сообщества, см. также [Тер-Минасова 2008].

Современная классификация текстов достаточно произвольна и не основывается на точных и объективных критериях. Так, мы привыкли к классификации текстов типа «политические,

экономические, юридические» и т.п. Трудности перевода политических текстов хорошо иллюстрируются проблемами перевода таких текстов с русского языка на арабский [Акаш Бадр Абдуллах 2011, Challenges for Arabic Machine Translation 2012]. В названных работах приводятся примеры неправильного и неточного перевода текстов политических интервью, опубликованных в газетах. Ясно, что более точная типология текстов могла бы исключить целый ряд ошибок в переводе и послужить правильному изучению языка. То же самое можно сказать и о текстах другой тематики. При этом неизбежно возникновение такой проблемы как правильный перевод терминов. Термины достаточно часто не отличаются от общеупотребительных слов и этот вопрос тоже недостаточно изучен к настоящему времени. В качестве примера можно привести англо-русский словарь туристских терминов [Даниленко, 2010]. Так, общеупотребительное слово bed как само по себе, так и в сочетаниях с другими словами может означать совершенно самостоятельные туристские термины. Достаточно подробный анализ основных проблем перевода терминологии содержится в монографии японского специалиста Кагеуры [Kyo Kageura, 2012].

Суммируя все вышесказанное, можно утверждать, что перевод является эффективным средством, помогающим изучать иностранный язык. Однако при этом нужно иметь в виду и использовать более точную типологию текстов, различие в картинах мира разных языков, особенности терминологического состава текстов, на основе перевода которых можно совершенствовать изучение иностранного языка.

Библиография

1. Акаш Бадр Абдуллах. Лингвистические особенности перевода политических текстов (на материале русско-арабских переводных соответствий). Канд. дисс. М., МГУ, 2011. - 156 с.
2. Анненкова А.В. Технология использования учебного перевода как средства формирования межкультурной коммуникативной компетенции. Журнал «Теория и практика перевода». - М.. 1/2010 (8) - С. 37-41.
3. Береснева В.А. Лингвистический синкретизм. Онтология и гносеология. Киров: ОАО Вятка, 2011. - 246 с.
4. Даниленко О.В. Англо-русский словарь туристских терминов. Омск: ООО Полиснаб, 2010. - 208 с.
5. Корнилов О.А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. М.: ЧеРо, 2003. - 347 с.
6. Сидоров Е.В. Общая теория речевой коммуникации. М.: Изд-во РГСУ, 2010. – 242 с.

Н.Ф. Михеева

Российский университет дружбы народов

ПРЕПОДАВАНИЕ ЯЗЫКОВ МЕНЬШИНСТВ В ШКОЛЕ И ВУЗЕ

Вопросы использования языков меньшинств в системе образования интенсивно обсуждаются в настоящее время. В ходе этих обсуждений выдвигаются различные аргументы (частично друг друга перекрывающие) как в пользу преподавания на языках меньшинств, так и против этого.

В пользу преподавания на языках меньшинств обычно приводят следующие аргументы:

1. Родной язык должен быть использован как язык преподавания, чтобы добиться успехов, улучшить успеваемость, развить познавательные способности учащихся.
2. Преподавание на родном языке – необходимое условие для полноценного развития личности.
3. Преподавание на родном языке поможет ребенку полностью раскрыть свои языковые способности.
4. Преподавание на языках меньшинств может помочь избежать лингвистической и культурной ассимиляции.

Против преподавания на языках меньшинств высказываются следующие аргументы:

1. Единая культурная идентичность страны может быть достигнута только в том случае, если все граждане получают образование на одном и том же языке.
2. Политическое и социальное единство страны может быть достигнуто только при условии, если все граждане получают образование на одном и том же языке и др.

Проблему получения образования детьми этнических меньшинств начали активно обсуждать с 1950 года. Важной вехой стал 1951 год, когда под эгидой ЮНЕСКО состоялся съезд специалистов в области образования. С этого времени ситуация в мире начала медленно меняться. Так, в первой половине XX века в США проводилась так называемая *политика плавильного котла:* по мысли инициаторов этой политики, единство образования, языка, гражданства должно было «сплавить» пестрое и разноязыковое население США в единый «американский народ». Однако политика не

дала ожидаемых результатов, и с начала 1960-х годов постепенно стал возрождаться интерес к языкам меньшинств. В 1963 году во Флориде появилась первая школа с преподаванием на испанском языке – прежде всего для резко возросшего числа беженцев с Кубы. В 1967 году был принят Закон о двуязычном образовании (Bilingual Education Act), согласно которому власти штатов получили право выделять средства на образовательные программы на языках меньшинств.

Мало того, сейчас все чаще встает вопрос об изучении в школе и вузе на диалекте. При этом, конечно, основная цель учителя, работающего в диалектной среде – научить школьников литературному языку. Но литературный язык не должен вытеснить у них тот язык, которым они владеют с детства – местный говор. И благородная цель учителя – показать ребенку, что этот говор обладает всеми необходимыми качествами для выполнения своей роли, а в некотором отношении он богаче литературного языка. Воспитание любви и уважения к местному говору – вторая важная цель учителя в школе и преподавателя в вузе. Естественно, что он и сам должен хорошо знать этот говор, понимать его особенности.

Данная проблема требует особого внимания и специальных исследований.

Т.Б. Назарова

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В ПРЕПОДАВАНИИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Английский язык делового общения утвердился в университетских системах обучения к середине 90-х гг. прошлого

столетия. Отечественные преподаватели проделали огромную работу по освоению этого сложного, противоречивого и изменчивого явления: преодолен редукционизм в понимании и толковании ключевого термина Business English; выявлены и детально изучены многочисленные функционально-коммуникативные типы речи (functional uses/registers), необходимые для беспрепятственного устного и письменного взаимодействия коммуникантов в разнообразии деловых ситуаций; разъяснена роль концептуальных и собственно языковых составляющих делового общения с уточнением ведущей роли ключевой бизнес-терминологии (core business terminology), связывающей разные отрасли и сферы делового мира в единое целое; показана неразрывная связь общеупотребительных бизнес-терминов со словами общего языка (отсюда возникающая на их основе консубстанциональная терминология) и с многообразием отраслевых терминосистем (industry-specific terminologies); обоснована необходимость подготовки нового издания учебного толкового англо-русского словаря общеупотребительной бизнес-терминологии с неизбежным расширением словника и последовательным преобразованием структуры словарной статьи.

Из обсуждения методологических и методических вопросов на разных уровнях (конференции и презентации, подготовка программ повышения квалификации) следует, что многие проблемы еще не решены и нуждаются в особом внимании со стороны преподавателей английского языка делового общения. Во-первых, сохраняется разрыв между деловым английским наиболее общего предназначения (General Business English/GBE) и общим языком (General English/GE): ориентируясь на специфику делового мира и особенности корпоративных культур, многие специалисты неосознанно

минимизируют в разрабатываемых ими учебных программах присутствие общеязыкового пласта речеупотребления (частотная лексика и фразеология, типичные вопросно-ответные единства, распространенные модели взаимодействия собеседников в устной коммуникации); умение говорения (speaking), интерпретируемое широко и непротиворечиво, вытесняет столь существенные для современных стандартов коммуникативные навыки и умения (communication skills). Во-вторых, очень часто когнитивный подход, позволяющий преодолевать проблему понимания, отрывается от коммуникативной методологии, призванной сближать мыслительные процессы и акты коммуникации: бизнес-термины сопровождаются толкованиями и ссылками на разные линии соподчинения без учета их места в развернутых высказываниях разной коммуникативной направленности. В-третьих, процесс обучения нередко сводится к планомерному освоению разделов аутентичного учебника без достаточного внимания к приоритетным для данной группы обучаемых функционально-коммуникативным типам речи (техника ведения беседы, телефонное общение в деловых целях, деловые письма разных жанров); в подобных случаях структура урока оказывается неспособной приблизить изучающих деловой английский к важнейшим приемам эффективного взаимодействия с собеседниками и адресатами в многообразии ситуаций личного и опосредованного общения в глобальном экономическом, финансовом и образовательном пространстве.

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

ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ПЕРСПЕКТИВА ДИСКУРСА КАК ОБЪЕКТА ЛИНГВИСТИКИ И ЛИНГВОДИДАКТИКИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Концепция функциональной перспективы высказывания была сначала разработана учеными Пражского лингвистического кружка как теория актуального членения предложения, а затем транспонирована на изучение текста/дискурса. Далее ученые обратились к анализу коммуникативного потенциала предложения в русле теории коммуникативного динамизма, коммуникативной важности и контекстуальной связанности. Появилось понятие степени коммуникативного динамизма, отражающее участие элемента речи в дальнейшей эволюции выражаемой мысли.

Идеи пражцев по функциональной перспективе речи получили продолжение в целом ряде концепций, признанных и устоявшихся во многих странах мира (концепции В. Матезиуса, Ф. Данеша, С. Дика, М.А.К. Халлидея, У.Л. Чейфа и т.д.). В общем виде информационно-структурная эволюция речевого произведения описывается в терминах развития от более известного (темы) к более новому (реме), что создает некоторое коммуникативное «напряжение».

Жизнеспособность этих идей обусловлена не только их весомыми исследовательскими возможностями, но и не менее значимым прикладным потенциалом, в частности при обучении будущих экономистов-международников деловому общению на

иностранном языке. Знакомство (в адаптированном виде) с основными понятиями и аналитическими операциями функциональной лингвистики помогает повышать уровень коммуникативной эффективности речи студентов. Поскольку вопросы выстраивания дискурса в направлении заданной прагматической цели опираются на тема-рематическую организацию дискурса, они органично вписываются в методику развития системных, аналитических и коммуникационных компетенций будущих бизнесменов.

Отправителю сообщения всегда требуется определенным образом структурировать последовательность его составляющих, чтобы в результате реализовался закладываемый автором функциональный потенциал речевого произведения и у реципиента сложилась именно та (целостная) картина обсуждаемого фрагмента действительности, которую представляет ему автор дискурса. В работах по функциональному синтаксису выделяют различное количество типовых моделей структуры английского дискурса. Наиболее убедительной представляется точка зрения, согласно которой характерными моделями структурирования функциональной перспективы английского дискурса являются радиальная, цепная и их комбинирование (радиально-цепная). Осваивая эти вопросы, студенты совершенствуют стиль делового общения, структурно-смысловую организацию и прагматическую эффективность вербального взаимодействия с партнерами по коммуникации.

И.Г. Белякова
Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

ПРОФИЛИРОВАНИЕ В ОБУЧЕНИИ ДЕЛОВОМУ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ МОТИВАЦИИ К ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ И КАРЬЕРНОМУ РОСТУ СОВРЕМЕННОГО СПЕЦИАЛИСТА

Одним из существенных компонентов реализации карьерного потенциала специалистов стало обладание навыками профессионального иноязычного общения, по этой причине возросла роль дисциплины «Деловой иностранный язык» в неязыковых вузах. Повышение мотивации к профессиональному и карьерному росту происходит путём приобретения профессионально-ориентированных знаний, изучения и выполнения элементов управленческой деятельности [Деркач, 2000, с. 14].

Теоретические основы профилирования иноязычной подготовки студентов как фактора повышения мотивации к профессиональному и карьерному росту предусматривает анализ понятий «профилирование», «карьера», «профессиональный и карьерный рост», «профессионализация» и рассмотрение роли, места и функций иностранного языка в подготовке специалиста; на этой основе предлагается модель профилирования иноязычной подготовки обучаемых [Деркач, Кузьмина, 1993: 55-56]. Профилирование

определяется как целенаправленный процесс интеграции приобретённых и приобретаемых знаний в одной или разных областях, активизирующий учебную деятельность, развивающий умения системного мышления обучаемых и проявляющийся в учёте специфики профиля вуза в процессе преподавания гуманитарных дисциплин с ориентацией на будущую профессиональную деятельность [Маркова, 1996, с. 34].

Карьерный рост предполагает выход за рамки профессиональной деятельности по полученной в вузе специальности, переход специалиста в другую область деятельности – управленческую, сопряженный с получением более высокого статуса. Его профессиональные знания начинают использоваться как составляющая новой профессиональной компетенции - знание объекта, которым он управляет [Маркова, 1993: 40].

Анализ исследований по проблеме профилирования иноязычной подготовки как фактора повышения мотивации к профессиональному и карьерному росту позволил выявить несколько ступеней его становления. На первой ступени осуществлялось изучение специфического материала по лексике, предполагающего чтение облегченных специализированных текстов, отвечающих требованиям приобретаемой обучаемым профессии. На втором этапе иностранный язык начал восприниматься как средство повышения уровня знаний в рамках своей специальности и формирования профессиональной направленности в обучении. Третий этап совпал с периодом сближения России с мировым сообществом, когда иностранный язык начал восприниматься как реальное средство общения специалистов из разных стран и условие успешности международной научной деятельности. Для последнего десятилетия характерно видение

иностранного языка как средства не только профессионального, но и карьерного роста специалиста, связанного с полным изменением его статуса и характера деятельности, повлекшего за собой внедрение новых моделей иноязычного образования.

Важно отметить своеобразие предмета «иностранный язык», который вследствие своей коммуникативной сущности требует максимального включения личности обучаемого не только в качестве субъекта учебной деятельности, но и в качестве субъекта речевой деятельности. При этом владение иностранным языком является одним из обязательных компонентов культуры нации, элементом, как базового образования, так и профессиональной среды.

Библиография

1. Деркач А.А. Акмеология: личностное и профессиональное развитие человека М., 2000.
2. Деркач А.А., Кузьмина Н.В. Акмеология: пути достижения вершин профессионализма М., 1993.
3. Маркова А.К. Психология профессионализма. М., 1996.
4. Маркова А.К. Психология труда учителя. М., 1993.

К.А. Власова

Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского, Арзамасский филиал

ПИСЬМЕННАЯ ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ПЕДАГОГИЧЕСКОМ ОБРАЗОВАНИИ

Процессы глобализации, постоянно растущая академическая мобильность студентов способствуют тому, что письменная деловая

коммуникация приобретает особую актуальность. Более того, в последние годы существенно возросли требования к уровню владения иностранным языком выпускниками неязыковых вузов. Одной из составляющих вузовского курса по иностранному языку является дисциплина «Деловой иностранный язык», которая изучается в рамках педагогического образования, и призвана поднять на более высокий уровень письменную деловую коммуникацию студентов, повысить их профессиональную компетентность и обеспечить им конкурентоспособность в современном поликультурном пространстве.

Большинство студентов, а также выпускники неязыковых вузов сталкиваются с необходимостью написания деловых писем на иностранном языке, электронных сообщений, служебных записок, CV или резюме, заполнения различных документов и др. Все это требует знаний формата письменной деловой коммуникации и владения коммуникативными умениями и межкультурным этикетом.

Особенностями английского письменного дискурса являются: наличие большого количества определительных придаточных предложений, причастных, герундиальных и инфинитивных оборотов, форм пассивного залога, которые служат для описания ситуации живого общения. Письменный дискурс характеризуется также отсутствием эллиптических конструкций и изобилует соединительными словами и оборотами, большинство которых практически не употребляется в устном типе речи, например, *moreover, furthermore, likewise, similarly, nevertheless, on the contrary, however, presently, eventually, to begin with, in conclusion, consequently* и др. Для языка деловых документов характерна традиционность средств выражения, использование не редуцированных, не стяженных

форм, а также клише, например, *I beg to inform you*; *thank you for offering me the post/position of*; *I am looking forward to meeting you*; *we are interested in importing*; *would you please inform us if it is possible to deliver*; *we take pleasure to send you the desired samples and offer*; *our proposal is valid till*; *so far we have received no reply*; *we have carefully studied your claims* и др., наличие сокращений, аббревиатур, как например, *AC* 'account current', *a.f.* 'as follows', *CEO* 'chief executive officer', *memo* 'memorandum', *R&D* 'research and development', *incl.* 'including', *L/C* 'letter of credit', P/A 'power of attorney' и др.

В процессе изучения письменной деловой коммуникации у студентов формируются определенные умения: выбор делового письма согласно ситуации, логическое структурирование текста письма для реализации коммуникативного намерения, использование слов-связок для связывания предложений внутри текста письма и этикетных формул.

Изучение письменного делового дискурса студентами педагогического образования в вузе является необходимым элементом в курсе обучения иностранному языку и способствует развитию коммуникативной компетенции, что предполагает готовность студентов к взаимодействию с иноязычными партнерами в письменной форме.

А.Г. Гарибян

Пятигорский государственный лингвистический университет

К ВОПРОСУ О ЯЗЫКОВОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ГЕНДЕРА В ДЕЛОВОМ ДИСКУРСЕ

Язык является одним из значимых механизмов фиксации любых культурных и социальных проявлений [Голубева, 2005: 4-10]. И

независимо от сферы дискурса, он стремится перенести в язык опыт, способ обитания, и бытия в мире, которые ему предшествуют и требуют быть высказанными [Ширяева, 2006: 30-37]. Деловой дискурс является особой сферой коммуникации, характерными элементами которой являются адресант, адресат, пресуппозиция (т.е. общий фон знаний), социальная цель, иллокутивное наполнение, наличие текста и языковой картины мира (русской, английской) [Ширяева, 2005: 92-99]. Рассматривая данный вид дискурса, особого анализа требует адресант. Говоря об адресанте, учёные единодушны в своём мнении о необходимости изучения гендерной принадлежности.

Результаты нашего исследования показали, что в условиях деловой коммуникации для мужчин наиболее часто используемой частью речи являются глаголы (мужчины - 43%, женщины – 32%), в то время как женщины чаще выбирают существительные (мужчины – 39,5%, женщины – 44%). Известно, что женщины чаще мужчин используют прилагательные. В деловом дискурсе данная закономерность сохранилась, хотя и с незначительным отрывом (мужчины – 17,5%, женщины – 24%).

Кроме того, говоря о лексических особенностях языка, нами было отмечено, что женщины в деловом дискурсе в отличие от мужчин используют так называемые пустые прилагательные, которые мы вслед за Р. Лакофф и Дж. Холмс понимаем, как их желание обратить внимание на эмоциональное содержание высказывания.

(1) It's terrific to be here in Geneva. [TBI]

Ещё одной языковой особенностью женщин в деловом дискурсе является использование разных степеней категоричности. Так в некоторых ситуациях мужчины используют глагол *have to*, в то время как женщины говорят *need to*.

(2) We have to look back at the crisis, we have to accelerate. – male [TBI]

(3) What we need to do is to make sure that the growth is going to be fueled by great new products. – female [TBI]

Кроме того, одна и та же мысль также бывает высказана представителями разных полов с разной степенью категоричности:

(*4) The company is doing great. – male [TBI]*

(5) We are in a position of growth. – female [TBI]

Таким образом, можно говорить о том, что язык, выбираемый женщинами-адресантами, отличается от языка мужчин как на лексико-семантическом, так и на прагматическом уровнях.

Библиография

1. Голубева, С.С. Лингвистическая маркированность гендера как социокультурной категории // Лингвокультурология и социолингвистика // С.С. Голубева. – Вестник ЮУрГу, 2005. - №25. – С. 4-10.
2. Ширяева, Т.А. Деловой дискурс как коммуникативный акт // Вестник ПГЛУ №3-4, 2005. – С. 92-99.
3. Ширяева, Т.А. К вопросу о статусе дискурса // Вестник ПГЛУ №3, 2006. – С. 30-37.
4. The Business Interview – TBI – [Электронный ресурс] – Режим доступа: ttp://www.france24.com/en/emissions/the%20business%20interview/.

Л.И. Девина
Всероссийская академия внешней торговли

МНОГОСТУПЕНЧАТАЯ СИСТЕМА РАЗВИТИЯ У СТУДЕНТОВ ЛОГИЧЕСКОГО, АНАЛИТИЧЕСКОГО И КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ ПРИ РАБОТЕ С ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМИ ИНОЯЗЫЧНЫМИ ТЕКСТАМИ

Любое обучение должно быть развивающим, в частности, развивающим интеллектуальные способности. В нашем случае речь идет о развитии у студентов логического, аналитического и критического мышления.

Анализ мыслительной деятельности специалистов в области права позволил выделить умения, необходимые для решения профессиональных задач с применением трех видов мышления, и разработать многоступенчатую систему развития умений логического, аналитического и критического мышления. Данная система включает **десять взаимосвязанных ступеней**, а именно: 1) Актуализацию предшествующих знаний и/или опыта, 2) Первичный анализ и осмысление новой информации, 3) Повторный анализ, интерпретация, сравнение, обобщение информации, 4) Классификацию видов информации и установление причинно-следственных связей, 5) Систематизацию и упорядоченное ранжирование информации, 6) Оценку значимости полученной информации для решения определенных проблем, 7) Оценку достоверности/ степени противоречивости доводов и фактов и выбор возможных путей решения, основанный на нормах и правилах конкретной отрасли права, 8) Выявление и оценку последствий принятия того или иного решения проблемы, 9) Аргументацию своей позиции логическими,

обоснованными доводами, 10)Логическое осмысление доводов оппонента, сопоставление их с фактами и оценку возможных контраргументов.

Для развития у студентов трех видов мышления приоритетная роль отводится тексту, в частности, в нашем случае используется а) **основной (базовый) текст,** б) **текст - изложение кейса** и в) **текст-изложение проблемной ситуации.**

Реализации задач, приведенных выше в ступенях 2-10, потребовала разработки специальных предтекстовых и послетекстовых заданий и применения различных методов и приемов обучения.

Предтекстовые задания направлены на первичный анализ и осмысление всей новой информации, содержащейся в тексте.

Послетекстовые задания были условно разделены на 3 уровня. На первом уровне формируются умения, представленные в ступенях 3-4, на втором – в ступенях 5-6, а на третьем – 7-10. Соответственно, первые два уровня связаны с анализом базового текста, в то время как последний уровень – с анализом текстов кейсов, проблемных ситуаций и с практическим применением полученной из базового текста информации при их решении.

В вышеприведенных заданиях используются различные логически связанные **методы обучения**, а именно: 1) Введение в тему (Lead-in); 2) Активное чтение (Active reading); 3) Консультаций и презентаций (подготовка и проведение); 4) Анализ кейсов и решение проблемных ситуаций; 5) Ролевые и деловые игры (включая различные виды переговоров); 6) Метод Сократова диалога (Socratic Method or Socratic Questioning); 7) Графическое представление информации в виде схем, таблиц, графиков, интеллект-карт (Mind

Maps); 8) Переводы с иностранного языка на русский и с русского на иностранный.

Применение разнообразных заданий и сочетания вышеприведенных методов обучения позволяет обеспечить: а) постоянную активизацию интеллектуальной деятельности студентов; б) целенаправленное развитие и практическое применение всех трех типов мышления; в) привлечение к работе зачастую неиспользуемого (забытого) правого полушария; г) ускорение процесса усвоения и отсроченного восстановления в памяти нужной информации; д) упрощение контроля преподавателем приобретенных студентами новых знаний с использованием интеллект-карт; е) стимулирование интереса студентов путем выполнения разнообразных заданий.

Предлагаемая система может использоваться для развития логического, аналитического и критического мышления при обучении студентов разных профилей.

Библиография

1. Волков Е. Умелое (критическое) мышление и эффективное решение проблем. Тренинг № 1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа:evolkov/net|training|skilled/critic.thinkkk&problem.solving.01.html
2. Девина Л.И. Реализация компетентностного подхода в учебном пособии по английскому языку для студентов-юристов //Модернизация системы подготовки по иностранному языку в неязыковых вузах. – М.: ИПК МГЛУ "Рема", 2012. – С. 101-109. – (Вест. Моск. гос. лингвист. ун-та. Вып. 12(645). – Сер. Педагогические науки).

3. Девина Л.И. Использование технологии графического представления информации при обучении будущих юристов иностранному языку (английскому) // Иностранный язык как компонент профессиональной подготовки в неязыковом вузе. – М.: ИПК МГЛУ "Рема", 2013. – С. 133-144. – (Вест. Моск. гос. лингвист. ун-та; Вып. 12(672). – Сер. Педагогические науки).
4. Загашев И.О., Заир-Бек С.И. Критическое мышление: технология развития. – СПб: Альянс-Дельта, 2003.-284с.
5. Клустер Д. "Что такое критическое мышление?", ж. Перемена 2001, № 4
6. Коханова Е. Понятие "Критическое мышление". [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://o-ch.ru/reviews/critiacal
7. Михайлов С. Основные стратегии аналитического стиля мышления. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://mkeself.ru
8. Рубан И.М. Использование технология критического мышления на уроках английского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: aneks.spb.ru/indexphp/publikacii/34-2012-02-19-14-29-51/375-2012-11-06-17-23-58
9. Федоров А.В. Развитие критического мышления в медиаобразовании: основные понятия. Инновации в образовании, 2007, № 4 с. 30-47.
10. Халперн Д. Психология критического мышления. –СПб, 2000. – 126 с.
11. Аналитическое мышление, Развитие аналитического мышления при помощи подсознания. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:psi-technology.net|tov_op|analiticheskoe_myshlenie.php

12. Логические формы мышления как продукты мыслительного процесса. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: psyznalyka.net|view-michlenie.html?id=logicheskie-formy-myshleniya.
13. Как развивать интеллект. Упражнения и рекомендации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: nperov.ru/razum/kak-razvit-intellekt/
14. Rick Garlikov The Socratic Method: Teaching by Asking instead by telling. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.garlikov.com/Soc_Meth.html
15. Monseau Susanna C. Multilayered assignments for teaching the complexity of law to business students/ International Journal of Case Method Research & Application (2005) XVII, 4 p/ 531-539)
16. Orr Thomas R. The Socratic Method in Law SAchool. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://classicalhomeschooling.com/the-socratic-method-in-law-school/
17. The Role of Socratic Questioning in Thinking, Teaching& Learning". [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.criticalthinking.org/522.

Л.С. Есина

ЗФЭИ Финансового университета при Правительстве РФ

СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ЭКСПРЕССИВНОСТИ В ТЕКСТАХ НАУЧНОГО И ХУДОЖЕСТВЕННОГО ДИСКУРСА

В современном мире продуцируется и используется огромное многообразие всевозможных текстов. Анализ средств выражения экспрессивности создаваемых текстов до сих пор еще осуществляется.

Особенный интерес к экспрессивности пробудился к середине XX века в трудах Ш. Балли, Я. Зимы, В.А. Звегинцева, А.И. Ефимова, в статьях Е.М. Галкиной-Федорук, Л.М.Васильева и других исследователей, в которых было продолжено теоретическое осмысление категории экспрессивности. В своей работе Е.М. Галкина-Федорук называет экспрессивностью «все, что делает речь более яркой, сильно действующей, глубоко впечатляющей [Галкина-Федорук, 1954]. Здесь имеются в виду характеризующиеся экспрессивностью фонетические, лексические, морфологические и синтаксические единицы языка, а также авторские неологизмы, введение просторечной и жаргонной лексики, стилистические фигуры, параллельные конструкции, зевгма, нарастание, всевозможные повторы, аллитерации и т.п. «Экспрессивность – это совокупность семантико-стилистических признаков языковой единицы, которые обеспечивают ее способность выступать в коммуникативном акте как средства субъективного выражения отношения говорящего к содержанию или адресату речи» [Лингвистический энциклопедический словарь, 1990]. Распознавание эмоциональности и экспрессивности в научных и художественных текстах дает возможность избежать ошибочных взглядов о невозможности проявления экспрессии в научных текстах, в отличие от художественных. То, что является экспрессивным для научной литературы, может не быть выразительным для художественной литературы. Функции воздействия экспрессии – образность, эмоциональность, оценочность и т.п. ориентированы на совершенствование способа изложения. Эмоции необходимо отличать от экспрессии. «Эмоции – это субъективные реакции человека на воздействие внутренних и внешних раздражителей, проявляющиеся в

виде радости, страха, удовольствия или неудовольствия; это чувства, душевные переживания человека» [БТС, 1998]. «Экспрессия (от лат. *expressio* – выражение) – это выразительность, сила и яркость выражения, проявления каких-либо чувств, переживаний и т.п.» [БТС, 1998]. Эмоциональное состояние автора накладывает отпечаток на организацию порождаемого им текста, что проявляется в выборе экспрессивных средств языка. Ядром общеязыковой системы экспрессивности в художественных текстах считают лексические средства (использование эмоционально окрашенных слов, определенных частиц, междометий, наречий, местоимений и т.д.). Экспрессивный синтаксис в меньшей степени представлен в художественной литературе и в большей степени в научной. В научных текстах для выражения экспрессивности используются вопросно-ответные комплексы, риторические вопросы, диалогические единства, лексико-синтаксические, синтаксические, лексические повторы. Средства экспрессивности при изложении научных текстов часто используются в современных научных произведениях, т.к. они наилучшим образом способствуют объяснению и изложению научной информации и, благодаря этому, делают более убедительными и понятными научные утверждения, фокусируют внимание реципиента на важных моментах и более точно выражают личностную оценку ученого описываемых явлений.

Библиография

1. Большой толковый словарь русского языка (БТС) / Сост. и гл. ред. С.А.Кузнецов. – СПб.: «Норинт», 1998.
2. Галкина-Федорук Е.М. Язык как общественное явление. – М.: Учпедгиз, 1954.

3. Лингвистический энциклопедический словарь. - М.: «Советская энциклопедия», 1990.
4. Potts, C. The expressive dimension. Theoretical Linguistics, 33(2), 165-198. doi:10.1515/TL., 2007. 011

А.В. Литвинов
Российский университет дружбы народов

К вопросу об оптимизации процесса обучения английскому языку делового и профессионального общения в условиях современной образовательной парадигмы

1. Очевидно, что образование, как и наука, развивается за счёт смены парадигм. Современная образовательная парадигма России отражена в законе «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. №273 в рамках которого должны утверждаться стандарты нового поколения, в том числе и для программ высшего образования. Главной целью реализации ФГОС ВПО нового поколения можно считать формирование компетенций у обучаемых. Под «компетенцией» при этом понимают способность выпускника применять на практике приобретенные умения, ориентироваться в различных жизненных ситуациях и квалифицированно решать возникающие проблемы, а также сформированные качества личности для успешной деятельности в выбранной профессиональной области. Переход России на уровневую подготовку кардинально меняет отечественную систему высшего образования. Внедряющиеся новации порождают дискуссии и споры в обществе, разногласия в которых главным образом основываются на боязни модернизации

устоявшихся многолетних традиций в системе высшего образования. Однако недоверие и сопротивление современным изменениям может отрицательно сказаться на сегодняшнем уровне преподавания. Для этого необходимо отсеивать полезное от вредного. Результаты такой работы в полной мере зависят от преподавательского сообщества.

2. Практика показывает, что при переходе на Болонскую систему усиливается тенденция к сокращению объема аудиторной нагрузки. По этой причине студенты не всегда получают достаточный уровень языковой и переводческой подготовки. При этом зачастую уровень подготовленности поступающих в вузы оставляет желать лучшего. В этой связи особую актуальность приобретают вопросы оптимизации учебного процесса, повышения эффективности и качества самостоятельной работы студентов. Поистине безграничные возможности в этом отношении открывает электронное оборудование. С одной стороны, современный педагог обязан владеть ИКТ-компетенциями (подробные разъяснения в отношении ИКТ-компетенций даны в Приложении 1 Проекта профессионального стандарта педагога на сайте Минобрнауки РФ http://минобрнауки.рф/документы/3071). С другой стороны, современный преподаватель высшей школы имеет дело с абсолютно новым поколением студентов, которое в западной науке принято называть “digital natives”. Мышление молодого человека из современного информационного общества в значительной степени образно-эмоциональное, клиповое, что приводит к когнитивному диссонансу в учебном процессе, снижению мотивации и т.д. Этими причинами, а также изменением социального заказа общества и объясняется происходящий парадигмальный сдвиг в современной

лингводидактике, психологии и педагогике. Необходимы новые способы подачи учебного материала и доступа к нему.

3. Статистика свидетельствует о том, что Россия сегодня занимает ведущие позиции в мире как по числу мобильных устройств, приходящихся на одного человека, так и по числу купленных мобильных приложений к УМК. Невозможно оспаривать и тот факт, что мобильные средства пользуются огромной популярностью среди студентов, а значит, их необходимо задействовать в учебном процессе в качестве новой формы обучения и одного из способов оптимизации процесса обучения иностранным языкам. Сегодня рынок мобильных устройств растёт гораздо быстрее рынка персональных компьютеров, что позволяет развивать не только дистантное и смешанное (blended) виды обучения, но и задействовать мобильные технологии в традиционных способах подачи учебного материала по иностранному языку. К ним можно отнести мобильные коммуникативные и справочные приложения, подкасты и видеокасты, приложения и технологии в проектной деятельности (напр. e-portfolio 3.0, цифровой рассказ (digital storytelling)), мобильные тесты и упражнения по формированию коммуникативной компетенции (напр. на основе платформы Mobile Study) и т.д. Грандиозные возможности по оптимизации работы с огромным количеством информации открывают облачные технологии (cloud computing), где данные хранятся и обрабатываются вне конкретного компьютера. Сегодня происходит соединение облачных и мобильных технологий, а программа Education-2020 предполагает к 2020 году перенос на облака всех университетских материалов.

Библиография

1. Титова С.В., Авраменко А.П. Мобильные устройства и технологии в преподавании иностранных языков: Учебное пособие / С.В. Титова, А.П. Авраменко. – М.: Издательство Московского университета, 2013. – 224 с.
2. Litvinov A.V. The Use of Information Technologies in Students' Self-Guided Translation Learning // LATEUM 2013: Преподавание английского языка и лингвистика сегодня: новые стратегии и удачные решения: Материалы XI международной конференции Лингвистической ассоциации преподавателей английского языка МГУ имени М.В. Ломоносова / Отв. ред.: Александрова О.В. Ред.: Е.В. Михайловская, И.Н. Фомина, В.В. Хуринов / – М.: МАКСПресс, 2013. – С. 236-240.

Э.Г. Мхитарьянц
Калининградский филиал Московского
финансово-юридического университета

ТЕКСТОЦЕНТРИЧЕСКИЙ ПОДХОД В ИНОЯЗЫЧНОМ ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБУЧЕНИИ
(на материале немецкоязычного юридического дискурса)

Выделяют десять ключевых компетентностей, в их числе дискурсивная, под которой понимается освоение информации из разных образовательных областей на материале аутентичных профессионально-ориентированных текстов.

Юридический дискурс составляют с одной стороны нормативные тексты (закон, предписание, указ, распоряжение, запрет

и т.д.), а с другой стороны, объясняющие тексты (комментарии к нормативным актам, рецензии, научные и учебные тексты и т.д.).

При анализе юридического текста следует учитывать его композиционно-смысловой структуру, текстотипологически обусловленные вербальные действия (Handlungsmuster), лингвистические средства, выражающие различные логические отношения (обоснование, обобщение, дефиниция, аргументация, сравнение, классификация, причина, условие, следствие, разрешение, ограничение, запрет, обязанность и т.д.) [Kühn, 2001: с. 586-592].

При этом тот или иной вид модальности взаимодействует с текстовой категорией темпоральности, а именно с категорией временной локализованности [Бондарко, 2001: 168], что создает определенную модально-временную локализованность юридического текста.

Текстоцентрический подход позволяет формировать различные виды компетентностей в зависимости от поставленной цели обучения, в том числе, и межкультурную компетентность, которая является разновидностью национальной лингвокультурной компетентности [Городецкая, 2007: 16].

Так, в ходе анализа параллельных текстов одного типа, выполнения заданий к ним, сформулированных профессионально-ориентированно и деятельностно, обучающиеся выявляют с точки зрения *социокультурной перспективы* сходства и различия судебно-правовых систем, частно- и публично-правовых, социальных норм, норм правовой этики двух стран; с точки зрения *лингвокультурной перспективы* находят соответствия в юридической терминологии, выявляют стилистически обусловленные особенности синтаксических

структур, релевантный вид модальности текста, сходства и различия композиционного оформления юридических текстов и т.д.

Таким образом, использование аутентичных текстов разных типов определенного профессионального дискурса составляют интра- и экстралингвистическую основу для формирования иноязычной профессионализации будущих специалистов.

Библиография

1. Бондарко А.В. Основы функциональной грамматики. Языковая интерпретация идеи времени. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. у-та, 2001. – 260 с.

2. Городецкая Л.А. Лингвокультурная компетентность личности как культурологическая проблема: Автореф. дисс. … докт. культурол. наук. М., 2007. – 40 с.

3. Kühn, Peter: Juristische Fachtexte // Deutsch als Fremdsprache: ein internationales Handbuch / hrsg. Von Gerhard Helbig … . – Berlin; N.Y.: de Gruyter, 2001. - (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft / Handbooks of Linguistics and communication science; Bd. 19) Halbbd. 1. - S. 586-592.

Ф.Н. Новиков

Российский университет дружбы народов

КУЛЬТУРНЫЕ КОДЫ ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЙ И ИХ РОЛЬ В ПРЕПОДАВАНИИ ЯЗЫКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Цветообозначения играют большую роль в общении, они входят в состав фразеологических выражений, некоторые из них возникают исторически и приобретают необъяснимые в контексте современной культуры коннотации, другие являются отражением существующих

особенностей картины мира. Культурные коды цветообозначений многоплановы, и распространяются на все функциональные стили языка, в том числе – на официально-деловой, поэтому ознакомление обучающихся с данной темой является важным компонентом любого курса иностранного языка.

Обратимся к англоязычной коммуникации, связанной с обсуждением правовых, законодательных аспектов. В ней обнаруживаются примеры, которые позволяют судить о том, что культурные коды различаются не только в разных языках, но и в их территориальных вариантах, ср.: *blue* book (британский английский) – документ значительного объема, напечатанный с санкции парламента (по цвету обложки); *blue* book (американский английский) – список лиц, занимающих государственные должности.

Зеленый цвет ассоциируется с законодательным разрешением осуществлять какие-либо действия или отражает экологически ориентированную оценку, например: *green* card регистрационная карта граждан другого государства, постоянно проживающих в США; *green* ban запрещение работ, которые могут ухудшить экологическую обстановку.

Показательной является градация терминов, применяемая в области маркетинга, обозначающая группу товаров: *red* goods, *orange* goods, *yellow* goods, *green* goods *brown* goods, *grey* goods, *white* goods, *black* goods: *Red* goods букв.: красные товары (товары повседневного спроса с коротким сроком службы, требующие быстрой замены и обеспечивающие невысокую норму прибыли, например, продукты питания); *Orange* goods букв.: оранжевые товары (потребительские товары, которые постепенно заменяются на аналогичные (например, одежда); *Yellow* goods (или *white* goods) – букв.: желтые товары

(хозяйственные товары длительного пользования (напр., холодильники, стиральные машины), которые имеют высокую стоимость и заменяются только после многих лет эксплуатации); *Green* goods экологически чистые продукты, экологически чистые товары; *Brown* goods коричневые товары (электрооборудование для домашнего хозяйства и отдыха: тостеры, утюги, электрические чайники, телевизоры, и т. д.); *Grey* goods – серые товары компьютерные комплектующие и периферийные устройства; *Black* goods черные товары (электрические потребительские товары: телевизоры, радиоприемники, первоначально в основном были окрашены в черный или темный цвета).

В данной классификации возможны некоторые конфликты между ее членами, например, не до конца ясна разница между *yellow* goods и *white* goods, а также между *grey* goods и *black* goods. В основу первых трех сочетаний (*red, orange* и *yellow* goods) легла степень необходимости их замены. Подобная классификация универсальна, один из примеров ее применения – цвета светофора. Однако, начиная с *green* goods, эта логическая цепь прерывается – *зеленый* цвет закреплен за экологически чистыми продуктами. *Brown, grey, black* и *white* обозначают технику, которая первоначально была окрашена в соответствующий цвет. В настоящее время эти различия практически стерлись – часто встречаются телевизоры и холодильники *серебряного* цвета, компьютерные комплектующие *черного* или *белого* цветов и т.д.

Обратимся к примеру несоответствия культурных кодов в разных языках, мотивированному социокультурной ситуацией. Распространенное в современном русскоязычном дискурсе понятие *черная зарплата* противопоставляется *белой* зарплате, в эту же

парадигму входит *серая* зарплата, что подразумевает различную степень легальности и соблюдение/несоблюдение официальных процедур при выплате заработной платы. Здесь понятие нелегальности описано с помощью цветообозначения *black*, которое, как было сказано выше, визуально связывается с отсутствием информации, темнотой, ср. *черный* рынок. В английском языке также существует словосочетание *black*/*grey* market, имеющее тот же семантический компонент непрозрачности экономических отношений, однако *black wage* и *white wage* имеют другое значение, связанное с расовой дискриминацией, что отражено в термине *black-white wage inequality*. Изначально оно обозначало несправедливо низкую заработную плату, выдаваемую выходцам из Африки, но в настоящее время может быть смещено и в обратную сторону, принимая во внимание социальные льготы, предоставляемые им.

К сожалению, объем публикации не позволяет остановиться на большем количестве примеров, но проведенный анализ некоторых культурных кодов цветообозначений в английском языке указывает на разнообразие их функций, семантические трансформации, которые они претерпевают, на актуальность их дальнейшего изучения, а также на тот факт, что семантика идиоматических выражений, включающих цветообозначения, наглядно демонстрирует межкультурные различия, что обуславливает необходимость их включения в курсы преподавания иностранных языков.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОГО ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

M. Bray
Westminster Professional Language Centre
University of Westminster
LONDON

ENHANCING UNDERGRADUATE STUDENTS' PROFESSIONAL COMMUNICATION SKILLS – REFLECTIONS ON ANEMPLOYABILITY PROGRAMME CASE STUDY WITHIN A UK MODERN LANGUAGES DEGREE

The Confederation of British Industry (CBI) in its 2012 Education and skills survey report entitled *Learning to grow: what employers need from education and skills*[1] highlights that "employability skills are the most important factor taken into account when businesses recruit graduates – four in five employers (81%) value these skills above other factors such as degree subject (70%) and class (46%)"[2]. At the same time, "worrying weaknesses in team-working (25%), problem-solving (23%) and inadequate work experience (37%)"[3] are noted.

The report also considers graduates' foreign languages skills, stating that "nearly three quarters (72%) of businesses say they value [such] skills among their employees (…) and (o)ne in five firms (21%) is concerned that weaknesses in foreign language proficiency are losing them business."[4]

[1]CBI/Pearson Education and Skills Survey, Pearson, London, 2012
[2]Id, p.7
[3]Id, p.7
[4]Id, p.8

While universities' prime mission is to educate students rather than train them for a specific job, at the same time, they are also assessed on the percentage of their students in graduate-level work six months after graduation. So employers' views cannot be altogether ignored. It is therefore more than ever imperative to provide opportunities for undergraduate students to learn how to bridge the perceptual gap between their academic studies and their employability skills, as seen by them and employers alike, all the more so at a time of economic recession, when graduate employment is receding and university fees are costly (£9,000 p.a.).

The aim of this paper is to offer a case-study of the University of Westminster's employability programme across all three or four years of its Modern Languages degrees. Armed with the Common European Framework of Reference which proposes that we should focus on the learner as a citizen of the world, someone who performs social tasks with other people from different cultures and who speak a different language, we shall see how we redefined the learners' and the teachers' roles and how, as a consequence, we inflected our classroom pedagogical strategies towards task-based learning, thereby enhancing the students' experience and their employability skills in the process.

Н.В. Воробьева
Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

ИНОЯЗЫЧНАЯ КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ В СФЕРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ОСНОВНАЯ ЦЕЛЬ ОБУЧЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОМУ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В НЕЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ

Сегодня большинство специалистов признают основной целью обучения языку специальности формирование иноязычной профессиональной коммуникативной компетентности (далее ИПКК). Возникновение компетентностного подхода в сфере высшего профессионального образования (Н. Хомский, Р. Уайт, Д. Равен, В.А. Байденко, А.В. Хуторской) было обусловлено созданием единого европейского образовательного пространства. Следует отметить, что компетентностная модель, в отличии от традиционной базируется не на знаниях, умениях и навыках, а компетенциях. Это обусловлено тем, что она призвана обеспечить более высокую мобильность выпускников высшего профессионального образования в изменяющихся условиях современного рынка труда.

Компетенция, по мнению А.И. Сурыгина, – это круг вопросов, в которых индивид хорошо осведомлен, по которым он обладает познанием и опытом, а компетентность – это свойство личности, базирующееся на компетенции [Сурыгин, 2000: 35-38]. А.В. Хуторской дает следующие определения компетенции и компетентности: компетенция – это совокупность взаимосвязанных

качеств (знаний, умений навыков), задаваемых по отношению к определенному кругу предметов и процессов и необходимых, чтобы качественно и продуктивно действовать по отношению к ним.

Если трактовать понятия «компетентность» и «компетенция» с точки зрения методики преподавания иностранного языка, очевидно, что их разграничение основывается на противопоставлении знания системы языка, обозначенного применительно к лингвистике термином Н. Хомского «компетенция» и употреблением изучаемого языка, то есть его использованием в конкретных ситуациях [Щукин, 2007: 117-118]. Анализируя вышесказанное, можно утверждать, что единого толкования понятия «коммуникативной компетентности» в отечественной лингводидактике не существует, однако, ясно, что компетентность представляет собой более общее понятие, чем компетенция и выходит за рамки владения знаниями, навыками и умениями.

Понятие «communicative competence» (Д. Хаймс, Д. Холлидей) появилось за рубежом, как альтернатива «лингвистической компетенции» Хомского и на данный момент трактуется как способность к речевому общению в различных ситуациях в процессе взаимодействия с другими участниками общения с правильным использованием языковой системы, следованием речевым нормам, а также выбором адекватной ситуации общения и коммуникативного поведения. Однако данное понятие скорее соответствует понятию «коммуникативная компетентность», которое принято в российской методике, так как включает в себя в качестве компонентов ряд компетенций, которые свидетельствуют о процессуальном характере формирования компетентности.

В сегодняшней зарубежной методике принято выделять следующие компоненты коммуникативной компетентности, выделенные на основании спецификаций Совета Европы Д.Р. ванн Эком и Триммом [Ek, Trim, 2002: 1-176]: лингвистическая компетенция, социолингвистическая компетенция, дискурсивная компетенция, социокультурная компетенция, социальная компетенция, стратегическая компетенция.

На основании разделяемого нами понимания компетентности как способности эффективно решать проблемы и задачи, возникающие в реальной жизни на основе знаний, учебном и жизненном опыте, ценностях и личностных свойствах, целесообразно определить конечной целью обучения иностранному языку в неязыковых вузах формирование иноязычной профессиональной коммуникативной компетентности.

Библиография

1. Аитов В.Ф. Проблемно-проектный подход к формированию иноязычной профессиональной компетентности студентов(на примере неязыковых факультетов педагогических вузов): Автореф. дис. … д-ра пед.наук. – Санкт-Петербург, 2007. – 18с.

2. Андриенко А.С. Развитие иноязычной профессиональной коммуникативной компетентности студентов технического вуза(на основе кредитно-модульной технологии обучения): Автореф. дис. … канд.пед.наук – Чита, 2006. – 16с.

3. Баграмова Н.В. Методика обучения иностранному языку в свете глобализации образования. – Рукопись, 2002. – 4с.

4. Зимняя И.А. Ключевые компетенции – новая парадигма результата образования// Высшее образование сегодня. – 2003. - №5. – 34 – 42 с.

5. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М, 1987 – 264 с.

6. О преподавании иностранного языка в условиях введения федерального компонента государственного стандарта общего образования. Методическое письмо// Иностранные языки в школе. – 2004. - №5. – 5 – 19с.

7. Тарасенко В.В.Обучение иноязычной профессионально ориентированной монологической речи студентов исторического факультета: Автореф. дис. …канд.пед.наук – Санкт-Петербург, 2008 – 10-11 с.

8. Сурыгин А.И. Основы теории обучения на неродном для учащихся языке. СПб, 2000. – С. 35 – 38.

9. Хуторской А.В. Ключевые компетенции как компонент личностно-ориентированной парадигмы образования// Народное образование. – 2003. - № 2 – 58 – 64 с.

10. Щукин А.Н. Лингводидактический энциклопедический словарь. – М: Астрель, - 2007. – 117 – 118с.

11. Van Ek, J.A., Trim J.L. Vantage. Cambridge University Press, 2002. – 176 с.

М.В. Дьяченко
Московский педагогический государственный университет

ПРОФИЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОЕ ОБУЧЕНИЕ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

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 ИЯ. Взаимовлияние приёмов работы по иностранному языку и прочим предметам в конечном итоге улучшает усвоение всего учебного материала. Из двуединого характера взаимосвязи ИЯ с другими дисциплинами вытекают и особенности преподавания.

Уровень готовности преподавателя адаптироваться к профильно ориентированной социально-культурной среде и осуществлять в ней профессиональную деятельность является одним из главных условий реализации профильного обучения иностранному языку.

Иностранный язык выступает не только как цель, но и как инструмент образования и самообразования при изучении тех или иных предметов и/или предметных областей, позволяющих подготовить обучающихся к межкультурному сотрудничеству в различных областях деятельности людей в многоязычном мире.

Оптимальной организацией системы профильно-ориентированного обучения, получившей широкое распространение за рубежом, является его модульная организация. Из сущности модульного обучения вытекают его преимущества для организации системы профильной подготовки.

Структура модульной программы реально обеспечивает варьирование степени автономии обучающихся, т.е. степени ответственности учителя и ученика за выбранную индивидуальную учебную траекторию [Маркова, 2004: 9].

При интегрированном обучении предметно-ориентированный анализ используемых языковых средств приводит к осознанию языка как необходимого средства общения в сфере науки и технологии и приносит пользу, как студентам, так и преподавателям.

И.А.Зимняя пишет: «усвоение ИЯ не даёт человеку непосредственных знаний о реальной действительности. Язык является средством выражения мысли об объективной действительности, свойства, закономерности которой являются предметом других дисциплин, поэтому язык беспредметен. Но, будучи беспредметным, он имеет много общих точек соприкосновения с другими дисциплинами, т. е. язык «полипредметен» [Зимняя, 1991: 33].

Вышеизложенные рассуждения можно считать вполне убедительными для доказательства возможности и обязательности опоры на другие предметы при изучении ИЯ. Это могут быть точные, гуманитарные и естественные науки, эстетический цикл дисциплин.

Библиография

1. Зимняя И.А. Психология обучения ин. яз. в школе. – М.: Просвещение, 1991. – 220с.
2. Маркова Е.С. Теоретические основы построения интегративно-модульных курсов англ.языка для профильной школы; Автореф. дис. … канд. пед. наук. – М., 2004. – 17с.

Н.А. Еранова

Российский университет дружбы народов

КЕЙС-МЕТОД ПРИ ОБУЧЕНИИ ЯЗЫКУ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

Среди инновационных технологий одним из наиболее перспективных и эффективных приемов формирования интереса

учащихся к изучению иностранных языков является кейс-метод (обучение на примере конкретных ситуаций).

Данная технология впервые была применена в середине XX века преподавателями Гарвардской бизнес-школы и получила широкое применение при подготовке специалистов разного профиля, прежде всего в области экономики, права, менеджмента.

Суть данного метода состоит в том, что учащимся предлагают обдумать реальную жизненную ситуацию (case), выявить основную проблему. Совместными усилиями группы они должны ее проанализировать, продумать ответы на поставленные вопросы и найти конкретные пути решения проблемы; завершающий этап – оценка предложенных вариантов и выбор лучшего в контексте поставленной задачи [Сурмин, 2002: 80].

Данныйметодпозволяетприменитьполученныетеоретическиезна ниядлярешенияпрактическихзадач. С помощью кейс-технологии у учащихся появляется возможность выразить свою и выслушать другую точку зрения, научиться работать в команде.

Кейс-метод активно используется в преподавании иностранного языка, так как способствует формированию комплекса необходимых компетенций в учебном процессе в нелингвистическом вузе.

Будучи интерактивной формой обучения, кейс-метод также считается эффективным приемом формирования интереса учащихся к изучению иностранных языков, дающей возможность выразить и отстоять свою позицию, проявить инициативу, способствует профессионализации учащихся, а следовательно повышает интерес по отношению к учебе [Колесник, 2006: 112].

Использовать данную технологию целесообразно в основном на заключительном этапе изучения темы, когда набран необходимый

лексический запас и освоен сопутствующий грамматический материал. В процессе работы над кейсом учащиеся должны уметь реферировать тексты, формулировать вопросы и аргументировать ответы, находить варианты решения проблемы, отстаивать свою точку зрения, применяя иностранный язык.

Таким образом, кейс-метод способствует развитию творческого мышления, повышаются языковые способности, совершенствуются навыки чтения профессионально-ориентированных текстов на иностранном языке. В конечном итоге, такой подход позволяет повысить мотивацию учащихся.

Библиография

1. Колесник Н.П. Кейс-стади в интерактивном обучении педагогике. Методические рекомендации. // В 2-х частях./ Часть I. – СПб.: НП «Стратегия будущего», 2006. – 199с.
2. Сурмин Ю.П. Ситуационный анализ, или Анатомия Кейс-метода – Киев: Центр инноваций и развития, 2002. – 286 с.

А.А. Минина

Российский университет дружбы народов

МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РАБОТЫ С АУТЕНТИЧНЫМИ МАТЕРИАЛАМИ СМИ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В НЕЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ

В настоящее время средства массовой информации играют существенную роль в жизни общества, требуя от современного человека умения ориентироваться в бескрайнем информационном пространстве: находить и использовать нужную информацию,

анализировать данные, отделяя истинное от ложного и релевантное от нерелевантного. Этим обусловлена актуальность использования материалов СМИ в процессе обучения иностранному языку в вузе. Средства массовой информации – это довольно широкое понятие. Оно включает в себя материалы теле- и радиопередач, тексты газетных и журнальных статей, медиатексты. Источником данных материалов является Интернет, предлагающий огромное количество ресурсов.

Следует отметить важную роль методического отбора учебных материалов с использованием тщательно разработанных критериев. Правильно отобранные материалы представляют собой особую ценность, которая состоит в их аутентичности, проблемности и актуальности поднимаемых вопросов, современности и разнообразии языкового материала и их значительном потенциале в плане мотивации студентов, а также их когнитивного и личностного развития.

Работа с аутентичными материалами СМИ на занятиях по иностранному языку в вузе несёт в себе огромный методический потенциал. Она даёт широкие возможности развития навыков и умений студентов в рамках всех видов речевой деятельности: чтения, аудирования, говорения и письма. Кроме того, такая работа позволяет формировать и развивать умения перевода. Богатый современный языковой материал способствует развитию лингвистической компетенции студентов.

Благодаря аутентичности и современности таких учебных материалов, они становятся важным и ценным методическим инструментом развития умений межкультурной коммуникации студентов неязыковых вузов, а также способствуют повышению их межкультурной осведомленности.

Непосредственная связь содержания этих учебных материалов со специальностью студентов делает обучение иностранному языку профессионально ориентированным и способствует развитию и совершенствованию профессиональных качеств, знаний и умений будущих специалистов.

А.Г. Охлопкова

Московский государственный университет путей сообщения

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К СОЗДАНИЮ ЗАДАНИЙ И УПРАЖНЕНИЙ ПРИ ОБУЧЕНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОМУ ЯЗЫКУ СТУДЕНТОВ НЕЯЗЫКОВОГО ВУЗА

Эффективность обучения профессионально-ориентированному языку невозможна без продуманной системы упражнений разного характера, выполнение которых помогает сформировать навыки и умения устной и письменной формы общения в творческом контексте.

Обучение профессионально-ориентированному языку требует современного подхода к требованиям при создании системы упражнений. Анализ преподавания языка по профилю специальности показал, что требования при создании системы упражнений должны отвечать следующим критериям:

1) использование различных форм работы и заданий, выполняемых в парах, мини-группах, сочетание коллективных и индивидуальных форм работ;

2) наращивание степени сложности упражнений и заданий;

3) мотивация к участию максимального количества студентов при выполнении заданий;

4) творческий характер некоторых заданий, стимулирующий интерес и креативность самих студентов;

5) приближенность заданий к профессиональной сфере студентов, в таких заданиях как, например, ролевые игры;

6) разработка упражнений и заданий с учетом неоднородности уровня языковой подготовки учащихся;

7) автономность и свобода студентов в выполнении заданий;

8) наличие визуальных опор, так как именно они стимулируют навыки устной речи у студентов уровня pre-intermedeate;

9) задания на повтор пройденных ранее уроков, в том числе лексики для лучшего усвоения и запоминания материала;

10) использование различных подкастов для изучения языка специальности с помощь различных портативных устройств. Полезны такие сайты как http://learnenglish.britishcouncil.org/en/, где есть задания на отработку грамматики, лексики и профессионально-ориентированного языка;

11) творческий подход в создании заданий и упражнений. Ролевая или деловая игра, как никакое другое упражнение, способствует вовлечению учащихся в учебную деятельность и помогает вовлечь в процесс студентов с различным типом восприятия.

Таким образом, применение различных типов упражнений и игр при обучении иностранному языку студентов неязыковых факультетов вузов раскрывает практически неограниченные возможности для творческого потенциала, как преподавателя, так и студентов. И стоит особенно тщательно подходить к современным требованиям при их создании для обучения профессионально-ориентированному языку.

Библиография

1. Гез Н.И., Ляховицкий М.В., Миролюбов А.А., Фоломкина С.К., Шатилов С.Ф. Методика обучения иностранным языкам в средней школе: Учебник. – М.: Высшая школа, 1982. - 373 с.
2. Гарднер Г. Структура разума: теория множественного интеллекта: Изд. дом Вильямс, 2007. – 801 с.

О.В. Павлова

Военный университет,

Московский педагогический государственный университет

МЕТОДИКА ФОРМИРОВАНИЯ НАВЫКОВ И УМЕНИЙ КОММУНИКАТИВНОГО ЧТЕНИЯ КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРЫ КОММУНИКАЦИИ

Сегодня в условиях обновления языкового образования квалифицированный педагог имеет достаточно высокую возможность использовать современные образовательные технологии, инновационные методы и приемы обучения иноязычной речевой деятельности, творчески применяя накопленный передовой опыт, внедряя все новое и передовое в свою педагогическую деятельность.

В условиях модернизации образования у будущего специалиста должна быть сформирована преподавателем не только готовность к развитию профессиональной культуры, но и к развитию практических навыков и умений межкультурного общения, которое предполагает участие современных специалистов в рамках межкультурного сотрудничества в совместной практической и научно-исследовательской деятельности.

В связи с этим, существенно возрастает роль учебного предмета «иностранный язык» в высшей школе, важной особенностью которого являются не столько приобретенные знания о самом предмете, сколько формирование способности и готовности осуществлять иноязычное межличностное и межкультурное общение с носителями языка, что подразумевает развитие навыков и умений в разных видах речевой деятельности. Некая «беспредельность» изучения иностранного языка, то есть отсутствие границ в овладении языком, и побуждает хорошего преподавателя иностранного языка стремиться к тщательному и продуманному отбору языкового и речевого материала, достаточного для практического пользования им, с учетом современных потребностей обучающегося.

Современный преподаватель иностранного языка понимает, что чтение является для его студентов одним из важнейших источников, позволяющим находиться в курсе последних достижений и ориентироваться в широком потоке информации, ведь чтение – это интерактивный процесс, несущий, по мнению многих исследователей, таких как Т.М. Дридзе, М.С. Глазман, высокую активность читателя [Выготский, 1982: 5]. В связи с этим, целенаправленное обучение будущего специалиста чтению иноязычных текстов будет подвигать студентов к поиску собственных решений, формированию навыков и умений иноязычного чтения.

Как указывают многие ученые, одной из разновидностей общения является текстовая деятельность. Ведь текст, по мнению Т.М. Дридзе, в еще большей степени, чем внутренняя речь, предполагает диалогичность. При этом, студент, читающий текст, не пассивен, а активен, так как он «включен в сложный коммуникативный механизм, который осуществляет как хранение

знания в виде текстов, так и общение людей, создающих это знание» [Выготский, 1982: 115].

Совершенно очевидно, что при внешней монологичности, тексты пишутся не для себя, они адресованы читателю, автор все время имеет в виду читателя и ориентирует на него свою речь, поэтому термин «диалогичность» текста выражает двусторонность коммуникации, взаимодействие автора и его адресата. Коммуникативная функция языка, побуждает автора учитывать адресата, что находит выражение в характере высказывания и в его речевых особенностях, то есть адресат как бы разговаривает с собеседником, в результате чего монологическая по форме речь приобретает признаки диалогичности. В связи с этим очень важна роль преподавателя, побуждающего развитие и поддерживание мотивации студента на высоком уровне к чтению как к коммуникативному виду деятельности.

Преподаватель иностранного языка вводит своего студента в проблему, которой будет посвящен последующий иноязычный текст и ответ на поставленный им вопрос может вообще отсутствовать, если автор при этом формулирует проблему, не делая попыток разрешить ее. В этом случае, преподаватель акцентирует необходимость постановки самой проблемы, обозначая целый ряд вопросов, используемых для перечисления имеющихся по этой проблеме мнений, из числа которых он выбирает, как предпочтительную какую-либо точку зрения.

Как и любой объект действительности, чтение текста рассматривается в современной науке системно, с различных позиций. При его изучении методика опирается на данные лингвистики, психолингвистики, социальной и возрастной психологии, из чего

следует, что чтение текста – это явление речевого характера. Текст создается для реализации цели общения и всегда связан с актом коммуникации между автором и его читателем. Чтение текста – это коммуникативный акт, в котором зафиксирована определенная информация. Понимание текста предполагает идентичность выводов, сделанных читателем с замыслом автора, и коммуникативный акт будет иметь место только тогда, когда понимание будет включать одинаковую интерпретацию содержащихся в тексте единиц значения.

По мнению Е.Ф. Тарасова, понимание текста – это восстановление структуры общения, то есть реального коммуникативного акта, создание экстралингвистического контекста для однозначного понимания текста. Эта задача и возлагается на преподавателя иностранного языка, который должен играть большую роль в процессе коммуникативного обучения чтению, которое обязательно включает экстралингвистические факторы – знание и глубокое понимание описываемого в тексте предмета, его информативного содержания [Славгородская, 1996]. И.В. Арнольд подчеркивает, что «разные люди, в зависимости от своего жизненного, читательского и социального опыта, могут воспринимать один и тот же текст по-разному. Искусство быть читателем надо развивать» [Тарасов, 1997]. Преподавателю необходимо для образования у студента целостного семантического комплекса постоянно обращаться к опыту, знанию, не содержащемуся непосредственно в тексте, и, поэтому, в процессе коммуникативного чтения преподаватель опирается на личностные качества студента, его готовность к восприятию данного текста.

Коммуникативное единство текста – это последовательное развертывание информации по теме с актуальным членением текста,

то есть чередованием данного и нового, темы и ремы при развертывании информации, содержащейся в тексте. На наш взгляд, текст, в частности, иноязычный, отражает определенную мысль и написан на определенную тему, которая затрагивает основные понятия, и предполагает дальнейшее деление его на подтемы разных уровней. Таким образом, преподаватель иностранного языка раскрывает систему предметных отношений посредством системы заданий и упражнений в разных видах чтения и понимания текстов.

Очевидно, что понимание текста в результате чтения – это раскрытие главных связей между предметами и явлениями действительности. Только коммуникация как обмен, деление информации, мыслей, идей, знаний, общим в процессе взаимодействия, является, по мнению Л.С. Выготского [Выготский, 1982: 1], причиной и основой формирования новых понятий, а значит новых знаний и нового сознания субъекта. Естественно, многое зависит от культуры коммуникации, то есть способности читать и понимать автора текста. Главным является способность обменяться с автором текста мыслями, знаниями, информацией и использовать понятое и принятое для решения задач, проблем для создания собственного нового знания.

Каждый преподаватель иностранного языка должен понимать, что иноязычная речевая деятельность, в частности, коммуникативное чтение студента, будет более эффективной, если преподаватель сможет научить студентов обмениваться мыслями в ходе обсуждения прочитанного. В связи с этим, преподавателю необходимо относиться с полной ответственностью к проблеме, связанной с полезностью полученной информации. Чем больше информация способствует достижению поставленной цели, тем ценнее она для конкретного

студента. Французский социолог А. Моль отмечает, что текст является для нас информативным в том случае, если он предопределяет нашу реакцию, действия, в противном случае даже новая информация является бесполезной [Глазман,1969].

Библиография

1. Арнольд И.П. Значение «сильной позиции» для интерпретации художественного текста//ИЯШ. 1979, №4. – С. 14 – 17.

2. Выготский Л.С. Мышление и речь. – Собрание сочинений в 6-ти томах. – Т.2. – М.: Педагогика, 1982. – 127

3. Глазман М.С. Научное творчество как диалог// Научное творчество. – М., 1969. – С. 123

4. Дридзе Т.М. Язык и социальная психология. – М.: 1980. – 87с.

5. Моль А. Теория информации и эстетическое восприятие. – М.: Мир, 1966. – 50 с.

6. Славгородская Л.В. Научный диалог. – Ленинград, Изд. Наука, 1996. – 26 с.

7.Тарасов Е.Ф. Место речевого общения в коммуникативном акте// Национально-культурная специфика речевого поведения. – М., 1997. – С. 60-63.

Е.В. Паничева

Российский университет дружбы народов

СОЗДАНИЕ СОБСТВЕННОГО ТЕКСТА КАК ОДНА ИЗ ФОРМ ОБУЧЕНИЯ ПИСЬМЕННОМУ ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ ДИСКУРСУ СТУДЕНТОВ НЕЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ВУЗОВ

1. Социально-экономические и политические изменения, происходящие в обществе в настоящее время, предъявляют системе

высшего профессионального образования качественно новые требования к уровню подготовки специалистов. В связи с модернизацией образования содержание и технологии вузовского образования должны быть ориентированы на определение и формирование совокупности специальных знаний, навыков и умений, практическое применение которых могло бы обеспечить выпускнику успешную реализацию его профессиональных функций. При этом необходимо понимать, что профессиональные функции не являются величиной постоянной, их содержание варьируется и изменяется в зависимости от экономической и политической обстановки в стране .

2. В этой связи возникает понимание значимости изучения иностранного языка студентами неязыковых вузов в качестве средства получения и обработки информации, средства повышения собственной квалификации, а также средства осуществления свободного профессионального общения на иностранном языке.

3. В качестве мало исследованных аспектов обучения профессионально ориентированному иностранному языку (ПОИЯ) можно считать обучение письменному профессиональному дискурсу, который является важной частью делового и профессионального общения. Изучение состояния преподавания ПОИЯ в российских вузах показало, что письменная речь выступает лишь как средство, способствующее развитию умений устной речи. Поэтому уровень языковой подготовки студентов нелингвистического вуза во многих случаях не соответствует требованиям базовых знаний.

4. В современных условиях вузовского обучения письменная коммуникация все теснее взаимодействует с другими языковыми аспектами. Это объясняется тем, что одним из требований,

предъявляемых программами по профессиональному иностранному языку, выступает требование создания собственного текста.

5. Написание статьи – процесс достаточно продолжительный по времени, а потому обучение будет эффективным только в том случае, если результат работы личностно-значимый и понятен студентам с точки зрения перспективы дальнейшей реализации полученных знаний. Создание собственного текста требует многоступенчатой подготовки, которая, в свою очередь, состоит из определенных этапов.

6. Самостоятельная работа студентов выступает на первый план и является необходимым условием в процессе обеспечения комплексной и качественной подготовки квалифицированных кадров.

7. Деятельность студентов должна быть четко регламентирована определенной шкалой оценивания и ограничениями по времени. Результат деятельности должен быть личностно-значимый, что определяет основной принцип разработки заданий как принцип моделирования и максимального приближения к реальности и соответствия индивидуальным потребностям студентов.

8. Необходима также оптимизация работы студентов, например, в виде практического использования созданного текста в выпускной квалификационной работе.

9. Мотивация деятельности студентов при выполнении заданий имеет очень большое значение. Студенты испытывают личную заинтересованность в результате работы и качестве получаемых знаний. Знания, в этом случае, не выступают как бесконтекстные, то есть вне контекста специализации, а, напротив, имеют узкую профессиональную направленность, что в совокупности может способствовать повышению качества обучения в целом.

С.Н. Попова
Российский университет дружбы народов

ИЗУЧЕНИЕ КОМПЬЮТЕРНОГО СЛЕНГА КАК СПОСОБА ПОВЫШЕНИЯ МОТИВАЦИИ К ОСВОЕНИЮ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Очевидно, что в последнее время значительно упал интерес к специальностям гуманитарного цикла. На первый план вышли профессии технического и естественнонаучного плана. Это происходит, потому, что существует «государственный заказ», осуществляется дополнительное финансирование отдельных специальностей и факультетов, в которых наблюдается нехватка квалифицированных специалистов мирового уровня, а также, из-за тенденции к повсеместной компьютеризации и оцифровыванию. На сегодняшний день среднестатистический гражданин мегаполиса проводит значительную часть своего рабочего и свободного времени в сети. Как следствие, падает мотивация к классической литературе и классическому искусству, научному мышлению, происходит упрощение форм предоставления и усвоения информации. Некоторые аналитики усматривают в этом признаки деградации общества, ссылаются на «теорию мирового заговора», другие говорят о новом поколении цифровых технологий и о необходимости перестраиваться на «новые рельсы». Мы также предлагаем взглянуть на сложившуюся ситуацию как на сигнал к действию, и постараться извлечь максимум пользы из сложившихся обстоятельств.

Для этого, следует начать с вопроса повышения стимула к изучению предмета. Как известно, существует два основных вида

мотивации: внутренняя и внешняя. К сожалению, со случаями внутренней мотивации приходиться сталкиваться всё реже, так как она требует осознанного и глубокого изучения предмета, постоянной заинтересованности, не подкрепленной материальными стимулами. Случаи же внешней мотивации довольно часты и прагматичны. Например, учащийся знает, что за конкретное выполненное задание он получит определённую оценку, хорошо сдаст экзамены, сможет устроиться на высокооплачиваемую работу, которая будет приносить прибыль и позволит удовлетворять большую часть его потребностей. При этом, однако, несмотря на растущее влияние западной культуры и внедрение новых технологий, познания учащихся в сфере иностранных языков, как правило, оказываются поверхностными и неполными, так как отсутствует внутренняя мотивация к изучению грамматических структур, расширению словарно запаса и употреблению сложных речевых оборотов. Обучающиеся не видят необходимости в углубленном изучении предмета, так как им не предоставляется случай их немедленного применения.

В такой ситуации мы предлагаем совместить сферу повышенного внимания со стороны молодёжи (компьютеры, компьютерные игры, общение в сети) с наиболее уязвимым на данный момент компонентом (иностранные языки), чтобы а) научить вдумчивому отношению к первому и б) укрепить позицию второго. Для этого следует начать более глубокое изучение особенностей языка компьютерных игр, который насыщен всевозможными заимствованиями, неологизмами, сокращения, демонстрируя высокий процент движения языковых единиц.

За последние несколько десятилетий люди, увлекающиеся онлайн играми в нашей стране, разработали особый сленг,

основанный на производных от терминов и понятий, используемых в английских версиях игр. Для того чтобы ускорить процесс общения в сети, многие слова подверглись сокращению и аббревиации. Тем, кто впервые сталкивается с этим явлением, приходится нелегко, так как в процессе заимствования из английского языка в русский зачастую происходит потеря первоначального значения, сужение семантического поля и другие лингвистические процессы, затрудняющие понимание. Существует ряд словарей языка «геймеров» для упрощения процесса освоения той или иной компьютерной игры. Как правило, такие словари, представляют собой систематизацию слов по алфавиту, иногда с расшифровкой аббревиатуры. К сожалению, около 75% слов, входящих в такие «списки», представляют собой лишь транслитерацию с английского, без уточнения значения и способа словообразования. Восприятие такой лексики, как правило, пассивно, а время усвоения прямо пропорционально времени, затраченному на онлайн игры и общение в сети. Мы считаем целесообразным более сознательный подход к изучению данных слов, с объяснением языковых процессов, в результате которых оно образовалось с примерами из этимологических словарей и проведением семантических параллелей, а также предоставление пояснений относительно некоторых особенностей и правил компьютерной игры. Приведём пример из словаря «геймера»: «Целитель = клер, прист, хил, хилер, жрец, жряка» (https://4gameforum.ru/showthread.php?t=2314). Не зная английского языка трудно понять и усвоить четыре из шести приведённых слов. Если же представить материал иначе:

Клер *– от английского* ***cleric*** заимствовано из латинского **«clericus»** *– духовное лицо, церковник;* ***Прист*** *– от английского* ***priest,***

ранее **«preost»,** образовано от латинского **«presbyter»** – *священник, жрец (служители церкви, которые, как правило, являются целителями по условиям игры).*

***Хил** – от **to heal** – лечить; **хилер** – от **healer** – знахарь, лекарь;*

*Слово **to heal** образовано от древнеанглийского слова **hælan,** что означало «лечить, спасать, собирать по частям».*

Такой способ предоставления лексики, способствует более глубокому пониманию значения слов, объясняет историю их происхождения и словообразования, проясняет особенности произношения, тем самым повышая интерес к изучению английского языка, а также таких гуманитарных наук, как этимология и семантика.

В.В. Сибул
Российский университет дружбы народов

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В НЕЯЗЫКОВЫХ ВУЗАХ

Профессионально-ориентированное обучение иностранному языку признается в настоящее время приоритетным направлением в обновлении образования, в связи с чем появилась настоятельная необходимость по-новому взглянуть на процесс обучения вообще и на обучение иностранному языку в частности.

Общение на иностранном языке становится существенным компонентом профессиональной деятельности специалистов, способных конкурировать на международном рынке труда. Анализ педагогических и научно-методических источников показал, что существует бесчисленное множество направлений в сфере методики и

технологий обучения иностранному языку на неязыковых факультетах вузов. В настоящее время ставится задача не только овладения навыками общения на иностранном языке, но и приобретения специальных знаний по профессиональной деятельности.

Иностранный язык является и средством формирования профессиональной направленности будущего специалиста. Н.Д. Гальскова отмечает, что при изучении профессионально-ориентированного языкового материала устанавливается двусторонняя связь между стремлением студента приобрести специальные знания и успешностью овладения языком [Рыбкина, 2005: 4]. По мнению автора, для реализации данного потенциала необходимо соблюдение следующих условий:

– четкая формулировка целей иноязычной речевой деятельности;

– социальная и профессиональная направленность этой деятельности;

– удовлетворенность обучаемых при решении частных задач;

– формирование у обучаемых умения творчески подходить к решению частных задач;

– благоприятный психологический климат в учебном коллективе.

Огромный вклад в разработку теории профессионально-ориентированного преподавания иностранного языка внесли П.И. Образцов с коллегами. Команда ученых обосновала принцип профессиональной направленности учебного материала при обучении иностранному языку в неязыковом вузе. Авторы подчеркивали, что изучение иностранного языка должно быть не самоцелью, а средством

достижения цели повышения уровня образованности, эрудиции в рамках своей специальности. Учет специфики профилирующих специальностей, с их точки зрения, должен проводиться последующим направлениям: работа над специальными текстами, изучение специальных тем для развития устной речи, изучение словаря-минимума по соответствующей специальности, создание преподавателями пособий для активизации грамматического и лексического материала обучающихся [Образцов и др., 2005: 61].

Проблема формирования системы профессиональной языковой подготовки будущих специалистов при обучении в неязыковых вузах в настоящее время характеризуется многоаспектностью. В научной и научно-методической литературе иностранный язык как учебный предмет в системе высшего профессионального образования раскрывается авторами с различных позиций: проблемы обучения иностранному языку в высшей школе как средству общения (И.Л. Бим, Н.Н. Гез, И.А. Зимняя), проблемы формирования коммуникативных умений средствами иностранного языка (В.Л. Кузовлев, В.Г. Костомаров, А.А. Леонтьев, Е.И. Пассов), формирование профессиональной направленности (Л.Ш. Гегечгори, Н.И. Гез, М.А. Давыдова, Б.К. Есипович, Р.П. Мильруд), коммуникативный подход в обучении иностранному языку (И.Л. Бим, А.Н. Леонтьев, Е.И. Пассов, Г.В. Рогова).

Следует отметить, что еще Л.С. Выготский отмечал, что усвоение иностранного языка идет путем, противоположным тому, которым идет развитие родного языка. Ребенок усваивает родной язык неосознанно и ненамеренно, а иностранный – начиная с осознания и намеренности. Поэтому можно сказать, что развитие родного языка идет снизу вверх, в то время как развитие иностранного языка –

сверху вниз. Данная трактовка специфики преподавания иностранного языка абсолютно соответствует и специфике преподавания иностранного языка профессионального общения.

Библиография

1. Образцов П.И., Иванова О.Ю. Профессионально-ориентированное обучение иностранному языку на неязыковых факультетах вузов. Орел: ОГУ, 2005. – 114 с.
2. Гальскова Н.Д. Современная методика обучения иностранному языку: Пособие для учителя. М: АРКТИ-Глосса, 2000. – 165 с.
3. Образцов П.И., Ахулкова А.И., Черниченко О.Ф. Проектирование и конструирование профессионально-ориентированной технологии обучения. Орел, 2005. – 61 с.
4. Рыбкина А.А. Педагогические условия формирования профессиональных умений курсантов учебных заведений МВД в процессе обучения иностранному языку. Саратов: Саратов. юрид. ин-т МВД России, 2005. – 152 с.
5. Зиннурова Ф.М. Формирование профессионально-языковой компетентности студентов ССУЗ в полиэтническом регионе (на примере строительных специальностей): Автореф. дис. … канд. пед. наук. Йошкар-Ола, 2006. – 25 с.
6. Хусаинова М.А. Становление профессиональной позиции студентов – будущих менеджеров средствами иностранного языка: Дис. канд. пед. наук. Самара, 2006. – 165 с.

К.В. Стрекалова
Всероссийская академия внешней торговли

ПРАКТИКА РЕАЛИЗАЦИИ ПРИНЦИПОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ ЮРИСТОВ МЕЖДУНАРОДНОГО ПРОФИЛЯ

Глобализация права и процесс интеграции России в мировое правовое пространство ставят перед высшей школой задачу повышения качества иноязычной профессионально-ориентированной подготовки юристов со специализацией в международном праве, в связи с чем профессионально-ориентированный подход к обучению становится особенно актуальным.

На современном этапе к профессионально-ориентированному обучению иностранным языкам выдвигаются требования результативности, экономичности, эргономичности и обеспечения высокой мотивации учебной деятельности обучающихся [Дмитренко, 2006: 63-64].

Преподавание профессионально-ориентированных языков будет считаться соответствующим данным требованиям, только если оно строится на последовательном соблюдении общедидидактических, методических и психолого-педагогических принципов обучения [Щукин, 2010: 147-174].

В рамках данного выступления мы раскроем некоторые принципы, которые имеют наибольшее значение в обучении юристов международного профиля, а именно: принцип сознательности и

активности обучения, единства обучения и развития, учета индивидуальных особенностей учащихся, наглядности обучения, его профессиональной направленности, межпредметной интеграции и некоторые другие. Практическая реализация данных принципов проиллюстрирована нами на примере преподавания юридического английского языка на дневном отделении бакалавриата Международно-правого факультета Академии внешней торговли Минэкономразвития РФ.

Библиография

1. Девина Л.И. Использование технологии графического представления информации при обучении будущих юристов иностранному языку (английскому). Вестник Моск. гос. лигвст. ун-та; выпуск 12 (672). (Серия педагогические науки). М. ИПК МГЛУ «Рема», 2013. – С.133-144.

2. Дмитренко Т.А. Современные профессионально-ориентированные технологии обучения иностранным языкам // Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики иностранного языка делового и профессионального общения. // Материалы II научно-практической конференции. - М.: РУДН, 2006. – С.63-64.

3. Программа по дисциплине «Английский язык» для студентов очной формы обучения по направлению «0309000.62 Юриспруденция», квалификация (степень) – бакалавр юриспруденции Международно-правового факультета ВАВТ. – М.: ВАВТ, 2011 – 26 с.

4. Щукин А.Н. Обучение иностранным языкам. Теория и практика: учебное пособие для преподавателей и студентов. – М.: Филоматис, 2010. – 480 с.

Н.И. Сухорукова
Московский государственный университет
им. М.В. Ломоносова

ФИНАНСОВО-АНАЛИТИЧЕСКИЕ СООБЩЕНИЯ КАК МАТЕРИАЛ ДЛЯ РАБОТЫ СО СТУДЕНТАМИ СТАРШИХ КУРСОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ И ФИЛОЛОГИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

Финансово - аналитические сообщения выпускаются на регулярной основе рядом глобальных инвестиционных банков и фондов, базирующихся в США и Великобритании. Темой этих сообщений является анализ рынка, который представляет собой в высшей степени специализированную деятельность, осуществляемую относительно узкой группой экспертов-аналитиков, как правило, имеющих профессиональное образование в сфере финансов. В некоторых других случаях авторами выступают либо экономисты, либо профессиональные инвесторы, непосредственно заинтересованные и/или участвующие в принятии инвестиционных решений.

Предмет анализа рынка варьируется и может включать как все рынки в совокупности (финансовые рынки; товарно-сырьевые рынки и т. п.), так и анализ состояния отдельно взятой компании на рынке, которая рассматривается как потенциальный объект инвестирования. Результаты анализа публикуются в письменных финансовых сообщениях различного размера и периодичности; на основе своих письменных сообщений авторы часто делают устные презентации, например, на специализированных теле- и радиоканалах. Финансово-

аналитические сообщения имеют три общих черты, которые объединяют их в единый жанр: (1) метод распространения; (2) периодичность и актуальность; (3) общая коммуникативная функция.

Непосредственная коммуникативная функция (интенция) – это решение узкой утилитарной задачи, а именно – обеспечить инвесторам необходимую информационную базу для их инвестиционных решений и/ или дать необходимые рекомендации как нужно действовать на рынке в тот или иной момент. Однако эта функция может быть рассмотрена и шире – как образовательная, ведь, в конечном итоге, финансовые аналитики ставят своей задачей не предоставить готовые решения, а научить профессиональных участников рынка самим ориентироваться в информационном потоке и делать выводы исходя из ситуации.

Отметим также, что анализ рынка должен принимать во внимание всевозможные микро- и макроэкономические факторы, как то: данные о политической и социальной ситуации, результаты демографических исследований и т. п.. Благодаря этому финансово-аналитические сообщения можно рассматривать не только как узкоспециализированные тексты, но и как источник информации, ценной практически для любых сфер бизнеса и, более того, интересной для всех экономически-грамотных людей. В терминах же LSP это означает, что язык, используемый в финансово-аналитических сообщениях, может использоваться как инструмент для широкого круга профессионалов.

Библиография

Gartman D. The Gartman Letters. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.thegartmanletter.com, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. англ.

В.Э. Улюмджиева
Российский университет дружбы народов

О СТРУКТУРЕ СОДЕРЖАТЕЛЬНОГО КОМПОНЕНТА ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Сущность профессионально-ориентированного обучения иностранному языку заключается в его интеграции со специальными дисциплинами с целью получения дополнительных профессиональных знаний и формирования профессионально значимых качеств личности [Образцов, 2005: 6].

Целью обучения иностранным языкам в неязыковых ВУЗах является достижение уровня, достаточного для практического использования иностранного языка в будущей профессиональной деятельности.

В содержание обучения иностранному языку необходимо включать:

- сферы коммуникативной деятельности, учитывающие профессиональную направленность студентов;
- языковой материал (фонетический, лексический, грамматический, орфографический);
- комплекс специальных (речевых) умений, характеризующих уровень практического овладения иностранным языком в ситуациях профессионального и делового общения;
- систему знаний национально-культурных особенностей и реалий страны изучаемого языка [Гальскова, 2000: 27].

Структурными элементами содержательного компонента модели профессионально-ориентированного обучения иностранному языку являются коммуникативные умения по всем видам речевой деятельности (говорения, аудирования, чтения, письма) на основе общей и профессиональной лексики:

а) обучение диалогической речи заключается в развитии умения вести беседу, целенаправленно обмениваться информацией профессионального характера по определенной теме;

б) обучение монологической речи заключается в формировании умений создания монологических высказываний различного характера (сообщение информации профессионального характера, выступление с докладом, расширенные подготовленные и неподготовленные высказывания в ходе дискуссии);

в) обучение аудированию заключается в формировании умений восприятия и понимания высказывания собеседника на иностранном языке, порождаемого в монологической форме или в процессе диалога в соответствии с определенной реальной профессиональной ситуацией;

г) обучение чтению заключается в формировании умений владения всеми видами чтения публикаций различных функциональных стилей, в том числе специальной литературы;

д) обучение письму заключается в развитии коммуникативной компетенции, необходимой для профессионального письменного общения, проявляющейся в умениях реферативного изложения, аннотирования, а также перевода профессионально значимого текста с иностранного языка на русский и с русского языка на иностранный.

Библиография

1. Образцов, П.И. Проектирование и конструирование профессионально-ориентированной технологии обучения / П.И. Образцов, А.И. Ахулкова, О.Ф. Черниченко. – Орел, 2005. – 61с.
2. Калмыкова Л.И. К вопросу обучения монологическому высказыванию / Л.И. Калмыкова // Профессионально – ориентированное взаимосвязанное обучение всем видам иноязычной речевой деятельности в неязыковом вузе. Пермь, 1986. - 204 с.
3. Гальскова, Н.Д. Современная методика обучения иностранному языку: пособие для учителя. М: АРКТИ Глосса, 2000. – 165 с.

Л.С. Чикилева

Финансовый университет при Правительстве РФ

РОЛЬ МОТИВАЦИИ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА И ФОРМИРОВАНИИ ЛИЧНОСТИ СТУДЕНТА-ЗАОЧНИКА

Иностранный язык играет большую роль в процессе становления личности студента-заочника. Владение иностранным языком позволяет студентам-заочникам неязыковых вузов получать дополнительную информацию в профессиональной сфере, совершенствовать умения и навыки делового общения, претендовать на работу по специальности в международных компаниях. В процессе изучения иностранного языка студенты расширяют свой кругозор и повышают культурный уровень.

Иностранный язык как учебная дисциплина имеет большой потенциал в формировании личности студентов. В процессе изучения этого учебного предмета формируется толерантное отношение к этническим, политическим, религиозным различиям, уважение к другой культуре, расширяется кругозор, повышается культурный уровень, что способствует личностной самореализации будущих специалистов.

Очевидно, что студенты-первокурсники должны быть мотивированы для изучения иностранного языка, поэтому на первом занятии по иностранному языку у студентов-заочников Финансового университета проводится вводная лекция о важности изучения этого предмета, которая сопровождается показом видеоматериалов. Студенты узнают о всех преимуществах, которые им дает изучение иностранного языка для специальных целей и делового общения.

Необходимо регулярно уделять внимание поддержанию интереса обучаемых к изучению иностранного языка, формированию у них позитивной самооценки, развитию чувства собственного достоинства, созданию хорошей образовательной среды. Большое значение имеет благоприятная обстановка во время уроков, уважительное отношение преподавателя к студентам. Это также способствует успешному изучению языка.

Представляется возможным выделить следующие факторы, влияющие на мотивацию студентов-заочников: ясно осознанные цели для изучения языка, увлеченность учебным предметом, вера в собственные возможности, активность во время занятий, усердие в процессе самостоятельной работы. Несмотря на ограниченное количество часов, которое отводится на изучение иностранного языка на заочном отделении неязыкового вуза, очень важно показать

студентам практическую значимость иностранного языка. Большую роль играет установление контактов обучающихся с носителями языка, которое осуществляется во время видеоконференций. При таком диалоге культур у студентов формируются навыки межнационального общения, преодолеваются психологические барьеры. Это благоприятно сказывается на развитии личности студента. Студенты имеют возможность задать носителям языка вопросы и получить новую информацию, в результате чего у обучаемых меняются стереотипы, формируется современное мировоззрение и повышается интерес к изучению иностранного языка. В процессе общении с носителями языка студенты узнают много нового о профессиональной иноязычной культуре. Таким образом, формируется межкультурная компетенция, обучаемые учатся позитивно относиться к иноязычной культуре и особенностям ее проявлениям в профессиональной сфере. Изучение иностранного языка способствует формированию специалистов, способных и готовых к профессиональной деятельности в условиях глобализации.

В.И. Широгалина

Финансовый университет при правительстве РФ

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА – ЗАЛОГ УСПЕХА ИХ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНОВЛЕНИЯ

Качество подготовки любого специалиста в современных условиях определяется не только уровнем его знаний, но и умением самостоятельно ставить и решать новые профессиональные задачи.

Включение в самостоятельную деятельность должно происходить уже на ранних этапах обучения. От того, насколько студент окажется готовым к активной деятельности, будет зависеть его конкурентоспособность. И задача преподавателя научить студентов ориентироваться в потоке информации, самим добывать знания, пользуясь рациональными приемами работы с книгой и другими источниками, обобщать различные материалы, давать им оценку.

Поскольку овладение иностранным языком в вузе в большей степени определяется эффективностью самостоятельной работы студентов, поэтому планирование, организация и реализация работы студента является важнейшей задачей обучения.

Организация самостоятельной работы студентов должна представлять единство следующих взаимосвязанных форм:

1. Аудиторная самостоятельная работа, которая осуществляется под непосредственным руководством преподавателя.

2. Внеаудиторная самостоятельная работа студентов.

3. Творческая работа, в том числе научно-исследовательская.

Самостоятельная работа становится обязательной при применении новых обучающих технологий. Среди основных направлений использования этих технологий наиболее эффективными являются: использование Интернета для выполнения индивидуальных заданий; подготовка презентаций в Power Point по материалам изучаемой темы; подготовка выступлений с использованием интерактивной доски.

Широкое распространение получила в последнее время проектная методика (презентации). Участие группы студентов в

презентации приучает их творчески мыслить, прогнозировать многочисленные варианты решения проблем.

Для того чтобы самостоятельная работа была эффективной, необходимо обеспечить правильное сочетание аудиторной и самостоятельной работы; методически правильно организовать общую работу студента и контролировать ход его самостоятельной работы.

Разумно организованная, систематически проводимая самостоятельная работа будет способствовать повышению качества обучения иностранному языку, а также составит важную предпосылку для их профессионального становления.

Библиография

1. Полякова Е. Принципы профессионального обучения в процессе изучения английского языка // Материалы международной научно-практической конференции. РЭУ им. Плеханова. - 2011.

2. Чикилева Л.С. Инновационные формы организации самостоятельной работы в профессионально-ориентированном обучении иностранным языкам. Выпуск 4. Факультет иностранных языков и регионоведения МГУ им. Ломоносова. – 2010. - С. 37-43.

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

И.Э. Алекберова
Российская международная академия туризма

ЗНАЧИМОСТЬ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИННОВАЦИЙ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Процесс вхождения средней школы и высшей школы в мировое образовательное пространство требует усовершенствования и переориентации компьютерно-информационной составляющей. Особый интерес представляют вопросы, связанные с автоматизацией обучения. Создание компьютерных технологий в обучении кооперирует с появлением учебных пособий новой генерации, отвечающих потребностям личности обучаемого. Они призваны обеспечить целесообразность использования новых информационных технологий в учебном процессе и, в частности, различного рода так называемых «электронных учебников», которые можно использовать как на традиционных занятиях с преподавателем, так и при дистанционном обучении на компьютере. Преимуществом такого подхода является то, что преподаватели сами могут создавать свои индивидуальные программы компьютерного обучения. Многие считают, что дистанционное образование – это просто новая форма известного заочного обучения [Кирмайер, 2004]. Выбрав дистанционный курс, человек действительно может проходить обучение, не выходя из дома, если у него есть компьютер,

оснащенный необходимой стандартной программой. Образование становится общемировым и общедоступным. Информационные технологии позволяют: не разделять богатых и бедных в образовании; поддержать модели устойчивого развития и усовершенствования процесса обучения; предоставить всем желающим возможность участия в строительстве и использовании информационного пространства человечества. Изначально дистанционное обучение создавалось для того, чтобы люди, уже получившие очное образование, повышали свою квалификацию. Оно предполагает самостоятельное образование с помощью специалистов-консультантов. Так чем же так привлекает дистанционное образование? Во-первых, это достаточно дешево. Здесь не надо платить за коммунальные услуги в вузах, аудиторные часы преподавателям. Во-вторых, если на сервере выложен некоторый объем информации и есть возможность получить его - это неплохой шанс повысить интеллектуальный уровень [2]. Однако, слабо разработаны методики, не отлажена сама технология учебного процесса, отсутствует финансирование. Не следует забывать, что образование должно быть эффективным. Заниматься же этим должны профессионалы, а не коммерческие организации. Новые возможности, связанные с информационными технологиями предоставляются в следующем: сделать обучение более эффективным; обучать большее количество категорий учащихся, характеризующихся различными способностями и стилями мышления [Кирмайер, 2004]; значительно усилить как глобальный аспект обучения, так и аспект, в большей мере отвечающий местным потребностям. Новые информационные технологии способны помочь и облегчить учащимся и учителям достижение традиционных целей образования.

Библиография

1. Кирмайер М. Мультимедиа: Пер. с нем. – СПб.: BHV-Санкт-Петербург, 2004 – 192с.: ил.
2. http://www.infoart.ru/press/

Л.В. Бузовская

Сибирский государственный университет путей сообщения

ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ В ФОРМИРОВАНИИ ЛИНГВОСТРАНОВЕДЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ, ИЗУЧАЮЩИХ КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК КАК ВТОРОЙ ИНОСТРАННЫЙ

Конечная цель изучения любого иностранного языка – формирование межкультурной компетенции, т.е. возможность в должной мере осуществлять межкультурную коммуникацию. Составной частью межкультурной компетенции являются лингвострановедческая и страноведческая компетенции, без которых невозможно осуществление «адекватного взаимопонимания двух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам» [Верещагин, 1990: 26]. Отсутствие в учебных программах неязыковых вузов дисциплины «страноведение», некоторая сложность интеграции в учебный процесс курса «Лингвострановедение Китая» ставят перед преподавателем задачу о способах формирования страноведческой и лингвострановедческой компетенций обучающихся китайскому языку как второму иностранному.

Интернет-ресурсы, как на родном, так и на китайском языке играют важную роль в решении этой задачи. На начальном этапе обучения языку важным является поиск необходимой информации по заданной теме на русскоязычных сайтах. Однако выбор источника информации должен осуществляться из предоставленного преподавателем списка. Поэтому от преподавателя требуется тщательная предварительная подготовка. Итогом работы студентов становятся материалы в формате презентаций PPT либо видеофильмов. Таким образом, мы с первых же занятий мотивируем обучающихся к поиску информации о культуре, истории и традициях китайского народа, закладывая основы страноведческой и лингвострановедческой компетенций.

Библиография

1. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Русский язык, 1990. – 246 с.

Е.А. Ерохина
ГБОУ гимназия 1534 ЮЗАО г. Москвы

К ВОПРОСУ ВНЕДРЕНИЯ НОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРУ ОБРАЗОВАНИЯ

Если бы была возможность вернуться в прошлое, то ни один бы футурист не смог бы и предположить, что образование сегодня будет неотъемлемо связано с новейшими инновациями в сфере

компьютерных технологий. Компьютерные технологии — это передний край науки XXI века. Остановимся более подробно на следующей компьютерной технологии как компьютерная игра, которая представляет собой виртуальный мир, где учащиеся могут взаимодействовать с вымышленными персонажами, управлять ими, давая команды. Интерактивные технологии, подобные компьютерным играм, к концу двадцатого века стали существенной частью детской и подростковой культуры. Обратная связь и управление – это две важные и несвойственные традиционным игрушкам черты интерактивных игровых технологий, аналогов которым прежде не существовало. Беглый взгляд на современное поколение электронных игр с анимированной графикой, звуковыми эффектами и системами управления подтвердит их очевидные отличия от более традиционных игр для детей [Жорняк, 2003: 325].

В наши дни новое поколение не удивить наличием компьютерных технологий в процессе обучения иностранному языку. Смарт доски, компьютеры, лингафонные кабинеты, все это стало нормой в процессе обучения языку. Это вошло в ткань повседневной жизни.

Как известно, компьютерная игра обладает мощным и разнообразным потенциалом: она не только помогает учащимся расти и осваивать интеллектуальные навыки, но и несомненно вносит огромный вклад в развитие их социальной компетенции, мотивируя их к творческому взаимодействию, к согласованию, к сотрудничеству и очередности.

В связи с этим, происходят явные изменения в процессе образования в различных учебных учреждениях, что положительно сказывается на результат данного внедрения компьютерных

технологий в обучение. Компьютерные игры выступают в роли наглядного помощника при введение, активизации, закрепления и контроля материала по иностранному языку. Можно смело сказать, что учащиеся – это фундамент будущего, а компьютерная игра – это неотъемлемая часть этого фундамента. По средствам игры, учащиеся обучаются с удовольствием, эмоционально раскрепощаясь, так как успех виден почти с первых минут игры, социально развиваясь, так как некоторые игры требуют объединение учащихся в пары или группы. Такие игры бросают вызов мышлению игрока; предоставляют безопасную среду, поощряют исследовательскую активность, создается мотив к тому, чтобы на практике применить школьные знания. Например, в игре «Идем за покупками» учащиеся имеют список товаров, которые им надо купить. Необходимо найти правильный магазин, грамотно изложить необходимый список товаров, найти товары на полках, расплатиться за товары. В ходе игры учащиеся должны выбрать один из четырех предложенных вариантов ответа, если ответ не соответствует, то игрок теряет баллы. Естественно, данные игры соответствуют возрастным и индивидуальным особенностям учащихся.

Таким образом, становится очевидным, что использование компьютерных технологий в практике преподавания иностранного языка позволяет сделать обучение интересным и увлекательным, живым и достаточно легким, способствует неуклонному росту мотивации к изучению иностранного языка.

Библиография

1. Гуслова М.Н. Инновационные педагогические технологии: учебное пособие для студентов учреждений среднего

профессионального образования. – 3-е издание, испр.-М.: Издательский центр «Академия», 2012. – 288с.
2. Образование. Язык. Наука. Культура: Материалы Международной научно- практической конференции. – Новый гуманитарный институт: Электросталь, 2013. – 194с.
3. Жорняк Е.А. Игра со всех сторон. Современные исследования, междисциплинарный подход, практические рекомендации, взгляд в будущеее, 2003. – 394с.

С.Д. Цыренжапова
Бурятский государственный университет

ИНТЕРАКТИВНОЕ ОБУЧЕНИЕ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ИНОЯЗЫЧНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ

Наметившийся в последние годы процесс глобализации образовательной среды требует внедрения нового научно-методического обеспечения профессиональной подготовки специалистов, в том числе их профессионального иноязычного образования. Данные требования отражены в ФГОС 3-го поколения, в основе которого лежит компетентностный подход, главная идея которого состоит в том, что «нужно не столько располагать знаниями как таковыми, сколько обладать определенными личностными характеристиками и уметь в любой момент найти и отобрать нужные знания в созданных человечеством хранилищах информации» [Андреев, 2005: 19]. Иными словами данная парадигма образования предусматривает способность индивида самостоятельно отбирать и

использовать накопленные знания в различных ситуациях. В современных условиях иноязычная коммуникативная компетентность (ИКК) будущих специалистов является одним из приоритетных факторов, влияющих на процесс профессиональной подготовки. Эффективным средством формирования ИКК является интерактивное обучение, в ходе которого осуществляется освоение опыта обучаемыми на основе взаимодействия субъектов образовательной деятельности. Под интерактивными технологиями понимается процесс, основанный на системе правил организации взаимодействия обучающихся, общающихся между собой и с преподавателем, обеспечивающий педагогически эффективное познавательное общение и создание ситуаций успеха в учебной деятельности. В практике обучения ИЯ интерактивные технологии представляют собой особое средство организации познавательной деятельности, развития личности в плане её умственного, эстетического воспитания, развития коммуникативных умений и оценочно-эмоционального отношения к действительности, окружению, себе. Применение интерактивных технологий обучения на занятиях ИЯ с целью развития иноязычной коммуникативной компетентности должно включать профессиональную направленность языкового материала: специальную лексику, аутотентичные тексты; игры, ситуации, дискуссии, приближенные к реальной действительности. Для активизации освоения материала эффективно использование таких форм и методов интерактивного обучения, как инсценирование произведений, брейнрайтинг, свободный иноязычный диалог-полилог, ролевые игры, тематические дискуссии, ситуативные и сквозные имитационные игры профессиональной направленности. [Цыренжапова, 2011].

Интерактивные способы взаимодействия субъектов образовательной деятельности создают предпосылки для повышения мотивации познавательной активности и самостоятельности студентов, которые, в свою очередь, отражаются на когнитивных показателях, поведенческих проявлениях, характеризующих уровень сформированности иноязычной коммуникативной компетентности.

Библиография

1. Андреев А.Л. Компетентностная парадигма в образовании: опыт философско-методологического анализа/ А.Л. Андреев // Педагогика. – 2005. - № 4. – С. 19-26.
2. Цыренжапова С.Д. Интерактивное обучение как средство формирования иноязычной коммуникативной компетентности будущих юристов: Дисс. … канд. пед. наук: 13.00.01/ С.Д. Цыренжапова Улан-Удэ: 2011.-197с.

СТРАТЕГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПЕРЕВОДУ В НЕЛИНГВИСТИЧЕСКОМ ВУЗЕ

Н.В. Ваванова
Российский университет дружбы народов

КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ПЕРЕВОДА

В настоящее время в условиях глобализации всех сторон жизни общества в центре перевода все чаще становятся проблемы перевода не слов или даже текста, а культурного своеобразия народа. В 21 веке, происходит то, о чем писала Мэри Снелл-Хорнби – именно культура становится объектом перевода. Рост межкультурных контактов приводит к изменению словарного состава языков, все больше подпадающего под влияние английского, который в настоящее время утвердился как язык – посредник, язык международного общения.

Специалисты, в частности, отмечают рост числа английских заимствований в разных языках мира. В некоторых культурах это процесс получил весьма условное наименование «форенизации» (foreignising). В русском языке это особенно заметно в языке экономики, что объясняется формированием новой экономической системы в стране.

Процесс восприятия народом инокультурных концептов происходил всегда, и на настоящем этапе можно говорить лишь о его интенсификации.

Так, например, для русского человека хорошо известно выражение «Коней на переправе не меняют». Мало кто сейчас

помнит, что эта англо-американская пословица “Never swap horses crossing a stream” стала широко известной после того, как использовалась в качестве предвыборного слогана 16 президентом США Авраамом Линкольном “Don’t change horses in midstream” при его выдвижении на второй президентский срок. О том, насколько это выражение было воспринято российской культурой в целом, а не только политической риторикой, говорит тот факт, что в 1980 г. в России был снят фильм с аналогичным названием.

В последние десятилетия широкое распространение интернета и снижение торговых барьеров привело к расширению деятельности компаний (и не только транснациональных) и активному их выходу на рынки других стран.

В этой связи возникла потребность перевода рекламных слоганов на многие языки мира. Первоначально многие слоганы компаний строились на национальных принципах, и при переводе возникало непонимание. В результате неудачного перевода, слоган становился или совершенно непонятен, или терял свою способность быстро запоминаться. Неоднократно отмечались и откровенные ошибки, приводившие к серьезным репутационным проблемам для данного брэнда в той или иной стране.

Столкнувшись с этой проблемой, переводчикам приходится искать подходы к данному виду перевода. Иногда культурные ассоциации, заложенные в слогане, легко транслируются на русский язык. Например, слоган M&M‘s «Mel tin your mouth, no tin your hands» дословно переводится: «Тает во рту, а не в руках». Однако случаев подобных переводов на формальном уровне не так много.

Так известен слоган брэнда “7-up”, который по-английски звучит “Un-cola”. Первоначально компания этим слоганом хотела

подчеркнуть свое отличие от популярного напитка, который в современном обществе воспринимается как образец нездоровой пищи. В дословном переводе это означало бы «Не-кола», то есть щадящий, без кофеина напиток. Был предложен вариант, в котором отказ от сходства с популярным напитком был трансформирован в превосходство над ним: «Больше, чем просто кола».

Подчеркивание своего отличия от газированного напитка с кофеином было подхвачено и русскими производителями. Так первой маркой российского кваса, призванного брендом, стал квас «Никола». Развитие наименования этого брэнда можно назвать своего рода культурологическим переводом маркетинговой компании Севен-ап.

Перевод слогана компании Coca-Cola “The Coke Side Of Life” (дословно: «Сточки зрения Кока Колы») был выполнен на уровне цели общения, в результате чего российскому потребителю был предложен вариант «Живи на яркой стороне». В данном варианте перевода обыгрывается слово side и проводится аналогия напитка с чем-то светлым и добрым.

При переводе как политических, так и маркетинговых слоганов большой проблемой становится их локализация. Для того чтобы заложенный в них смысл стал понятен в другой культуре, часто требуется пояснение. Такой комментарий приемлем для перевода исторических реалий, но крайне трудно реализуется при переводе торговых слоганов. В каждом отдельном случае эта задача решается отдельно.

Библиография

1. M. Snell-Hornby, The Turns of Translation Studies: New paradigms or shifting viewpoints? Benjamins Translation Library, 2006.

2. Peter Newmark, A Textbook of Translation, 1988.

G. Gasimova
Azerbaijan University of Languages

TRANSLATION OF INSTITUTIONS EXISTING IN AZERBAIJAN AT THE BEGINNING OF THE XX CENTURY

This paper will deal with one of the main points of translation which causes difficulties during the transformation process. Two terms *institutional* and *cultural* terms which are closely related with the cultural factors express the notions which are considered the foundation of any human society; that's why their translation or transformation into any target language must be done so carefully that they cause no damage to the national colour. From this point of view these terms, notions may be seen identical, and I am going not to discuss them without separating from each other. The aim of this paper is to discuss the similarities and differences between these terms, the difficulties of their translation or transformation, their effects to the translation and the translated text with the examples taken from the Azerbaijan history at the beginning of the XX century. In this period, Azerbaijan was under the pressure of Iran and Russia, and then it declared its independence, after two years began the Soviet regime; so in this short period of time the Azerbaijan society experienced a number of institutions and cultural notions belonging to different cultures and tried to create its own national ones which were going to reflect Azerbaijan society. While translating the historical facts, realities representing that time translators mainly confront difficulties. From different points of view these problems will be investigated in this paper and appropriate ways of overcoming them will be shown comprehensively.

Е.О. Олихова
Московский государственный лингвистический университет

СПЕЦИФИКА ПРЕПОДАВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ПЕРЕВОДА НА НЕПЕРЕВОДЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЯХ
(обучение китайскому языку)

Кафедра переводческого факультета МГЛУ осуществляет преподавание китайского языка студентам, обучающимся по специальности «Мировая экономика», «Международные отношения», «Регионоведение», «Культурология». На кафедре разработана методика преподавания профессионально-ориентированного перевода студентам этих специальностей и подготовлены учебные материалы: «Экономика. Китайский язык», «Перспективы китайской экономики. Китайский язык», «Страноведение Китая. Китайский язык», «Культурология» (авторы Демина Н.А. и Захарова Н.В.).

Содержание пособий и предложенные формы заданий и упражнений, а также методика работы с учебным пособием, разработанная авторами, позволяют овладеть специфической лексикой, усвоить особенности ее употребления, развить навыки устной и письменной речи.

Основная цель обучения иностранному языку в МГЛУ – это овладение коммуникативными навыками. И обучение профессионально ориентированному переводу также ставит своей задачей научить студентов переводить тексты в их профессиональной сфере, в основном устно. Для непереводческих специальностей это подразумевает чаще всего не перевод близко к тексту, а пересказ или

изложение содержания текста – как с русского языка на китайский и обратно, так и краткое изложение китайского текста на китайском языке. В процессе преподавания учебных дисциплин «Письменный/устный профессионально ориентированный перевод» студенты обучаются, во-первых, передавать мысль максимально близко к оригиналу; во-вторых, преодолевать переводческие трудности, связанные с расхождениями лексических и грамматических систем, языковых норм, китайского и русского языков (перевод безэквивалентной лексики, реалий, фразеологизмов, топонимики и др.); в-третьих, учитывать культурологические факторы перевода.

Для студентов старших курсов преподавание профессионально ориентированного перевода обязательно включает в себя чтение статей из аутентичных источников. И такое обучение позволяет студентам к 5 курсу овладеть способами и приемами адекватного письменного и устного перевода в профессионально ориентированной сфере. Трудоустройство выпускников МГЛУ со знанием китайского языка свидетельствует о высокой эффективности наших методик преподавания.

В.В. Ветринская
Российский университет дружбы народов

ОСОБЕННОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ДЕЛОВОЙ КУЛЬТУРЫ ГЕРМАНИИ

В условиях глобализации предприятия Германии и России активно сотрудничают друг с другом. Для организации эффективного делового взаимодействия представителей германского и российского бизнеса необходимы анализ и сопоставления деловых культур этих стран. Специалисты должны не только общаться на одном языке (немецком, английском или русском), но и иметь представление об обусловленных национальными особенностями ценностях и нормах деловой коммуникации.

Как отмечает Дэвид Льюис, при общении с иностранной аудиторией следует учитывать четыре основных различия: «взаимоотношения со временем, индивидуализм и коллективизм, роль порядка и послушания, нормы общения» [Льюис, 2006: 286]. В своей книге «Эффективное деловое общение» Т.С. Самохина выделяет следующие особенности, которые отличают одну национальную культуру от другой: «какими люди видят самих себя и других людей, отношение людей к окружающему миру, индивидуализм или коллективизм, временное измерение, социальное и личное пространство» [Самохина, 2005: 12-15].

В выступлении мы рассматриваем, как выделенные выше факторы находят свое отражение в корпоративной культуре немецких компаний. В качестве примера мы выбрали концерн E.onSE, являющийся крупнейшей энергетической компанией Германии. На сайте концерна можно познакомиться с основными принципами деятельности и ценностями компании.

Какой компания видит себя

Германия относится к моноактивным культурам, для представителей которых характерно систематически планировать свое будущее, строго придерживаться фактов и плана, черпать информацию из данных статистики, разбивать свою деятельность на этапы, подчиняться графикам и расписаниям.

Целью концерна E.onSE является поставка «чистой и лучшей» энергии, что демонстрирует убежденность концерна, что экономика, охрана природы и безопасность поставок должны быть неразделимы при выработке стратегии компании. Концерн ставит перед собой реальные цели, делая ставку на постоянный процесс совершенствования. Концерн выделил «стратегические поля», т.е. направления своей деятельности и подробно распланировал их работу. Коррекция целей и путей их достижения проводится на основе финансовых отчетов различных подразделений.

Особое место в деятельности компании занимают мероприятия по сохранению окружающей среде. Концерн демонстрирует ответственное отношение к ресурсам, поиск альтернативных источников энергии.

Отношение к окружающему миру

В компании дан подробный анализ условий деятельности компании, как ее окружения, так и внутренних структур. Выделены конкурентные преимущества, объективные трудности и риски.

Все это еще раз доказывает умение деловых людей в Германии анализировать ситуацию, делать выводы и на основе анализа вырабатывать план действий.

Изучение национальных особенностей важно для взаимопонимания и эффективного сотрудничества людей. Лингвистика вносит весомый вклад в этот процесс, т.к. согласно гипотезе Бенджамина Уорфа «язык, на котором мы говорим, не только выражает наши мысли, но и в значительной степени определяет их ход» [Льюис, 2001: 37]. Немецкий язык имеет строго дисциплинированную и логичную структуру, изобилует длинными составными словами, часто выражающими сложные понятия.

Таким образом, изучение особенностей национального языка помогает пониманию национальной культуры.

Библиография

1. Дэвид Л. Язык эффективного общения. – М.: Изд-во Эксмо, 2006. – 320 с.
2. Дэвид Л. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию. Пер с англ. – 2-е изд. – М.: Дело, 2001. – 448 с.
3. Самохина Т.С. Эффективное деловое общение в контекстах разных культур и обстоятельств. Учебное пособие по профессиональной межкультурной коммуникации. – М.: Изд-во «Р. Валент», 2005. – 216 с.

В.И. Казаренков
Российский университет дружбы народов

МЕЖКУЛЬТУРНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СТУДЕНТОВ: ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ

Исследование выполнено при поддержке РГНФ. Проект № 13-06-00673 «Формирование у студентов опыта межкультурного взаимодействия в системе аудиторных и внеаудиторных занятий»

Подготовка специалиста в современной высшей школе ориентирует науку и практику на поиск резервов, обеспечивающих эффективное развитие у студентов опыта межкультурного взаимодействия. Успешное решение данной проблемы возможно, если профессорско-преподавательский состав будет учитывать основные факторы, влияющие на развитие у студентов опыта межкультурного взаимодействия. На основе анализа научной литературы и состояния практики подготовки специалиста в высшей школе, нами были выделены факторы педагогического характера.

Социокультурная направленность совместной деятельности преподавателей и студентов. Преподаватели университета, осуществляя сотрудничество со студентом, передают ему не только научные знания, развивают не только практические умения по учебным курсам, но формируют мировоззрение, которое позволяет студенту осуществлять оценку окружающего мира и себя в этом мире. Мир человеческих отношений многообразен; он состоит из взаимодействий людей, разных по возрасту, полу и образованию, по национальности и вероисповеданию. Правильно реализовать взаимодействие с людьми иной культуры является важнейшим

качеством студента как личности и профессионала. Сотрудничество педагога и студентов позволяет молодежи правильно оценить социокультурную ситуацию, приобрести опыт межкультурного взаимодействия. В системе аудиторных и внеаудиторных занятий, оказывается возможным использовать вариативные формы и методы совместной деятельности преподавателей и студентов. Чувствуя рядом заинтересованного в успехе педагога, студент стремится расширить и углубить полученные знания и опыт межкультурной коммуникации.

Профессионализм и личностные качества преподавателя. Профессиональная компетентность педагога сказывается на развитии у студентов опыта межкультурного взаимодействия. Профессионализм педагога в решении данной проблемы раскрывается в действиях его как целостной личности, обладающей способностью оценивать универсальное и специфическое в объекте, который требуется изучить студентам. Студент реально оценивает педагога и возможности плодотворного сотрудничества с ним, если видит в нем человека и профессионала в единстве. Он оценивает личностное отношения педагога к иной культуре, межкультурному взаимодействию, к представителям других культур. Как профессионалу, преподавателю приходится решать вопросы подготовки студентов к межкультурному взаимодействию, передавать необходимые знания и собственный опыт реализации данного процесса. На любом этапе решения столь значимой проблемы, будь то языковая подготовка студентов, совместный с ними историко-культурный экскурс по странам, профессионализм и личные качества преподавателя позитивно влияют на развитие у студентов опыта межкультурного взаимодействия.

Интеграция аудиторной и внеаудиторной работы. В процессе подготовки и проведения различного рода аудиторной и внеаудиторной деятельности обеспечивается возможность качественного освоения учебного материала. Полученные на аудиторных занятиях знания по иностранному языку, психологии, профессиональному блоку дисциплин остаются, нередко, практически неосвоенными, из-за отсутствия педагогически обоснованной внеаудиторной работы, связанной с содержанием читаемых учебных курсов. Нередко наблюдается слабая практическая подготовленность студентов к межличностному или деловому общению, в том числе и межкультурной коммуникации из-за слабого развития межпредметных связей, которые функционируют только на теоретическом и методическом уровне, но не реализуются в практической коммуникативной деятельности будущего специалиста. Интеграция аудиторных и внеаудиторных занятий позволяет позитивно решить указанную проблему, обеспечив эффективное развитие у студента опыта межкультурного взаимодействия.

Высшая школа является основным социальным институтом, обеспечивающим подготовку специалиста, которая предполагает развитие у студента не только профессиональных знаний и умений, но и опыта межкультурного взаимодействия.

Д.В. Красина
Российский университет дружбы народов

АКТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Межкультурная коммуникация подразумевает общение представителей разных культур. Термин был введён американским антропологом Эдвардом Холлом в 50-х годах 20 века. В своей работе Эдвард Холл разделил все культуры на высококонтекстуальные и низкоконтекстуальные [Hall, 1976: 41].

Коммуникация может быть вербальной и невербальной; межличностной, межгрупповой и межкультурной; информативной, коммуникативной, убеждающей и т.д.

Различаются также и подходы к исследованию межкультурной коммуникации, среди них основными являются лингвистический и культурно-антропологический. Лингвистический подход определяется сущностью речевой деятельности, основы культурно-антропологического находятся в ведении нескольких наук.

Учёные различают три уровня коммуникации – собственно коммуникативный, интерактивный и перцептивный.

Коммуникативный уровень определяет взаимопонимание между людьми, т.е. это общение в чистом виде, посредством языка. На интерактивном уровне принимаются во внимание личностные особенности, в результате устанавливаются определённые взаимоотношения. Перцептивный уровень находится на верхней ступени этой иерархии и заключается в восприятии субъектами общения друг друга, способности понимать и учитывать

психологические особенности и тонкости, сопутствующие процессу коммуникации.

Существует множество теорий межкультурной коммуникации – теория адаптации, теория ценностных ориентаций, конструктивистская теория и другие.

В настоящее время в период глобализации аспектам исследования и развития межкультурной коммуникации учёными во всех странах уделяется много внимания. Единого мнения, единой теории, нет до сих пор. Это даёт простор для дальнейшего изучения темы для новых изысканий и открытий.

Библиография

1. Грушевицкая Т.Г. Основы межкультурной коммуникации / Т.Г. Грушевицкая, В.Д. Попков, А.П. Садохин. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 298 с.
2. Куликова Л.В. Межкультурная коммуникация: теоретические и прикладные аспекты. На материале русской и немецкой лингвокультур: Монография. – Красноярск: РИО КГПУ, 2004 – 288 с.
3. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – Москва: Слово, 2000. – 260 с.
4. Hall, E.T. Beyond Culture. New York: Doubleday, 1976. – 320 p.

Т.С. Самохина
Московский педагогический государственный университет

ОДИН ЯЗЫК – ДВЕ КУЛЬТУРЫ. ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ В АНГЛИИ И США

За последние десятилетия утверждение: «язык является отражением культуры», стало аксиомой, которая употребляется практически в любом исследовании. Однако в исследованиях на материале английского языка закономерно возникает вопрос: «Какую именно культуру? Английскую или американскую?» Было бы явным упрощением допустить мысль о том, что культуры этих двух стран, имеющих свою историю, географическое положение, особенности экономического и политического развития, полностью идентичны. Несмотря на генетическую общность и совпадение геополитических интересов во многих аспектах, культуры Англии и США значительно различаются своими ценностными ориентирами, правилами и нормами поведения, принятыми в этих странах. Таким образом, излишне прямолинейный подход к вопросу взаимосвязи языка и культуры, может привести к искажениям и упрощениям, поскольку народы этих двух стран явно говорят на одном и том же языке, сохраняя при этом свою культурную идентичность.

Разумеется, одним из наиболее благодатных аспектов языка, позволяющих выделить значимые различия в американском и английском вариантах английского языка является лексика. Наличие топонимов, номенклатурных обозначений, а также специфически английских или американских идиом, достаточно убедительно иллюстрируют взаимосвязи культуры и языковых единиц.

Неудивительно, что именно этим аспектам языка уделяется столь существенное внимание исследователями. Однако, с нашей точки зрения, мы не уделяем должного внимания важнейшему аспекту межкультурной коммуникации – сопоставительному анализу делового дискурса американцев и англичан, который как раз и может предоставить интереснейший материал о взаимосвязи культуры и коммуникативного поведения носителей одного и того же языка, являющихся представителями различных стран. Реализуя одинаковые коммуникативные интенции в процессе делового общения, американцы и англичане безусловно пользуются одним и тем же языком, однако используют различные коммуникативные стратегии и языковые средства для реализации своей цели.

Так, американская культура является эксплицитно эмоциональной, дискурсу американцев присущ положительный настрой как относительно происходящих событий, так и самого себя. Эти особенности находят отражение в коммуникативных стратегиях *tall talk, overstatemen*t. Излюбленные американские выражения: *“I am so excited”, “so special”*, использование эмоционально окрашенной лексики, нехарактерны для представителей нейтральной культуры – англичан, в которой принят скорее иронический стоицизм и используются противоположные коммуникативные стратегии - *understatement и self-deprecation*. Таким образом, англичане скорее говорят “*typical*!”, используют такие языковые единицы как *“a bit, rather, not too bad”* для того чтобы снизить эмоциональный накал высказывания и проявить знаменитое английское чувство юмора.

К другим важнейшим межкультурным отличиям можно отнести различное понимание англичанами и американцами общественного и личного пространства, отношение ко времени и пространству,

статусу. Все эти особенности находят отражение в использовании различных коммуникативных стратегий и предпочтении различных языковых средств в деловом общении.

М.С. Богославцева,

Н.С. Сибирко

Пятигорский государственный лингвистический университет

СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ НА ЗАНЯТИЯХ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Многие специалисты утверждают, что культуры разных стран приобретают всё более сходные черты. Это явление вызвано совершенствованием информационных технологий, транспортных систем и появлением новых средств коммуникации. Транснациональные корпорации, имеющие представительства по всему миру, также способствуют этому процессу посредством глобальной рекламы своей продукции, а также внедрением новых методов управления, технологий и культурных ценностей в стране, в которой они осуществляют свою деятельность.

Развитие социокультурной компетенции помогает приобрести кросс-культурную грамотность, которая способствует адаптации к чужой культуре. Культурная адаптация предполагает не просто понимание культуры другой страны, но и изменение и адаптацию своего поведения для того, чтобы сделать его совместимым с этой культурой.

Существует множество способов приобретения знаний о культурах других стран с целью повышения кросс-культурной грамотности.

В условиях учебных занятий лучшим способом приобретения кросс-культурной грамотности становятся элементы социокультурного обучения на занятиях профессионально-ориентированного иностранного языка.

Какие же социокультурные аспекты следует учитывать при работе на международном уровне, и каким аспектам необходимо обучать студентов на занятиях профессионально-ориентированного иностранного языка?

Во-первых, такой аспект как язык. Язык является важным фактором для развития навыков презентации. В прошлом Вы использовали презентацию своей страны, выступая перед многонациональной аудиторией. Сегодня Вам необходимо знать какие слова используете на слайдах, какими цветами пользуетесь, как отвечать на вопросы своей аудитории, так как в разных культурах разная реакция.

Второй культурный аспект, влияющий на взаимоотношения иностранных деловых партнёров, это деловой этикет, который включает в себя правила ведения переговоров, проведения встреч, преподнесения подарков и гостеприимство.

Освоение правил делового этикета на занятиях профессионально-ориентированного иностранного языка может осуществляться с помощью интерактивных методов в форме ролевых или деловых игр, где оцениваются не только знание языка, но и знания культуры и правил поведения, свойственных той или иной стране.

В действительности подготовка студентов – будущих бизнесменов – к международному бизнесу зависит от той деятельности, которую они будут выполнять от имени своей компании. Вам необходим определенный набор обучающих инструментов и в первую очередь это общее культурное представление и понимание того, как на самом деле Вы будете общаться с людьми других культур. Слова, которые Вы подбираете, имеют другое воздействие на реципиента, завися от его культуры.

И.В. Смирнова
Российский университет дружбы народов

ОСОБЕННОСТИ НЕВЕРБАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Деловое общение предполагает умение устанавливать и развивать деловые контакты, которые особенно важны в межкультурном сотрудничестве, в которое вовлечены специалисты различных областей профессиональной деятельности. Успешное межкультурное взаимодействие членов деловых социумов означает адекватное коммуникативное поведение в процессе взаимопонимания и установления взаимоотношений профессионального сотрудничества.

Здесь следует учитывать, что помимо высокого уровня владения иностранным языком, необходимо адекватно интерпретировать и принимать социокультурное многообразие партнеров по коммуникации при решении практических задач.

Поэтому при подготовке будущих специалистов особое внимание следует уделять формированию языковой личности,

владеющей основами делового межкультурного общения как вербального, так и невербального.

Считается, что мнение о человеке складывается в первые секунды общения. За столь короткий промежуток времени рождается симпатия или недоверие. Языку жестов почти нигде не учат, хотя с невербальным общением стоило бы знакомить специалистов, для которых умение составлять о других правильное впечатление – профессиональная необходимость. Именно от умения понимать без слов часто зависит успех деловых и личных отношений между людьми.

Существует множество жестов, которые невозможно понять без специального изучения. Общаясь с иностранными партнерами и увидев знакомый жест, он расшифровывается согласно своей национально-культурной традиции, однако жест может иметь совсем иной смысл. Увидев на лице партнера улыбку, вы думаете, что он доброжелательно к вам настроен, но если вы внимательно приглядитесь, то поймете, что улыбка фальшивая. Например, русская улыбка обладает большим национальным своеобразием, можно сказать, что она выполняет совершенно противоположные функции, чем улыбка в европейских странах.

Говоря о коммуникативном поведении испанца, улыбка – прежде всего сигнал вежливости, поэтому она обязательна при приветствии и в ходе вежливого разговора. В русском коммуникативном поведении улыбка "из вежливости" просто не принята. К такой улыбке русский человек обычно относится настороженно.

В русском общении не принято улыбнуться человеку, если случайно встретился с ним взглядом. Испанцы, например, в таких

случаях улыбаются, а у русских принято, наоборот, отвести взгляд. Пристальный взгляд и улыбка расцениваются как невоспитанность, беспардонность,агрессия.

Естественно, что каждый человек воспринимает поведение партнера с точки зрения тех взглядов и ценностей, воспитанных культурой, к которой он принадлежит.

Для эффективного делового общения необходимо изучать и анализировать как особенности своей культуры, так и культуры той страны, с представителями которой мы общаемся.

Библиография

1. Лоней Д. Эти странные испанцы. — М.: Эгмонт Россия Лтд., 1999.
2. Самохина Т.С. Эффективное деловое общение в контекстах разных культур и обстоятельств. Учебное пособие по профессиональной межкультурной коммуникации. — М.: Издательство «Р. Валент», 2005. — 216 с.
3. Современный язык жестов. – Минск.: С56 Харвест, 2010. – 639 с.
4. Халеева И.И. Основы теории обучения пониманию иноязычной речи. — М.: Высшая школа, 1989. — 238 с.

Суханова Н.А.

Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ

КОГНИТИВНАЯ ЛИНГВИСТИКА В СФЕРЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Когнитивная лингвистика, как новая область теоретической и прикладной лингвистики, так или иначе связана с изучением когниции в ее лингвистических аспектах. Когнитивная лингвистика

рассматривает когнитивные структуры и процессы, свойственные человеку, т.е. системное описание и объяснение механизмов человеческого владения языком в самом широком аспекте. Когнитивная лингвистика, как лингвистическое направление, ставит в центр внимания язык, как систему знаков, является объектом внешним и внутренним. Но уже на данном этапе развития науки в когнитивной лингвистике наблюдаются многочисленные течения. Так нам известны различные типы когнитивных грамматик, когнитивных исследований дискурса, когнитивных лексикологий и т.д. Непреложно соотнесение языковых структур с когнитивными, взаимодействие собственно языковых знаний в каждом индивидууме и проблемами, рассматриваемыми когнитивной психологией.

Когниция как процесс познания, отражение сознанием человека окружающей действительности, подразумевает изучение систем представления знаний и переработки информации. Определение языка как явления когнитивного, подразумевает, что язык передает информацию о мире, он многосторонне связан с обработкой этой информации, обеспечивает протекание коммуникативных процессов, в ходе которых взаимодействуют огромные пласты знаний. Когнитивная лингвистика, в результате, взаимодействует и с когнитивной антропологией. Основным принципом работающим в этой области лингвистики можно считать то, что язык как объект творения, изучения и использования, может быть объяснен, как феномен, относящийся ко всему процессу человеческого познания, т.е. к процессу, применимому не только к языку, но и ко всем областям человеческой интеллектуальной деятельности.

Еще Гумбольт отмечал, что человек весь не укладывается в границы своего языка; он больше то, что можно выразить в словах; но

ему приходится заключать в слова свой неуловимый дух, чтобы скрепить его чем-то, и использовать слова как опору для достижения того, что выходит за их рамки. Согласно Гумбольдту, язык – это не просто отпечаток идей народа, язык – это объединенная духовная энергия народа, чудесным образом запечатленная в определенных звуках, в этом облике и через взаимосвязь своих звуков понятная всем говорящим. Согласно Флоренскому, как наука, так и философия, будучи модусами языка, несмотря на свою противоположность друг другу, все же в существе своем одно – язык. Лингвистика давно различала в слове его внешнюю форму от внутренней. Под внешней формой понимается неизменный, общеобразовательный твердый состав, на котором держится все слово. Внутреннюю форму слова, сообразно Флоренскому, можно сравнивать с душою этого тела. Язык можно назвать и деятельностью духа, потому, что дух человеческий мы представляем из его деятельности, язык – есть творческое развитие духа.

В современной когнитивной лингвистике язык видится как вросший в целый клубок познавательных способностей человека элемент. Следовательно, можно говорить не только о взаимодействии языка и когниции, но и соприкосновении и участии их во всем коммуникативном процессе, являющимся фактором деятельности человека во всем масштабе межкультурной среды.

Библиография

1. Гумбольт, фон В. Язык и философия культуры. – М., Прогресс, 1985.
2. Демьянков, В.З., Кубрякова, Е.С. Когнитивная лингвистика. М.: Филол. ф-т МГУ им. Ломоносова, 1996.

3. Флоренский, П.А. У водоразделов мысли. Т.2. Изд-во «Правда», 1990.
4. Croft, W&D.A. Cruse. Cognitive Linguistics. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

Т.В. Толстова

Самарский государственный аэрокосмический университет им. С.П.Королёва

КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА СВЕРХЖАНРОВЫХ И МЕЖЖАНРОВЫХ СВЯЗЕЙ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ДЕЛОВОМ ДИСКУРСЕ

Различные регистры (функционально-коммуникативные разновидности) английского языка делового общения – деловая переписка, телефонное общение, деловая встреча, переговоры и т.п. – как правило, функционируют не изолированно, а в тесном взаимодействии друг с другом. Телефонный разговор часто ведёт к назначению встречи, переговоры могут завершиться заключением контракта и т.п. Наглядным примером такой взаимосвязи может служить ситуация трудоустройства, включающая в себя ряд последовательных этапов, представленных различными деловыми жанрами.

Вначале соискатель отправляет потенциальному работодателю (в ответ на опубликованное им объявление о вакансии) своё резюме (résumé или CV) и письмо-обращение по трудоустройству (Application letter). Каждый из этих жанров имеет чёткую структуру: резюме составляется в соответствии с принятой в данном культурном

сообществе формой, включающей в себя не только основные разделы, но и требования к шрифту и объёму. Письмо-обращение должно быть предельно кратким и чётким и обычно содержит стереотипные фразы и лексико-грамматические структуры. Оба жанра представляют собой письменную разновидность английской речи.

Далее следует более сложный (как с языковой, так и с когнитивной точки зрения) этап – собеседование при трудоустройстве (Job Interview). Данный устный жанр также имеет свою структуру, свои лексические, фразеологические, грамматические конвенции, но, помимо собственно языковых элементов, включает в себя специфические паравербальные (интонация) и невербальные (мимика, кинесика, дресс-код) аспекты. Кроме того, выделяют различные стили ведения интервью.

Все названные жанры и их атрибуты являются культурно обусловленными и вместе составляют особый лингво-культурный сценарий для ситуации трудоустройства, который следует учитывать в процессе обучения языку делового общения.

Библиография

1. Назарова, Т.Б. Английский язык делового общения: Курс лекций и практикум. – М.: АСТ Астрель, 2004. – 272 с.
2. Толстова, Т.В. Жанровый анализ когнитивной структуры коммерческого рекламного письма на английском языке // Наука в информационном пространстве: Материалы VIII Международной научно-практической конференции, 4-5 октября 2012 г. – Днепропетровск, 2012. – С. 89-92.
3. Swales, J.M. Research Genres: Exploration and Applications. – Cambridge University Press, 2004. – 260 p.

М.А. Аксюченко
Нижегородский государственный
университет им. Н.И.Лобачевского,
Арзамасский филиал

СЕМАНТИЧЕСКАЯ ИСТОРИЯ СЛОВА *GLOBAL/ ГЛОБАЛЬНЫЙ*

Глобализация как основная тенденция мирового развития стала реальностью нашего времени. Это явление, которое мы наблюдаем практически в любой сфере жизнедеятельности человека, включая язык. Слова *глобальный, глобализация,* а также многочисленные словосочетания типа *глобальные процессы, глобальная экономика, глобальное потепление, глобальный кризис, глобальная проблема,* прочно вошли в наш лексикон. Подобные лексические единицы отмечаются практически во всех современных языках.

Общепризнанно, что процессы глобализации во многом связаны с господствующей ролью США в современном мире. В основе глобализации лежит англо-американская модель общества, его экономики, политики, культуры и языка. Прямым и неизбежным следствием этого процесса становится беспрецедентное расширение сферы распространения и функционирования английского языка, а точнее его американского варианта.

Влияние американского английского на другие языки в той или иной степени проявляется на всех уровнях языковой иерархии, но

наиболее осязаемо - на лексическом уровне. Вполне закономерно, что такие лексемы, как *global, globalization, globalize,* ставшие языковыми знаками происходящих глобализационных процессов, берут свое начало именно в американском варианте английского языка. Лексикографический анализ слова *global* позволяет проследить его семантическую историю сделать целый ряд наблюдений, интересных с точки зрения лингвистики и смежных с ней наук.

В современных толковых и переводных словарях отмечаются два основных значения лексемы *global: 1. covering or affecting the whole world (мировой, всемирный); 2. considering or including all parts of something (общий, всеобщий, всеобъемлющий).* В некоторых лексикографических источниках приводится еще один лексико-семантический вариант – *shapedasaglobe* (*шаровидный)*.

По данным COHA (Corpus of Historical American English) прилагательное *global* впервые было зарегистрировано в 1904 году в заимствованном из французского языка сочетании *PremierGlobal*.На французское происхождение данной коллокации указывают не только ее синтаксические признаки (постпозитивное употребление прилагательного), но и контекст, в котором она использована.

В 1940-е годы, когда слово *global* начинает употребляться в значении *мировой, всемирный*, частотность его резко возрастает. В этот период оно зарегистрировано в 124 контекстах, большая часть которых освещает события Второй мировой войны. Частотность употребления рассматриваемой лексемы в последующие десятилетия неуклонно возрастает. По данным COCA (Corpus of Contemporary American English) только в 2012 году прилагательное *global* зарегистрировано в 44412 контекстах, главным образом, в научной публицистике. На протяжении семи последних десятилетий

отмечается поступательное расширение значения и сочетаемости прилагательного *global*, отражающее динамику глобализации во всех ее измерениях.

Сочетаемость данной лексемы весьма обширна и разнообразна и включает около 100 комбинаций. Статус устойчивых словосочетаний, фиксируемых современными словарями, приобрели такие лексические единицы, как *globalwarming, globalmarketing, globaleconomics, globalpolitics, globalvillage, globalwar, globalapproach, globalview, globalproblem, globalresponse* и др. Исследователи отмечают преимущественно негативную семантическую просодию как самой рассматриваемой лексемы, так и большинства ее коллокаций [Сергеева, Денисова, 2012: 90]. Анализ многочисленных контекстов показывает, что лексема *global,* как правило, ассоциируется с событиями, процессами и состояниями, воспринимаемыми как негативные.

Таким образом, изучение отдельных языковых единиц на материале лексикографических источников и электронных корпусов позволяет решать самые разнообразные исследовательские задачи: отслеживать этимологию и частотность конкретной языковой единицы, ее жанровую принадлежность, лексическую сочетаемость, семантическую просодию и прочие параметры концептуализации соответствующего феномена.

Библиография

1. Сергеева М.В., Денисова В.В. Изучение семантической просодии слова на базе анализа корпусов // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета, 2012, вып.18, с. 86-91.

2. The Corpus of Contemporary American English // Электронный ресурс Интернет: http://corpus.bya.edu/coca/
3. The Corpus of Historical American English // Электронный ресурс Интернет: http://corpus.bya.edu/coha/

О.Н. Антонова
АНО СОШ «Феникс»

К ВОПРОСУ ОБ ОПРЕДЕЛЕНИИ ПАРЕМИЙ-ТРАНСФОРМОВ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Исходным в паремиологии является утверждение о замкнутости пословичного клише, то есть о том, что пословица, являясь устойчивым структурно-семантическим образованием, способна функционировать в речи вневременных рамок и с сохранением устоявшейся формы. Большое количество ученых взяло в качестве исходного положения при изучении пословиц данное утверждение (Н. Барли, М.М. Пазяк, Г.Л. Пермяков, З.К. Тарланов).

Однако, как показывают наблюдения и анализ иллюстративного материала, паремии являются пластичным слоем фразеологии и им присущи трансформации различного рода.

Трансформации паремий широко используются в жанрах, имеющих установку на выразительность, эмоциональность, убедительность. Им придается статус функционально-стилевого признака языка масс-медиа. Индивидуально-авторская обработка обусловлена прагматическо-функциональными задачами: описать конкретную ситуацию конкретного контекста. Степень модификации

паремии будет зависеть от прагма-стилистических задач, которые возлагаются на нее в определенном контексте.

Преобразование паремий (пословиц, поговорок) – явление известное. Однако, в последние годы процесс «пародирования» настолько интенсифицировался, что подобные модифицированные единицы сформировали целый пласт особого языкового материала. Исследователями различных языков предпринимались попытки обозначения трансформированных паремий, что привело к возникновению следующих терминов (окказионализмы, варианты, трансформы, квазипословицы, антипословицы, видоизмененные пословицы и другие).

Впервые термин «антипословица» был употреблен В. Мидером при исследовании политических речей У. Черчиля. Данный термин обозначает языковые единицы весьма широкого круга, пословицы, являющиеся смысловыми антиподами традиционных паремий***: Spoil the rod and spare the child*** (Ср. Spare the rod and spoil the child).

В русском языке наряду с узким понятием «антипословица» существуют более широкие понятия «антифраза», «антикрылатая фраза», «антикрылатое выражение», «антиафоризм». Понимая, что разграничить антипословицы в «чистом виде» и афоризмы в структурном и семантическом плане адекватные пословицам и демонстрирующие «народную находчивость», крайне сложно, Х. Вальтер и В.М. Мокиенко включили последние в свой словарь русских антипословиц [Вальтер, Мокиенко, 2006: 25].

Исследователи французского языка Э.М. Береговская и Е.Е. Бровкина для обозначения паремических модификаций и новообразований используют термин «квазипословица». Итак, «квазипословица – это новообразования, представляющие собой одну

из форм языковой игры, заключающиеся в авторской перефразировке исходных пословичных изречений» [Береговская, 2001].

Обобщающим понятием для обозначения видоизмененных паремий будет являться термин «паремия-трансформ» («паремийный трансформ»), под которым в настоящем исследовании, понимаются авторские структурно-семантические новообразования, а также модифицированные паремии, претерпевающие изменения на лексическом, грамматическом и синтаксическом уровнях. Иными словами, термин «паремия-трансформ» является объединяющим для таких понятий, как «вариант», отражающее преимущественно модификации паремий на лексическом и грамматическом уровнях и «окказионализм», включающий в себя индивидуально-авторские преобразованные паремии. Обязательным критерием, для паремии-трансформа является связь с узуальным вариантом паремии, что делает трансформ легко узнаваемым.

Создание новых трансформированных паремических единиц непременно связано с феноменом лингвокреативного мышления, обеспечивающего динамичность коллективного и индивидуального языкового сознания, поскольку оно обращено к анализу, использованию потенциала языка, а также созданию нового из языкового материала. Следующие примеры, отражающие множество трансформированных вариантов узуальной пословицы могут свидетельствовать об этом:

Beauty is in the eye of beholder – узуальный вариант

Beauty is in the eye of filmmaker.

Beauty is in the eye of bed holder.

Beauty is in the eye of beer-holder.

Такую широту использования паремий-трансформов, можно объяснить не только популярностью истины, содержащейся в узуальном варианте пословицы, но и особым социальным спросом, заказом, для выражения мудрости или истины, применительной для конкретной языковой ситуации.

А.Р. Аракелова

Пятигорский государственный лингвистический университет

ЖАНРОВАЯ СПЕЦИФИКА ДИСКУРСА МОДЫ

Мода, в силу своей распространенности, социальной и экономической значимости, является не только частью языковой картины личности, но и дискурсообразующим фактором, находящим широкое языковое воплощение, как в профессиональной коммуникации, так и на бытовом уровне.

Дискурс моды как дискурс, обслуживающим социальный институт моды, представляет собой разновидность институционального дискурса, а значит, характеризует коммуникативную ситуацию в рамках данного общественного института [Ширяева, 2007]. Институциональный дискурс может быть выделен на основании двух системообразующих признаков – это цели и участники общения [Карасик, 2000: 6]. Цель дискурса моды – проинформировать широкий круг лиц о «новинках», тенденциях, явлениях мира моды, дать модный совет, оказать влияние на потребительское поведение. Участников общения можно представить в виде следующих коммуникативных диад: «профессионал – профессионал», «профессионал – обыватель», «обыватель – обыватель».

Человек использует язык в форме конкретных единичных сообщений. Несмотря на то, что такие сообщения индивидуальны, каждая сфера, в которой используется язык, вырабатывает свои типы таких высказываний – речевые жанры [Бахтин, 1996]**.** С учётом коммуникативных установок, формирующих прагматику письменного дискурса моды, можно выделить несколько жанров в рамках модного журнала:

1. Статья «совет читателю» (в имплицитной и эксплицитной форме, в формате активного побуждения или инструкции):

This trend is really easy to understand – it's all about luxe, lavishly embroidered fabrics and outfits compiled with a sense of aristocratic propriety. If in doubt, go forth with extra bling, higher heels and a metallic brocade mini. [4]

2. Статья «рекламное сообщение» (эксплицитное и/или имплицитное – установка на приобретение и активное использование продуктов и одежды определенных марок и фирм):

It's official: there's nothing cuter than a mini skirt, some sky high heels and a pair of ankle socks. Head to Topshop to invest in cartoon ones and really go to town [4].

3. Статья «культурно-историческая справка» (приоткрывает дверь в мир культуры и истории, которые стоят за веяниями в моде, и которые легли в основу модных тенденций, образов и стилей);

4. Статья «преображение»/ «метаморфоза» (одежда, описываемая в сообщениях этого жанра, связана с определенными изменениями в образе человека-обладателя такой одежды).

Библиография

1. Ширяева Т.А. Общекультурные и институциональные особенности дискурса/ Т.А. Ширяева // Знание. Понимание. Умение. М., 2007. - №4. – С. 103-108.
2. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров / М.М. Бахтин.- 1996. – Режим доступа: http://philologos.narod.ru/bakhtin/bakh_genre.htm
3. Карасик В.И. О типах дискурса / В.И. Карасик //Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. Тр. Волгоград, 2000. – С. 5-20
4. Glamour Magazine. – Режим доступа: http://www.glamourmagazine.co.uk

М.А. Банщикова

Российский университет дружбы народов

МЕТАФОРИЧЕСКИЙ ПЕРЕНОС КАК СПОСОБ ПОПОЛНЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ЖАРГОНА РЕКЛАМИСТОВ

(на примере англоязычного профессионального жаргона в немецком рекламном медиадискурсе)

Профессиональный жаргон, как и словарный состав языка в целом, подвержен постоянным изменениям. Обогащение лексико-фразеологического состава профессионального жаргона является одним из законов развития языка как общественного явления. Англоязычный профессиональный жаргон рекламистов пополняется, главным образом, за счет переосмысления существующих в

английском языке номинативных единиц и возникновения их вторичных значений.

Профессионализмы отличаются своей экспрессивностью, стилистической сниженностью и ненормативностью. Экспрессивность англоязычных профессионализмов обусловлена тем, что большинство из них было образовано с помощью метафорического переноса. С этими значениями они были заимствованы и функционируют в языке немецких специалистов в области рекламы, образуя новые семантические связи.

В основе метафорического переноса как способа пополнения профессионального жаргона лежит сходство по различным признакам, таким, как цвет, звук, форма, физическое действие, ощущение, размер, назначение, время, вкус, запах, свойство и др.

Значение профессионализмов, образованных с помощью метафорического переноса, неотделимо от контекста, в котором члены сочетания выступают только в одном предметно-логическом значении, уточняя слово, которое несет метафорическое значение. Основная часть метафор в англоязычном профессиональном жаргоне – это производные переносные значения слов, основные значения которых являются литературными. В немецкий язык заимствуется слово со значением, полученным при метафорическом переносе.

Выделим четыре пути переноса метафорического значения профессионализмов:

- «Одушевленное – неодушевленное»,
- «Неодушевленное – одушевленное»,
- «Неодушевленное – неодушевленное»,
- «Одушевленное – одушевленное».

В рекламном медиадискурсе нам встретились также метафоры, представляющие собой словосочетания. Метафорические словосочетания, будучи заимствованными в немецкий рекламный медиадискурс, могут служить образным вторичным наименованием специального термина, существующего в немецком языке.

Лексико-фразеологический состав немецкого профессионального жаргона постоянно развивается, претерпевая изменения, и пополняется за счет образования новых значений лексико-фразеологических единиц в языке-доноре (английском). Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что наиболее часто в профессиональный жаргон рекламисты Германии заимствуют единицы, образованные за счет переосмысления существующих в английском языке номинативных единиц и возникновения их вторичных значений вследствие метафорического переноса.

Е.Г. Баянкина

Юго-Западный государственный университет

ТЕХНИЧЕСКАЯ ИНСТРУКЦИЯ КАК СРЕДСТВО ХРАНЕНИЯ И ПЕРЕДАЧИ ПРАКТИЧЕСКОГО ЗНАНИЯ

(на материале английского языка)

Корпус текстов, которые можно отнести к инструкциям, отличается большим разнообразием. Общим для всех этих текстов является их коммуникативно-прагматическая цель – дать точные указания относительно порядка выполнения определенных действий с определенными объектами в определенных условиях. Таким образом, к инструкциям можно отнести и кулинарные рецепты, и инструкции

по применению лекарственных средств, и руководства по эксплуатации, и должностные инструкции, и т.п. Это позволяет выделить инструкцию в отдельный жанр и даже говорить о его полевой организации [Рехтин, 2005]. В английском языке жанровое разнообразие инструктивных текстов определено более четко. Здесь выделяют Recipes, Manufacture's Inserts, Guidelines, Guides, Manuals, Briefings, Procedures. Объектом нашего исследования являются Procedures (процедуры), т.е. описания порядка выполнения действий.

Очевидно, что такие тексты являются средством хранения и передачи процедурного знания. Принято считать, что процедурное знание является операциональным, практическим, находится вне сознания и проявляется через определенные действия. Процедурное знание непосредственно связано с формированием умений и навыков. Инструкции (процедуры) являются, во-первых, средством формирования процедурного знания, а во-вторых, средством контроля этого знания и поддержания необходимых знаний и умений на должном уровне.

С одной стороны посредством инструкции адресат получает указания от «знающего», как нужно делать нечто, а с другой он должен постоянно «проговаривать» про себя эти указания для того, чтобы не нарушить правильный порядок действий. Фактически такое «проговаривание» есть постоянное обращение к тексту. В этом смысле, вероятно, можно считать инструкцию (процедуру) овнешненной, зафиксированной внутренней речью «знающего как», которой «незнающий» может и должен пользоваться в процессе формирования нужных навыков и умений. В таком случае напрашивается параллель между содержанием процедурного текста и эгоцентрической речью ребенка в том понимании, которое мы

находим у Л.С. Выготского: «Действительное движение процесса развития детского мышления совершается не от индивидуального к социальному, а от социального к индивидуальному…» [Выготский 1996: 57].

Как известно, внутренняя речь не является просто речью про себя. Она, выполняя регулирующую или планирующую роль, имеет иное, чем внешняя речь, сокращенное строение. Внутренняя речь по своей семантике никогда не обозначает предмет, никогда не носит строго номинативный характер, т. е. не содержит «подлежащего»; она указывает, что именно нужно выполнить, в какую сторону нужно направить действие. Оставаясь свернутой и аморфной по своему строению, она сохраняет свою предикативную функцию, обозначая только план дальнейшего высказывания или ***план дальнейшего действия*** (курсив наш). Текст процедуры строится именно по такому принципу, что особенно заметно в английском языке, где форма повелительного наклонения глагола, типичная для инструкции, совпадает с формой первого лица единственного числа – типичной для внутреннего проговаривания. Сравним:

Procedure	Endophasia
Inspect the exhaust manifold… Repair or replace as needed. Inspect thermo blankets…	**(I)** inspect the exhaust manifold… repair (or replace), inspect thermo blankets

Такие высказывания сродни додискурсивному проговариванию и могут быть охарактеризованы как «апофантические» [Варшавская, 1991: 20].

Библиография

1. Варшавская А.И., Карташкова Ф.И., Кузьмина Т.Е., Сафронова Т.Н. Естественноязыковое обеспечение процедуры классификации (на материале современного английского языка). – Л.: ЛГУ, 1991. – 91 с.
2. Выготский Л.С. Мышление и речь. – М.: «Лабиринт», 1996. – 416 с.
3. Рехтин Л.В. Речевой жанр инструкции: полевая организация: Дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.19. – Горно-Алтайск, 2005.- 192 с.: ил. РГБ ОД, 61 06-10/816.
4. Ольховиков Г.К. Формально-ригористический подход к теории практического знания: философские основания: Дис. ... канд. филос. наук: 09.00.01. – Екатеринбург, 2003. – 156 с.
5. http://psyera.ru

А.Р. Бекеева

Российский университет дружбы народов

ЛЕКСИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В НОВОЙ ЗЕЛАНДИИ

Длительная изоляция от других материков, необходимость номинации новых объектов и явлений, контакты с британскими колонизаторами и коренным населением маори способствовали формированию собственной национальной литературной нормы в английском языке Новой Зеландии.

Лексические характеристики новозеландского национального варианта английского языка имеют национально-культурные особенности. В целом лексический состав новозеландского национального варианта английского языка можно разделить на три

слоя: в основу первого, главного, самого мощного пласта, входят лексические единицы, общие для всех англоязычных стран; второй лексический слой составляют слова, частично или полностью изменившие свои значения. Третий лексический слой составляют слова, свойственные только новозеландскому национальному варианту английского языка.

Национально-культурное своеобразие новозеландского национального варианта на лексическом уровне выражается в использовании словосложения по модели «имя существительное + имя существительное»: *rabbits' ears* 'комнатная телеантенна', *swapmeet* 'процесс обмена товарами', *bobby calf* 'новорожденный теленок', *huntaways* или *eye-dog* 'пастушья собака', *sheep stations* 'овцеводческие фермы', *number eight wire* 'проволоки для ограждений', *woolshed* 'стригальня', *sausage sizzle* 'приготовление шашлыка для сбора средств школами или организациями', *sandshoes* 'теннисные туфли', *service car* 'машина для перевозки товаров', *sheep-dog trials* 'соревнования служебных собак', *tussock land* 'вечнозеленое пастбище', *king's country* 'район наибольшей концентрации населения маори', *dogbox* 'специальная коробка или клетка для перевозки собак в фургоне', *bush devil* 'название дерева вета на Западном побережье', *pack-track* 'тропа для вьючных животных', *grass grub* 'сельскохозяйственный вредитель', *camp-dog* 'собака, живущая в лагере туземцев', *monsoon bucket* 'контейнер с водой для тушения пожаров на вертолете', *health stamp* – доход от продажи марок для поддержки здоровья детей в оздоровительных лагерях, *health camp* 'оздоровительный лагерь для детей', *cattle grid* 'решетка для скота'.

Следующим широко распространенным словообразовательным средством в новозеландском национальном варианте английского

языка является словосложение по модели «имя прилагательное + имя существительное»: *back blocks* ‘отдаленные районы страны’, *back station* ‘отдаленная ферма’, *greenstone* ‘зеленый нефрит’, *freezing works* ‘работы по замораживанию мяса для экспорта’, *hairy goat* ‘скаковая лошадь’, *brown table* ‘группа идеологов правых взглядов’, *clean certificate* ‘документ, подтверждающий отсутствие болезни в отаре овец’.

Непосредственное отношение к пополнению словарного состава в новозеландском национальном варианте английского языка являются модели «глагол + имя существительное: *try-hard* ‘целеустремленный человек’, *push bike* ‘велосипед’, *fly-camp* ‘передвижной лагерь; словообразовательная модель «имя существительное + производное слово»: *runholder* ‘владелец фермы’, *ranchslider* ‘наружная застекленная дверь’, *chainman* ‘рабочий на конвейере’.

В.И. Боровикова
Российский университет дружбы народов

ОСНОВНЫЕ ЛЕКСИКО-СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПИСЬМЕННОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Одной из сфер изучения делового общения является письменная деловая коммуникация. Как известно, деловая коммуникация функционирует в различных сферах деятельности, таких как торговля, производство, политика, международные отношения, право и.т.д. Письменные официально-деловые документы употребляются в виде

нормативных актов, деловой переписки, контрактов, дипломатических актов и др.

Для построения деловых документов необходимо соблюдать определенные правила с учетом специфики официально-деловой коммуникативной деятельности. Текст деловых документов должен быть составлен точно и ясно. Для точности документов часто используют необходимую терминологию. В основном терминология может обозначать:

- наименование документов (контракт, запрос и.т.д.);

- наименование лиц по социальному положению, статусу, профессии и.т.д. (генеральный директор, адвокат, присяжные, менеджер, и.т.п.);

- процессуальные и профессиональные действия (доложить, подготовить отчет и др.).

Тексты деловых документов характеризуются лаконичностью, краткостью изложения, стандартизированностью, минимальным использованием языковых средств. Одно из главных требований документов официально-делового стиля является объективность и правдивость изложения. В документах такого типа невозможно использование эмоционально окрашенной лексики, а также изложение своего собственного, субъективного мнения. Данной сфере делового общения свойственен неличный характер общения [Гальперин, 1958]. В письменной деловой коммуникации характерно употребление канцеляризмов, а также переход причастий в класс существительных или местоимений. Для выражения повелительного наклонения используются модальные глаголы, сослагательные наклонения и глаголы побуждения и приказания.

В письменной деловой коммуникации характерно употребление канцеляризмов, а также переход причастий в класс существительных или местоимений. Для выражения повелительного наклонения используются модальные глаголы, сослагательные наклонения и глаголы побуждения и приказания.

В морфологических и синтаксических характеристиках текстов деловых документов, основными аспектами являются: именной характер текста, использование существительных, прилагательных, отглагольных существительных, предложных сочетаний, а также длинные конструкции с вводными предложениями, причастными и инфинитивными оборотами. Часто используемыми структурами данных документов считаются предложения констатирующего плана, простые распространенные предложения, атрибутивные обороты, использование однородных членов в предложении.

Язык деловых документов специфичен, поэтому необходимо знать и следовать всем правилам построения данных документов. Это является особенно важным для компаний, работающих в сфере международного бизнеса, так как в нем задействованы компании разных культур. Как следствие, таким предприятиям необходимо знать основные требования межкультурной письменной и устной деловой коммуникации для эффективной коммуникации.

Библиография

1. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка. – М.,1958.
2. Малюга Е.Н. функциональная прагматика межкультурной деловой коммуникации. – М., 2008.

Е.С. Иванова
Российский университет дружбы народов

ОСОБЕННОСТИ ОБРАЩЕНИЯ К КОНЦЕПТУ «ПОТРЕБИТЕЛЬ» В ДИСКУРСЕ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ БАННЕРНОЙ РЕКЛАМЫ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

В рамках когнитивно-прагматического подхода реклама рассматривается как целеориентированное речевое произведение, направленное на убеждение аудитории в необходимости приобретения товара, услуги или идеи. Исходя из этого понимания рекламы, можно сделать вывод о высокой значимости для рассматриваемого типа дискурса двух концептов: «рекламируемый продукт» и «потребитель».

Апелляция к концепту «потребитель» в дискурсе баннерной рекламы в сети Интернет является относительно новой тенденцией, но при этом обладает высокой персуазивностью и помогает усилить воздействие рекламы на целевую аудиторию.

Проведенное исследование позволило определить ключевую особенность обращения к концепту «потребитель» в рассматриваемом дискурсе: в условиях затрудненности географической, национальной и другой сегментации аудитории в сети Интернет рекламодателю приходится самостоятельно формировать образ потребителя через апелляцию к концепту предлагаемого ему продукта. При этом рекламодатель, как правило, прибегает к одной из трех стратегий, которые можно обозначить как «стратегия компенсации», «стратегия дополнения» и «стратегия сопоставления».

Применяя стратегию компенсации, рекламодатель реализует следующую модель: «потребитель будет обладать тем или иным

качеством (вернет себе или компенсирует утраченное качество), только обладая рекламируемым продуктом». Данная стратегия используется, в частности, в рекламной кампании Snickers, заявляющей, что потребитель вновь станет собой после того, как съест рекламируемый продукт: “You’re lame (a diva, angry, loopy) when you’re hungry. You’re not you when you're hungry. Snickers” и “Eat a Snickers and be yourself again”.

Вторая из обозначенных выше стратегий реализуется по модели «потребитель уже обладает уникальными качествами, и рекламируемый продукт лишь направлен на то, чтобы их подчеркнуть». Так, в рекламе косметики Avon “Avon. We make it easy. You make it beautiful” компания не утверждает, что продукт наделит покупателя красотой, так как, согласно сообщению, адресат уже обладает этим качеством. Она говорит лишь о том, что простота и легкость в использовании Avon помогут потребителю выгодно подчеркнуть свою натуральную красоту, дополнить ее.

Обращаясь к стратегии сопоставления, рекламодатель формирует образ потребителя по модели «потребитель обладает теми же качествами, что и рекламный продукт». Так, например, в баннерной рекламе Canon рекламодателю удается смоделировать образ своего потребителя (руководитель, который четко работает) через оригинальное обращение к аналогичным характеристикам продукта: “Our laser printers do one thing: print. Print like a boss. Canon ImageClass Laser Printers. Printers that work the way you do: focused”.

Подводя итог, следует отметить, что обращение к концепту «потребитель» в рекламном дискурсе, реализуемое за счет апелляции к концепту «рекламируемый продукт», направлено на формирование у аудитории эффективной модели восприятия рекламируемых товаров, услуг или идей, привлечение внимания реципиента и повышение запоминаемости рекламы.

А.Г. Клокова
Белорусский Государственный Педагогический Университет
им. М. Танка

АВТОРСКИЕ СТРАТЕГИИ ИЗОБРАЖЕНИЯ ЛИЧНОСТИ ГЕРОЯ В РАССКАЗЕ

Современные тенденции развития науки о языке способствуют к кооперации с другими науками, что оказывает «благотворное» влияние на результаты исследования, то есть делает его наиболее интересным в научно-практическом плане. Наше исследование выполнено на стыке трёх гуманитарных дисциплин: лингвистики, психологии и литературоведения. Мы предприняли попытку представить лингвопсихологический портрет героя художественного текста. Опираясь на экспериментально доказанные результаты о психологических типах личности, мы проанализировали речь 20 персонажей англоязычных рассказов.

Одной из задач настоящей работы явилось определение стратегий авторского представления героев в литературных произведениях. Методология анализа заключается в сопоставлении прямой речи персонажа и речи автора, описывающей характер и поведение героя. В рамках исследованного материала удалось

выявить три основные стратегии авторов, основанные на количественных показателях лексических и синтаксических совпадений в авторской и прямой речи:

1) обилие совпадений в словах автора и речи персонажа: от 6 до 12 совпадений (рассказы «The Blind Man» Дэвида Лоуренса, «The Lotus Eater» Сомерсета Моэма, «A Shooting Season» Роуз Тремэйн, «The Supreme Illusion» Арнольда Беннета). Такое языковое взаимопроникновение свидетельствует, с нашей точки зрения, о стремлении автора передать свои взгляды и чувства через своего героя. Другими словами, через речь героя можно в определенной мере реконструировать образ автора.

2) среднее число совпадений: 4-6 (рассказы «My Son the Fanatic» Ханифа Курейши, «The Bottom Line and the Sharp End» Фэй Уэлдон, «The Lotus» Джин Рис, «A Member of the Family» Мьюриэл Спарк, «The Empire Building» Деборы Моггак). Большинство этих произведений отличается противоречием между характеристиками, выявленными в словах автора и в прямой речи персонажа. За этим стратегическим приёмом стоит, очевидно, неоднозначное отношение автора к его герою. Писатель, с нашей точки зрения, сомневается в том, какими именно чертами должен обладать персонаж, что отражается в тактике использования языковых средств. Ведь персонаж, по словам Ролана Барта, «есть не что иное, как продукт комбинаторики; при этом возникающая комбинация отличается как относительной устойчивостью (ибо она образована повторяющимися семами), так и относительной сложностью (ибо эти семы отчасти согласуются, а отчасти противоречат друг другу). Эта сложность как раз и приводит к возникновению «личности» персонажа» [1, с. 82].

3) малочисленность совпадений: менее 4 («The Legacy» Вирджинии Вульф, «Cat in the Rain» Эрнеста Хемингуэя и др.). Здесь наблюдается проявление особой стратегии автора – отстраниться от героя, не навязывать ему какие бы то ни было качества, а позволить ему самому, через свою речь показать себя читателю. Позицию автора в данном случае можно назвать нейтральной, или объективной, а в каких-то произведениях ощущается негативное отношение писателя к его персонажу.

Стоит отметить, что выявленные стратегии авторского представления героев нельзя с уверенностью назвать сознательным выбором писателя, но всё же отобранный материал явно демонстрирует три основные тенденции представления персонажа автором. Таким образом, описанный аспект исследования, с нашей точки зрения, во многом дополняет методологию анализа художественного текста и открывает перспективы дальнейшего изучения образа автора.

Библиография

Барт, Р. S/Z / Ролан Барт. – М.: Эдиториал. УРСС, 2001. – 230 с.

О.В. Корнакова

Российский университет дружбы народов

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ В АНГЛИИ

Исследованием феномена рекламы на протяжении ряда лет занимаются отечественные и зарубежные ученые. В основном при изучении рекламных текстов ученые обращают внимание на экономические и психологические характеристики рекламного

дискурса. Лингвистическим аспектам рекламного текста почти не уделяется внимания.

В рекламе сегодня задействованы все возможные средства массовой информации и массовой коммуникации, социологии и психологии. Являясь мощным инструментом воздействия, реклама присутствует во всех СМИ. С этим связано то функциональное и лингвистическое своеобразие, основываясь на котором реклама динамично развивается по собственным законам и правилам.

Лингвисты проявляют повышенный интерес к рекламному дискурсу, так как, являясь самым точным отражением общественных реалий именно язык рекламы, как инструмент воздействия, быстро реагирует на культурологические изменения в обществе.

«Дискурс – связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и др. факторами; текст, взятый в событийном аспекте... Дискурс – это речь, «погруженная в жизнь»» [Арутюнова, 1990: 136-137].

В свою очередь В.И. Карасик в своей работе «О типах дискурса» отдельно выделил рекламный дискурс, который, по его мнению, обладает всем необходимым набором характеристик институционального дискурса [Карасик, 2000: 5-20].

Далее в рамках исследования были рассмотрены приемы и средства, которые используются на разных лингвистических уровнях для эффективного взаимодействия с реципиентом и создания тесных культурологических связей с читателем на примере печатных рекламных объявлений в британских газетах The Daily Telegraph и Financial Times.

В заключении следует выделить характерные черты рекламного дискурса в британской прессе.

1. ссылки на авторитет продукции, которая была произведена в Англии,
2. В рекламе затрагиваются острые социальные и культурологические вопросы,
3. в английской рекламе чаще всего используется сочетание различных приемов,
4. наиболее часто используемый прием - риторический вопрос.
5. использование приставки RE- , которая имеет значение «сделать заново».

Будучи и инструментом воздействия и зеркалом общества, реклама дает доступ ученым к еще неизученным лингвокультурологическим аспектам конкретной нации.

Библиография

1. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. - М.: «Советская энциклопедия» – 1990. – С. 136-137.

2. Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 2000. – С. 5-20.

Г.А. Паршутина
Московский государственный институт международных отношений
(Университет) МИД России

О ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ МНОГОПЛАНОВОСТИ АНГЛИЙСКИХ ГЛАГОЛОВ КОММУНИКАЦИИ В РАМКАХ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

На основе глаголов коммуникации строится речевая сфера деятельности человека. При использовании в речи эти глаголы активизируют те стороны своего семантического потенциала, которые требуются для выполнения заданным речевым актом определенной цели, а это имеет первостепенное значение в деловом общении, которое по определению должно быть сориентировано на успешное решение поставленных прагматических задач. Характерными свойствами английских глаголов коммуникации являются их универсальность и многофункциональность, что облегчает процесс взаимопонимания партнеров, приводя его к оптимуму. С точки зрения повышения речевого воздействия на адресата потенциал глаголов коммуникации нельзя недооценивать.

В деловом дискурсе объектом коммуникации выступает совместная деятельность, реципиент речевого акта являет собой личность, важную для отправителя сообщения. Основными задачами коммуникации в данной сфере являются продуктивное сотрудничество, сближение целей и позиций, улучшение партнерских отношений либо продвижение именно своей позиции с использованием доступных средств воздействия, что оказывает влияние на речевую ситуацию и накладывает определенные рамки на лингвокогнитивную модель поведения людей. Складывающаяся

модель взаимосвязанных компонентов дискурса являет собой сложную многоуровневую систему, активной частью которой является глагол.

Характеризуя поведение английских глаголов коммуникации в тексте делового общения, можно выделить следующие функции: 1) управление и моделирование вербального взаимодействия на каждом этапе создания высказываний (выделение ситуации для восприятия); 2) формирование и обеспечение связности пропозициональной структуры; 3) распределение ролей коммуникативного акта; 4) создание динамики повествования. Эти функции отражают способность глаголов коммуникации моделировать коммуникативную деятельность, управлять самой коммуникативной деятельностью, организовывать ее определенным образом. Следовательно, глаголы коммуникации актуализируют одно из основополагающих свойств речи – системность дискурса.

Глаголы коммуникации в лексическом значении содержат семы говорения, мышления, чувства, волеизъявления, а также в деловом общении нередко используются глаголы мимики, жеста, движения и звукоподражания. Рассматриваемые глаголы характеризуются многоплановостью, свойством сочетаемости широкого спектра, интенциональностью, четкой ситуативной ориентацией, способностью оформлять микроконтекст.

Роль глаголов коммуникации в управлении речевым актом как основой делового дискурса и организации его структуры заключается в том, чтобы подводить реципиента к определенному восприятию сообщения, направлять его внимание в требуемое русло, выдвигать на передний план смысловые элементы, соответствующие заданной прагматической цели общения, или, наоборот, маскировать

нежелательные элементы. Изучение функциональных свойств данных глаголов имеет несомненную практическую значимость для совершенствования любого типа дискурса, в том числе делового.

А.В. Радюк

Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России

ФУНКЦИОНАЛЬНО-СИНЕРГЕТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ КООПЕРАТИВНОГО РЕЧЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В АНГЛИЙСКОМ ДЕЛОВОМ ДИСКУРСЕ

Функционально-прагматические исследования английского делового дискурса сегодня ведутся в различных направлениях, в том числе с динамико-системных позиций, т.е. дискурс рассматривается как подвижная эволюционирующая система. Системность и динамичность традиционно считались свойствами языка, речи и дискурса. Лингвосинергетика объединила их в новом свете, причисляя языковые явления к объектам, функционирующим по общим законам сложных развивающихся систем любой природы. При этом особый интерес представляет вопрос о роли речевых стратегий и тактик в самоорганизации, эволюции и модификации смысловой системы английского делового дискурса [Пономаренко, 2013; Храмченко, 2013]. Актуален он и потому, что сегодня существует острая потребность в наращивании позитивного общения в межкультурной деловой коммуникации в условиях сложной экономической обстановки в мире [Малюга, 2013].

Говоря о кооперативном речевом взаимодействии, необходимо отметить, что кооперация рассматривается как процесс и результат конструктивной самоорганизации системы смыслов английского делового дискурса во взаимодействии с внешними факторами. В статье предложена функционально-синергетическая модель кооперативного речевого взаимодействия, в которой когнитивные системы партнеров выступают друг для друга компонентами внешней среды. В зависимости от изменения их позиций в ходе речевого воздействия мы выделяем три схемы взаимодействия: взаимное изменение в результате кооперации с выработкой общей позиции, доминирование одной из позиций и недостаточное воздействие одной или каждой из систем и сохранение исходных позиций. При этом в процессе развертывания речи наблюдается интегрирование и взаимная модификация пропозиций: адресат воспринимает дискурс не столько как механическое «сложение» следующих друг за другом смысловых компонентов, сколько как накапливаемое многомерное интегративное когнитивно-функциональное пространство, не равное простой сумме компонентов. Кооперативная речевая стратегия определяется как совокупность теоретически запланированных действий, направленных на достижение цели путем обоюдоприемлемого взаимодействия.

Системный взгляд на кооперативное речевое взаимодействие позволяет выявить некоторые характерные для английского делового дискурса речевые стратегии, используемые для совершенствования современно деловой риторики.

Библиография

1. Малюга Е.Н. Развитие теории межкультурной деловой коммуникации в современном языкознании // Вестник БГУ. – №11. – Улан-Удэ: БГУ, 2013. – С. 35-40.
2. Пономаренко Е.В. О функциональной самоорганизации речевых средств в английском деловом дискурсе // Вестник СамГУ. Гуманитарная серия. – 2013. – № 5 (106). – С. 80-84.
3. Храмченко Д.С. Тактическая хаотизация функционального пространства английского делового дискурса в условиях конкуренции прагма-семантических подсистем коммуникантов // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. – № 3. – Т. 19. – Кострома: КГУ, 2013. – С. 153-155.

D.U. Seytova

Karakalpak State University named after Berdaq

SCIENTIFIC TECHNICAL TERMINOLOGY IN ENGLISH LANGUAGE

The significant part of scientific technical terminology in Modern English language is created from Latin and especially from Greek.

“Terminology constitutes the greatest part of every language vocabulary” [Arnold, 1986: 229].

The words of Latin and Greek origin are broadly widespread in all branches of science, they make a part of a technical terminology, many of them differ by wide common use in the national speech. So, in the field of medicine the popularity of the words of Latin and Greek origin are well known being the names of desease: ‘acidosis’, ‘aniia’, ‘appendicitis’, ‘arteriosclerosis’, ‘bronchitis’ and so on. The names of new branches of medicine, mainly of Old Greek origin, and other medical terms are

widespread also: ‘pediatry’, ‘onchology’, ‘psychiatry’, name of medicines: ‘aspirin’, ‘iodine’, ‘insulin’, ‘morphin’, ‘strychnine’, ‘antibiotics’, ‘penicillin’, ‘streptomycin’ etc. All these words appeared in the XIX and XX centuries.

In the field of physics such words of classical origin are used, as ‘magnetron’, ‘thyratroi’, ‘dynatron’, ‘kenotron’, ‘phanontron’, ‘atom’, ‘calorie’, ‘ceclofasetron’, ‘innidatron’, the quantum theory’, ‘energy’, relatively (some of these terms of Greek origin , so-called Schenectady).

Greek has appeared absolutely recently as a result of scientific researches in the field of physics. In the field of chemistry prevail the terms, formed from the classical roots ‘acid’, ‘alkali’, ‘cyanide’, ‘creanide’, ‘formaldehyde’, ‘nitroglycerine’, ‘valency’, etc. In the field of engineering the terms of classical origin are widely used: ‘absorber’, ‘radiator’, ‘transmission’, ‘engine’, ‘airplane’, ‘airdrome’, ‘monoplane’, biplane’, ‘hydroplane’, ‘condenser’, ‘frequency’, ‘transformer’, ‘inductance’, ‘superheterodyn’, ‘kylocycle’, ‘selectivity’, ‘aerial’,’ antenna’, ‘modulator’ and etc.

‘Radius’ in Latin language meant ‘the spoke’, that is “something outgoing from the centre”. ‘Radio’ has not become popular in England instead of it is often used the original word ‘wireless’. However, according to my observations, the word ‘radio’ for last twenty years has got exclusive common use, by pushing aside ‘wireless’ on a background.

The formation of new derivative words from the borrowed words, including Latin origin, using German affixes was one of ways of updating the vocabulary of the Old English language.

Thus a number of hybrid nouns were created with the help of suffixes *–had* (modernhood), - *dom* for instance: presthad (modern priesthood), clerehad, Sacerhad, Christendom ‘Christianity’. So it is

possible to result examples of denominative verbs formed with the help of the affixation: ‘to christen’, ‘biscopian’, ‘ to confirm’ and adjectives such as ‘biscoplic’ ‘Episcopal’ etc.

The assimilation of a plenty of Latin borrowings is revealed in formation the adjectives and adverbs from nouns of Latin origin by addition native suffixes. For example: adjective regollic (regular) and adverb regollice are formed from a word regol.

The degree of assimilation of foreign word depends not only on that whether it is kept in the borrowing language, but the given word is characterized mainly by the degree of assimilation to the native lexicon so that it could be included into the structure of composites and to form other words through affixation and conversion.

The word ‘church’ concerning the number of early borrowings is included into the structure of more than 40 composites and derivatives still in Old English period.

In the Middle English period as against the French borrowings the Latin words were less widespread and acted basically through written speech. The most part from them was borrowed from the Latin classical literature especially from works of Cicerone and Vergiliy who enjoyed great popularity in Medieval Europe.

The penetration of words into the English language was favoured by the circumstance that in Medieval England the Latin language was extremely widely used in the official documents and in the literature. In this language there were written not only theological works, but also chronicles and bibliographies (Opus Majus of Roger Bacon, Historia Anglorum of Henry Handingtion and etc.)

The appeals and decrees were issued in Latin language. The appeals of the English king to the people in 1258 was written in the English, French

and Latin languages. The private correspondence also quite often was conducted in the Latin language, especially up to 1300.

A significant role in the spread of the Latin language among the population was played by the lowest clergy, as all religious rituals were made in the Latin language,

Among the borrowed words from the Latin language there are a lot of terms concerning jurisprudence, medicine, theology, science and literature. The English language was enriched with many words, which originally related to philosophical lexicon, and then had got a more wide circulation when the epoch of Renaissance characterized by fast development of science and engineering came to change the Middle Ages.

Many of these words got special terminological meanings, which are more usual than their general meanings.

Originally especially terminological words and expressions such as: ‘ozone’, ‘natural selection’, ‘stratosphere’ got a wide circulation due to their often use in the popular – scientific and periodic literature and owing to popularity of concepts expressed by them.

Bibliography

L.V. Arnold. The English Word.M., «Vysshaja shkola», 1986.

А.В. Сидоренко

Пятигорский государственный лингвистический университет

СПОСОБЫ ВЕРБАЛИЗАЦИИ АГРЕССИИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ДЕЛОВОМ ДИСКУРСЕ

В основе концепции институционального дискурса лежит положение о том, что дискурс – это властный ресурс, представляющий собой определенную систему способов восприятия

реальности, которые закрепляются и легитимируются социальными институтами [Русакова, Русаков, 2008].

Институциональный деловой дискурс является сложным многоаспектным образованием, под которым понимается целенаправленная статусно-ролевая речевая деятельность людей, общей характерной чертой которых являются деловые отношения, основывающиеся на нормах и правилах общения, принятых в деловом сообществе [Ширяева, 2008]. Несоблюдение общепринятых в деловом сообществе правил и норм ведет к агрессии в рамках любого социального института.

Термин «агрессия» восходит к греческому *aggressio* – нападение, и обозначает мотивированное деструктивное поведение, которое может проявляться вербально и невербально. Как правило, вербальная агрессия определяется как «превышение пределов огрубления и вульгаризации литературного языка» [Чернышева, 2000: 207].

Анализ фактического материала показывает, что вербальная агрессия в деловом дискурсе проявляется следующим образом:

- в виде прямых и косвенных угроз: "*I will do my best to fire you"*;

- в виде оскорблений, проявления личной антипатии к человеку:*"You are very rude, uneducated and incompetent. I don't know how you got this position"*;

- в виде резких выступлений или выпадов против собеседника, постоянных или мелочных придирок, враждебных фантазий: *"Please, can you stop coming and asking silly questions every five minutes?"*;

- в виде подначивания, передразнивания, подтрунивания над собеседником: ***A****.: "You need to do it in time!"* ***B****.: "You need to do it in*

time! You are so boring, Peter! You need to find something else, not only your paper. You are like a bookworm!"

Суммируя все вышесказанное можно отметить, что институциональный деловой дискурс, являясь источником формирования мировоззрения, норм поведения и процесса коммуникации в рамках социального института характеризуется использованием речевой агрессии во всех сферах делового общения.

Библиография

1. Русакова О.Ф., Русаков В.М. PR-дискурс: Теоретико-методологический анализ / О.Ф. Русакова, В.М. Русаков – Екатеринбург: Институт философии и права УРО, РАН-Институт МО, 2008 – 282 с.
2. Чернышева Т.В. Стилистический анализ как основа лингвистической экспертизы конфликтного текста. // Юрислингвистика-2. Русский язык в его естественном и юридическом бытии – Барнаул, 2000 – С. 206-213.
3. Ширяева Т.А. Когнитивное моделирование институционального делового дискурса // дисс. на соискание степени докт. филол. наук – Краснодар, 2008.

С.А. Трифонова

Московский государственный областной университет

ЭКСТРАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЭВФЕМИСТИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Культура и язык находятся в постоянном взаимодействии и представляют собой форму общения между людьми. Язык

развивается в культуре, выражает ее и диктует определенное видение мира. В языке отражается реальный мир, окружающий человека, его менталитет, национальный характер, система ценностей, мораль, традиции и обычаи [Тер-Минасова, 2000: 14]. Языковые нормы складываются в процессе развития общества, поэтому для понимания того или иного слова или выражения необходимо знание соответствующих реалий.

На развитие лексики национального языка существенное влияние оказывают экстралингвистические факторы, то есть события, которые происходят в жизни языковой общности. Новые реалии вносят в язык свои наименования. Следовательно, понимание реалий основано на знании реального факта действительности, стоящего за словами.

Среди экстралингвистических причин изменения значения слова можно выделить эвфемистические замены. В любом языке существуют такие слова или выражения, которые не принято произносить или писать, так как они могут показаться собеседнику грубыми, резкими и даже неприличными. Чтобы точно выразить свою мысль, но при этом избежать неловких ситуаций, используются эвфемизмы.

Слово «эвфемизм» (греч. *eu* – «хорошо», *phem* – «говорить») употребляется для словестного смячения. Являясь общественным явлением, язык напрямую зависит от жизни и эволюции общества, и язык никогда не существует вне общества.

В каждом языковом коллективе вырабатывается система норм и правил поведения и, соответственно, речевая этика его членов. Образование эвфемизмов и закрепление их в языке является мощным средством формирования новых общественных установок. Такие

коммуникативные замены становятся частью лексической системы языка. При этом необходимо отметить, что крайне важно, чтобы эвфемизм был как можно более незаметен в контексте, чтобы он не привлекал чрезмерного внимания к себе.

Эвфемизм уменьшает коммуникативный дискомфорт, вызванный ассоциациями, связанными с неприятной темой. Чтобы понять значение эвфемизма необходимо знание соответствующих реалий данного периода времени.

Например, этические и нравственные законы современного общества запрещают напрямую говорить, например, о:

1) физиологических актах, связанных с выделительной функцией организма человека. В английском языке употребляются следующие эвфемизмы: *go where even emperor must go on foot, go where even the king goes alone, change water on the goldfish, release the pressure, refresh the body, relieve yourself, watering the flowers, punishing the toilet, biological warfare.*

2) Не принято называть прямо определенные части тела человека, например: *Buddha belly, yabbos, glands, melons, double-whammies thin on top, posterior, fanny, bottom, tummy, armpit, underarm, buttocks, buns.*

3) для обозначения отношений между полами при обозначении любовной или половой связи употребляются следующие эвфемизмы: *invading France, tactical support, looking for gadgets, 'those two' had gone to extremes, give the gift of herself, merry evening games, bake cookies, belly to belly, dance in the sheets.*

4) Эвфемизации также подвергаются нравственные пороки людей. В английском языке существуют следующие эвфемизмы: *not quite in himself, drunk as a Lord, tired and emotional, with the fairies,*

howling, merry, on a campaign, ruddy-faced, angels in the sky, white powder, white mosquito, sweet stuff, soda, snowball, candy cane.

5) Существует большое количество эвфемизмов, относящихся к этническому происхождению, например: *African American, persons with Spanish surnames, melanin sufficient, Asian/Hispanic American, Amerindian, Afro-American, member of the African diaspora, Native Alaskans.*

Языковые нормы складываются в процессе развития общества. Чем жестче социальный контроль речевой ситуации и самоконтроль говорящего в отношении собственной речи, тем более вероятно употребление эвфемизмов. И, напротив, в слабо контролируемых речевых ситуациях и при высоком автоматизме речи (общение в семье, с друзьями и т.п.) эвфемизмам могут предпочитать «прямые», не эвфемистические средства обозначения.

Таким образом, чтобы эвфемизм появился и начал функционировать, существенное влияние оказывают следующие экстралингвистические факторы:

1) прямое обозначение предмета, объекта или действия в данной среде может быть квалифицировано как грубость, резкость, неприличие и т.п.

2) подбор говорящим таких обозначений, которые не только смягчают способ выражения, но и маскируют суть явления, что особенно видно на примере семантически расплывчатых медицинских эвфемизмов;

3) приукрашивание некоторых моментов действительности. Например, «проблемная кожа», «проблемный ребенок» и т.д.

4) стремление избежать социальных или межличностных конфликтов.

Библиография

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. Изд. 4-е, стереотипное. – М.: КомКнига, 2007. – 576с.
2. Москвин, В.П. Эвфемизмы: системные связи, функции и способы образования / В.П. Москвин // Вопросы языкознания. – М.: Наука, 2011. – №3. – с. 58-70.
3. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: Слово/Slovo, 2000. – 624 с.
4. Торопцева Е.Н Эвфемизмы английского языка: Пособие по спецкурсу. – М.: МГОУ, 2007. – 115 с.
5. Holder R.W. Oxford Dictionary of Euphemisms. Oxford University Press – 524 p.

А.Ю. Хачумян

Российский университет дружбы народов

ПОНЯТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Каждый день, общаясь с людьми, мы затрагиваем множество различных тем. Но если разбить речь на группы, то мы заметим, что каждая тема входим в тот или иной дискурс и среди них обязательно обнаружится экономический.

Мы погружаемся в экономический дискурс множество раз в день независимо от нашего желания. Первым и главными посредниками экономического дискурса являются средства массовой информации (СМИ). Они имеют очень сильное влияние на человека и его представление о мире. Через новостные блоки телевидения, газет, и радио, а также через интернет на каждого из нас ежедневно выливается такой объем информации, который просто не может не формировать нашу картину мира.

Интернет – это неотъемлемая часть нашей жизни, огромное количество коммуникаций в день совершается при его помощи. И в нем запущено множество механизмов, которые погружают нас в экономический дискурс. Зачастую это происходит даже не по нашей воле. Например, если пользователь не сам перешел на информационный портал, чтобы прочитать новость, а увидел заголовок случайно, отвечая на деловые письма или, просто ища интересующую его информации о том или ином вопросе. Такое происходит постоянно и мы не замечаем, как экономический дискурс повсюду нас окружает.

Мы живем во времена капитализма, а это уже говорит о том, что в обществе значительную роль занимает формирование экономических взаимоотношений. Люди любят обсуждать мир экономики и бизнеса, потому что он, так или иначе, составляет часть нашей жизни и влияет на нее.

Чтобы лучше понимать окружающую действительность и правильнее считывать информацию из всех потоков, в которые нас вовлекает общество, нужно понимать, что такое экономический дискурс.

Д.С. Храмченко

Тульский государственный педагогический университет

им. Л.Н. Толстого

ЭВОЛЮЦИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА АНГЛИЙСКОГО ДЕЛОВОГО ДИСКУРСА

С точки зрения функциональной лингвосинергетики, английский деловой дискурс представляет собой сложную открытую нелинейную синергийную самоорганизующуюся систему смыслов,

формируемую через их речевое выражение. Успешное функционирование данной системы, а, следовательно, и реализация основных целей и задач бизнес-общения, определяется сбалансированным гармонизирующим взаимообменом с внешней средой – сознанием участников, конкретной коммуникативной ситуацией и языковой системой.

В английском деловом дискурсе естественное для сложных нелинейных систем чередование этапов хаотизации и упорядоченности дополняется стабилизирующим функциональное пространство специфическим набором параметров обменных процессов с такой подсистемой внешней среды, как ситуация общения, предполагающей соблюдение говорящим/ пишущим традиционных конвенциональных коммуникативных норм и правил, максим Г.П. Грайса, делового этикета, регулирующих речевое поведение и лимитирующих круг доступных участникам вербальных средств. Нарушение данных установок влечет сбой планомерного эволюционного движения функциональных элементов к аттрактору и отклонение прагма-семантической системы дискурса от равновесного состояния.

Взаимодействие нелинейной системы английского делового дискурса с динамично эволюционирующей внешней средой обусловило ряд трансформационных изменений функционального пространства и формирование тенденции к деконвенционализации бизнес-общения, проявлением которой послужила популяризация операторов искусственной хаотизации прагма-семантической системы как условно допустимых приемов деловой риторики (например, иронии, намеренного использования грубой и стилистической лексики, нарушения традиционных функциональных связей между

высказываниями, усиления выразительности официально-деловой речи и т.д.).

В ходе исторического развития человеческого общества XIX – XXI веков происходит постепенная модификация фреймов и сценариев, отвечающих за процессы организации и структурирования вербальной интеракции в сфере деловых отношений. В настоящее время дискурсивная система находится в стадии бифуркации (точки ветвления), определяемой конкуренцией альтернативных векторов дальнейшего развития (установок на обязательное соблюдение конвенциональных коммуникативных норм или возможность их риторически обоснованной девиации). При этом кооперация абсолютно всех функциональных элементов системы по-прежнему направлена на синергийную реализацию аттрактора.

Чуева Е.С.
Российский университет дружбы народов

НЕКОТОРЫЕСПОСОБЫ СОЗДАНИЯ КОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА НА ЛЕКСИЧЕСКОМ УРОВНЕ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХСЛОГАНАХ

Основой создания комического эффекта является «соединение несоединимого»-fittingnon-fits (цит.: по Желтухиной) и языковая игра или языковые несоответствия. На разных уровнях языка выделяются различные средства создания комического эффекта: на фонетическом, морфологическом, лексическом и синтаксическом [Мишина, Кулинич].

На лексическом уровне для создания комического эффекта используются экивокация (подмена лексического значения слова), прием шутливых толкований, перифраз, игра с внутренней формой слова, метафоры, прием оговорки, гипербола, лексические повторы, амплификация (нарочито пространная речь), гипонимы (нагнетание однородных по содержанию единиц), плеоназм (синонимический повтор).

Рассмотрим некоторые способы создания комического эффекта на лексическом уровне в англоязычных слоганах.

Игра слов – это игра со смыслом слова или словосочетания, «игра смыслов», поскольку именно смысл является главным участником словесных метаморфоз. В данном приеме модно выделить такие базовые техники как каламбур и использование фразеологизмов.

Необходимая рекламному слогану положительная оценочность также достигается с помощью использования метафоры. Слова, имеющие положительные оценочные коннотации, могут метонимически связываться с рекламируемым товаром или деятельностью фирмы.

Таким образом, в слоганах в английском языке на лексическом уровне самыми продуктивными способами создания комического эффекта являются игра слов, к которой относятся каламбур и использование фразеологических единиц, а также употребление метафор, что придает рекламному слогану образность и способствует быстрому запоминанию товара или бренда.

Библиография

1. Желтухина, М.Р. Комическое в политическом дискурсе (на материала немецкого и русского языков):Дис. …канд. филол. наук- Волгоград, 2000.
2. Кулинич, М.А. Семантика, структура и прагматика англоязычного юмора: Дис. …докт. культурол. Наук. – Москва, 2000.
3. Мишина, О.В. Средства создания комического в видеовербальном тексте: на материале английского юмористического сериала "MontyPythonFlyingCircus": Дис. … канд. филол. наук. – Самара, 2007.

О.С. Белецкая
Российский университет дружбы народов

ЗАИМСТВОВАНИЕ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ЛЕКСИКИ В ИСПАНСКОМ ЯЗЫКЕ

Лингвистическое заимствование – это процесс и результат перехода элементов одного языка в другой. Заимствованный термин может, как претерпеть изменения, так и остаться неизменным. Лингвистическое заимствование является одним из способов пополнения лексики языка, это один из важнейших факторов его развития.

Принято считать, что языковой контакт происходит между двумя географически близкими друг к другу языковыми сообществами в результате длительного культурно-исторического взаимодействия. Однако в современном мире географическое расположение большой роли больше не играет. Лингвист Глория Гэрреро Рамос в своей книге «Неологизмы в современном испанском языке» пишет, что заимствования «почти всегда исходят из страны, доминирующей в экономике, культуре или имеющей признанные заслуги в той сфере, где происходит заимствование» [Рамос 1997: 4].

Ознакомившись с испанскими периодическими изданиями, можно сказать, что в испанской лексике превалируют заимствования, пришедшие путем транслитерации, и при этом, большинство англицизмов сохраняют английское прочтение и написание. В

основном мы наблюдаем наличие англицизмов в сфере экономики – такие термины, как например, merchandising, leasing, franchising, commodity, background, stock, lobby, dumping, broker, cash-flow, marketing, и т.д. Это подтверждает связь с процессами глобализации в современном мире, особенно в экономической области. Также среди причин увеличения количества англицизмов в испанском языке можно назвать развитие компьютерной техники и Интернета: ведь многие компьютерные термины не имеют аналогов в испанском языке.

Отношение к англофикации испанской речи, ее оценка и поиски путей к уменьшению влияния английского языка на испанский являются актуальной лингвистической проблемой.

Библиография

1. Виноградов В.С. Лексикология испанского языка. - М.: Книжный Дом, 2010. – С. 105 -112.
2. Масляков В.С. «СПАНГЛИШ» как явление языковой межкультурной коммуникации. Журнал «Язык и культура». – 2011. № 1.- С.51.
3. Малюга Е.Н. Англоязычный профессиональный жаргон в деловом дискурсе. Научный вестник воронежского государственного архитектурно-строительного университета//Современные лингвистические и методико-дидактические исследования. Воронеж, 2010. Вып. 14. – С. 11-16.
4. Караулов Ю.Н. «Большая российская энциклопедия», М. : Дрофа, 2003. – С.132.
5. Ramos G.G. «Neologismos en el español actual», Arco Libros, 1997 – С. 47.

С.Н. Орлова
Российский университет дружбы народов

ЭКСПАНСИЯ АНГЛИЦИЗМОВ В ЭВФЕМИСТИЧЕСКОЙ ФУНКЦИИ В ИТАЛЬЯНСКОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПРЕССЕ

Изучение особенностей языка позволяет проникнуть в культурный мир нации, увидеть его сквозь призму национальных особенностей ее народа, реалий, духовных и моральных ценностей. Эвфемизмы позволяют оттолкнуться от принятой в обществе системы ценностей, несоответствие которой и заставляет говорящих чувствовать этический дискомфорт и пытаться его преодолеть с помощью переименования. Употребление лексики в эвфемистической функции напрямую связано с процессами, происходящими в том или ином социуме.

Итальянский язык последнего десятилетия характеризуются интенсивным заимствованием иноязычной лексики преимущественно английского происхождения. Как в повседневной речи, так и в средствах массовой информации активно используются англицизмы (*lo spot, low-cost*). Заимствование «ненужных» слов привлекает особое внимание, поскольку англицизмы часто употребляются там, где вполне могли быть использованы итальянские слова (*il weekend, lo shopping, il manager*).

Размышляя о причинах такой «моды» на англицизмы, представляется, что итальянцы периодически употребляют английские слова для того, чтобы казаться космополитами, объяснять понятия не совсем характерные для итальянского менталитета (например, *l'austerity, il fitness, lo stress, OK*) или при необходимости

ввести новое понятие, не имеющее лексического обозначения в итальянском (*il factoring, i futures*).

В основе использования англицизмов в функции эвфемизма в экономической прессе Италии лежит желание или необходимость предупреждения социального напряжения, смягчение смысла какой-либо лексемы, вызывающей негатив («Ma niente *austerity*, per favore», «...la quota di assunzioni a *part time* per i contratti a tempo indeterminato ha raggiunto quasi il 50%...» - примеры из Corriere della Sera, ноябрь 2013).

Употребление эвфемизмов в СМИ позволяет осуществлять манипуляцию сознанием реципиентов, это тот языковой инструмент, который позволяет вуалировать, маскировать негативные события в жизни и предоставлять информацию в более комфортном и радужном свете, а также оказывать воздействие на убеждения и мнения адресата послания.

Н.В. Полякова

Московский государственный областной университет

ОСОБЕННОСТИ СМЫСЛОВОГО ЧЛЕНЕНИЯ СРАВНИТЕЛЬНЫХ ПРИДАТОЧНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ В СОВРЕМЕННОМ ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ

Коммуникативная функция порядка слов заключается в том, что позиция членов предложения определяется степенью их коммуникативной значимости. Расположение элементов предложения в зависимости от их коммуникативной роли в лингвистической литературе носит название «актуального членения».

Любое предложение характеризуется не только определённой синтаксической организацией, но и несёт в себе определённую информацию, то есть предложение является не только единицей синтаксического уровня, но и коммуникативной единицей. Порядок слов функционирует одновременно на двух уровнях: уровне синтаксической структуры и уровне актуального членения.

С разработкой проблемы актуального членения связан целый ряд трудностей. Одной из такого рода трудностей является формальное выделение компонентов актуального членения. Универсальным средством выделения компонентов актуального членения является порядок слов. Идеальным в этом отношении является порядок следования: подлежащее – сказуемое, при котором происходит совмещение темы сообщения с подлежащим, а ремы со сказуемым. Прогрессивный порядок слов совпадает, таким образом, с объективным порядком расположения компонентов уровня актуального членения. Но такое соответствие существует не всегда.

При установлении компонентов актуального членения – темы и ремы – наблюдаются трудности, связанные с отсутствием чёткого критерия их выделения. Именно поэтому неизбежны субъективные моменты в установлении границ компонентов. Если это сравнительно легко сделать в предложениях с нераспространённым составом компонентов, то положение резко меняется в нераспространённых предложениях, где подлежащее и сказуемое являются комплексными единицами и где присутствуют второстепенные члены предложения. В данном случае выделение компонентов актуального членения и установление их границ приходится проводить в каждом конкретном типе предложения, принимая во внимание как состав предложения, так и возможные средства их выделения.

На коммуникативном уровне сравнительные придаточные предложения всегда бинарны, то есть в их составе всегда можно выделить оба компонента актуального членения – тему и рему. С точки зрения роли порядка слов в оформлении актуального членения во французском языке сравнительные придаточные распространенного состава и нераспространённые предложения обладают своими специфическими особенностями. Наличие вспомогательных средств оформления актуального членения, а также различный характер лексического состава предложения могут внести изменение в распределение смысловой нагрузки между членами предложения и соответственно – существенные изменения в актуальное членение предложения.

М.С. Салтыкова
Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский центр)

ОСОБЕННОСТИ ЭКСПЛИЦИТНОГО ВЫРАЖЕНИЯ СУБЪЕКТИВНОЙ МОДАЛЬНОСТИ ВО ФРАНКОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНАХ

Интерес современных лингвистов к особенностям функционирования языка рекламы, изучение текста как макроединицы коммуникации обусловлено в первую очередь увеличением количества тематических и развлекательно-познавательных журнальных изданий, изобилующих широкими рекламными возможностями. Организация рекламного слогана, как автономной разновидности рекламного текста, подчиняется

определенным лингвистическим и экстралингвистическим принципам, что в целом способствует расширению информативности рекламного сообщения и положительной репрезентации рекламируемого объекта.

Как отмечает Л.А. Нефедова: «под эксплицитным в языке понимается явно выраженное, развернутое представление какого-либо содержания» [Нефедова, 2011: 38]. **Эксплицитная** субъективная модальность реализуется в высказывании за счет актуализации характерных ей модальных операторов. Модальными операторами во франкоязычных рекламных слоганах выступают согласуемые слова и словосочетания с субъективным значением высокой степени признака и оценки, такие как:

1) *perfection*/совершенство, *ultime plaisir*/наивысшее удовольствие, *oasis*/оазис, 7ème *ciel*/“седьмое небо” и др.: спа-салон SPA Carole Franck «*Une **oasis** de bien-être et de beauté*»/Оазис красоты и блаженного состояния; парфюм Fleur d’Osmanthus «*L’essence **du bonheur***»/Эссенция счастья.

2) *meilleur*/лучший, *parfait*/совершенный, *unique*/уникальный, неповторимый, *idéal*/идеальный и др.: средства Capture Totale от Dior «***Plus belle** aujourd’hui **qu’à 20 ans***»/Красивее сейчас, чем в 20 лет; кофе L’Or Espresso «*L’Or, sans doute **le meilleur** café **du monde***»/Кофе L’Or, безусловно, лучший кофе в мире; часы Franc Vila «*Esprit **Unique***»/Неповторимый характер.

3) словосочетания по типу *en un clic*/в один клик, *en 3 secondes*/за 3 секунды, *en un seul geste*/одним жестом, *dès la 1ère goutte*/с первой капли др.: средство Even Better от Clinique «*Une belle peau **en 3 secondes***? *Oui*»/Красивая (здоровая) кожа за 3 секунды? Да; сыворотка Liftactiv от Vichy «*Une peau neuve **dès la 1ère goutte***»/Эффект

обновленной кожи с 1-й капли; продукция Code Pureté от Vichy Homme «***3 gestes***, *une peau idéale*»/3 шага к идеальной коже.

Случаи актуализации субъективных эксплицитных модальных значений включают употребления слов и словосочетаний с положительными коннотациями, содействующие открытой, незавуалированной высокой характеристике рекламируемого объекта, предопределяющие эффективность речевого воздействия. Посредством актуализации средств эмотивного синтаксиса, что представляет в целом компрессионное сжатие исходной структуры предложения-высказывания, подобные слова или словосочетания обособляются, выделяются в отдельный сегмент и вместе с тем определяют основную смысловую нагрузку содержания высказывания с явно выраженными эксплицитно субъективными модальными значениями.

Библиография

1. Нефедова, Л.А. Когнитивно-типологический аспект импликативной коммуникации (на материале французских текстов и их переводов на русский язык): дис. … д-ра филол. наук: 10.02.20 / Л.А. Нефедова. – Челябинск, 2001. – 310 с.

Л.М. Хадарцева

Российский государственный гуманитарный университет

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МОДЕЛИ ПРАКТИКУМА С МУЛЬТИМЕДИЙНЫМ КОНТЕНТОМ

(на материале французского языка)

Современный образовательный контекст характеризуется переходом от традиционной методики к обучению с применением

информационных технологий, интернет ресурсов, что обусловливает актуальность проблемы создания эффективных учебных продуктов нового поколения и их интеграции в обучение.

Мультимедиа ресурсы, интегрированные в содержание учебных материалов, усиливают мотивированность обучения, способствуют установлению межпредметных связей, автономии, раскрытию личностных качеств, стимулируют мышление и творчество, повышая тем самым эффективность обучения.

Модель практикума «Aimer lire (Любить читать)» представляет собой комплекс обучающих материалов в электронном формате, предназначенных для широкого круга студентов гуманитарных специальностей, изучающих французский язык в качестве первого и второго иностранного. Практикум ориентирован на уровни A2, B1 Единой европейской классификации стандартов преподавания иностранных языков.

Среди прочих источников информации ведущим является письменный текст на бумажном и электронном носителях.

Конечной целью практикума, его сверхзадачей является привитие вкуса к чтению на французском языке, усиление внутренней мотивации при работе с текстами, приобщение к ценностям французской культуры в процессе работы с мультмедиа ресурсами.

Чтение рассматривается, с одной стороны, как средство овладения иноязычными средствами и как самостоятельный вид речевой деятельности, как опора развития говорения, аудирования, письменного выражения мыслей, с другой.

Мультимедиа контент включает корпус разножанровых текстов современных авторов и аудио-, видео- интернет ресурсов. Это - художественные тексты, информационно-справочные материалы,

критические статьи, тексты песен, аннотации, аудиозаписи, фотогалереи, видео-интервью, фрагменты телефильмов, телепередач, записей концертных выступлений французских певцов, сцены из телеспектаклей и пр.

Отбор мультимедиа ресурсов осуществлялся на основе таких принципов, как: доступность, дидактический характер, актуальность тематики, оригинальность композиции, жанровое разнообразие, эмоциональная окрашенность, информативность.

Практикум состоит из 4-х автономных разделов /досье, ориентированных на конкретные методические задачи, отраженные в заголовках. Раздел 1 («S'exercer, améliorer son français avec les textes» - «Упражняться, совершенствовать свой французский с текстами». Раздел 2 («Lire plus, en savoir plus» - «Больше читать, больше знать». Раздел 3 («Réfléchir, prendre du plaisir en lisant» - «Размышлять, читать для удовольствия»). Раздел 4 («Se corriger» - « Проверь себя». Ключи к заданиям раздела 1).

Несмотря на автономность первых трех разделов, как и большинства текстов и мультимедиа ресурсов в корпусе каждого досье, практикум содержит ряд сквозных тематических блоков, построенных на основе принципов концентричности и нарастания трудностей, что способствует повышению интереса к изучению языка и культуры страны.

Важной характеристикой практикума является интерактивность. Взаимодействие пользователя с предлагаемым контентом представлено в форме разнообразных заданий к упражнениям, инструкций по обработке текстовой информации, а также в виде учебных задач, предполагающих осмысление предложенного

контента, выражение собственной позиции или уточняющих речевое поведение в процессе группового обсуждения.

Наличие большого объема разножанровых текстов, интегрирование мультимедийных интернет ресурсов, использование интерактивных приемов, свободная от линейности внутренняя структура модели позволяют рассматривать последнюю как гибкую открытую систему, предоставляющую преподавателю свободу для педагогического маневра и творческих находок. Речь идет о произвольном выборе разделов, образовательных ресурсов, увеличении контента, о разработке на основе предлагаемых материалов авторских курсов, создании вариативных стратегий обучения с учетом таких факторов, как: уровень языковой подготовки, степень сформированности коммуникативных компетенций, характер речевых потребностей, степень образованности, личностные качества и индивидуальные особенности студентов.

В заключение отметим, что данный практикум может послужить основой создания серии новых более современных учебных пособий, рабочих тетрадей в целях оптимизации самостоятельной работы студентов.

М.Г. Яшина

Российский университет дружбы народов

КОНЦЕПЦИЯ СОВРЕМЕННОГО УЧЕБНИКА ПО ИТАЛЬЯНСКОМУ ЯЗЫКУ ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

Доклад посвящён актуальному вопросу разработки методических пособий по итальянскому языку. Несмотря на растущее

количество отечественных и зарубежных учебников, остро ощущается проблема нехватки современных и адекватных учебных материалов. Особенно это касается продвинутого уровня обучения (B2-C1 по европейской шкале) и профессионально ориентированных языковых курсов.

Говоря об обучении языку студентов-экономистов, стоит отметить также и другую сложность, а именно быстрое, даже стремительное устаревание материалов, связанное с всё более ускоряющимся ритмом общественной и деловой жизни и глобализацией. В связи с этим встаёт вопрос, как сделать учебный процесс полезным, но вместе с тем интересным, и сохранить связь урока иностранного языка с реальностью.

В докладе излагаются варианты решения данных и некоторых других проблем с учётом специфики итальянской экономики. В частности, за тематическую основу курса предлагается взять ряд наиболее известных итальянских брендов, повлиявших на экономическую историю страны и ставших частью культуры Италии, а также воплощением её национального характера. На примере зарождения и развития таких компаний («Фиат», «Финмекканика», «Пармалат», «Барилла», «Армани», «Ферреро») – что гораздо увлекательнее теоретических текстов – студенты знакомятся с прошлым и настоящим итальянской экономической системы. Для преподавателя преимуществом данного подхода является возможность дополнять готовые материалы новейшей информацией из Интернета о последних событиях в рассматриваемых компаниях. Соответственно, вторым важным элементом рассматриваемого подхода является метод case study, благодаря которому можно проанализировать эффективность традиционных итальянских

приёмов менеджмента, плюсы и минусы семейного бизнеса, успешность успех попыток преодолеть тяжелейший экономический кризис.

Одной из важных тем описываемого подхода и, соответственно, доклада, является необходимость параллельного изучения итальянской и отечественной экономической культуры.

А.Н. Алексахин
Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России

ИННОВАЦИОННЫЙ ВВОДНЫЙ КУРС ПРАКТИЧЕСКОЙ ФОНЕТИКИ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА ПУТУНХУА ДЛЯ РУССКОЯЗЫЧНЫХ СТУДЕНТОВ

Вводный курс практической фонетики китайского языка путунхуа прежде всего имеет ярко выраженную практическую направленность [Алексахин, 2013: 1-175]. Рост популярности изучения китайского языка в России очевидное и отрадное явление. Растущие из года в год речевые контакты русскоговорящих и китаеговорящих стимулируют дальнейшее научно-практическое сравнительное изучение русского и китайского языков по всем уровням языковой системы: фонологии, фонетики, грамматики и лексики.

Вводно-фонетический курс имеет дело с базовым уровнем языковой системы фонетико-фонологическим, объектом изучения которого является природная материя языка человека — звуки речи. Китайский и русский языки с точки зрения использования звуков речи для построения слова как центральной единицы языка человека являются прямо противоположными: в китайском языке больше

используются гласные, а в русском — согласные. В китайском языке 31 гласная, в русском 6 гласных. Сравните, например, слова **éyǔ** - «русский язык» и **èyú** - «крокодил», где оба слова китайского языка образованы только двумя разнотональными гласными без согласных.

Теоретическое сравнительное изучение звуковых систем китайского и русского языков в 20 веке развивалось в русле фундаментального научного открытия 19 века, сформулировавшего положение о своеобразном атоме или гене языка человека. Этот атом или ген получил название «фонема». В каждом языке фонемы образуют уникальную систему. Научное познание этой системы позволяет создать оптимальный алфавит и оптимальные правила орфографии для буквенной записи слов каждого конкретного языка. Такой алфавит и звукобуквенный стандарт слов (орфограммы слов) были созданы и законодательно введены в КНР в 1958 году. С тех пор слова китайского языка путунхуа имеют две письменные формы: традиционную иероглифическую и новую буквенную [Алексахин, 2010: 1-183].

Цель данного пособия состоит в том, чтобы дать системное теоретическое и практическое представление о фонетико-фонологической системе китайского языка русскоязычному студенту, начинающему изучать китайский язык. Это обеспечивается преодолением существующей несопоставимости практических описаний звуковых систем китайского и русского языков на основе разработанной теории звукофонемы применительно к китайскому языку. В результате фонетико-фонологические системы китайского и 177русского языков по одному основанию сравнения согласные и гласные фонемы (согласные и гласные звуки) предстают для студента как рационально понимаемые объекты практического

изучения [Алексахин, 2011: 1-342]. Русскоязычный студент получает осознаваемую возможность использования своих знаний и навыков произнесения звуков родного языка для сравнения их с согласными и гласными звуками китайского языка.

Пособие строится на использовании буквенной формы слова (орфограмм) китайского языка путунхуа. Орфограммы слов были разработаны и законодательно введены в 1958 году. 1 января 2001 года в Китае вступил в силу «Закон КНР о государственном языке и письменности», в котором закрепляется статус иероглифической письменности как основной и буквенной письменности как вспомогательной. По мнению китайских языковедов, создание и внедрение звукобуквенного алфавита китайского языка путунхуа для Китая по своему научно-техническому значению в 20 веке уступает только разработке атомной и водородной бомб и запуску искусственного спутника Земли. Благодаря звукобуквенному стандарту слова китайского языка «великий немой» – китайский иероглиф заговорил звуками пекинской речи.

Но буквенные орфограммы слов китайского языка не являются фонетической транскрипцией этих слов как может показаться при сравнении «глухонемой» иероглифической письменности и звукобуквенной. Однако, как показывает практика, при одновременном ведении преподавания двух видов письменностей иероглифической и буквенной последняя невольно начинает восприниматься как фонетическая транскрипция. Происходит смешение буквы и звука речи – фонемы (фонема звук речи, используемый для различения слов), тем более, что многие фонемы в орфограммах китайских слов обозначаются различными комбинациями букв. Изучение орфограмм китайских слов происходит

с использованием терминов традиционной китайской фонологии: инициаль, финаль и тон, которые русскоязычный студент не может рационально соотнести с привычными для него понятиями согласных и гласных звуков. Фактически, изучающего ставят перед вопросом: что тяжелее — пять килограммов или три метра?

Библиография

1. Алексахин А.Н. Вводный курс практической фонетики китайского языка путунхуа. Для русскоязычных студентов. Фонема-Звук речи-Слог-Слово. Аудиприложение. «Восточная книга». М., 2013. – 175 с.
2. Алексахин А.Н. Алфавит китайского языка путунхуа. Издание второе, исправленное и дополненное. «Восточная книга». М., 2010.
3. Алексахин А.Н. Теоретическая фонетика современного китайского языка путунхуа. (Базовый курс теоретической фонетики современного китайского языка путунхуа). Издание второе, исправленное и дополненное. «Восточная литература». М., 2011.

Н.Н. Воропаев

Институт языкознания РАН

О РАЗВИТИИ НАВЫКОВ АУДИРОВАНИЯ ПОТОКА КИТАЙСКОЙ РЕЧИ

Понимание китайской речи на слух является важнейшим и самым сложным аспектом в освоении китайского языка. Залогом же

развития навыков аудирования потока китайской речи является развитие собственной беглой связной речи на китайском языке. Работу над данной проблемой мы начали в своё время на кафедре китайского языка Забайкальского гуманитарно-педагогического университета и продолжили в Институте языковой коммуникации Томского политехнического университета. Первым результатом этой работы стало учебное пособие «По-китайски обо всём. 88 научно-популярных текстов-миниатюр на занятиях по китайскому языку» [Воропаев, Ма, 2013]. Данный учебник, в первую очередь предназначен для студентов первого и второго курсов вузов, которые изучают китайский язык как основную специальность, но может быть использован и широким кругом учащихся. Тексты для этого пособия отобраны по следующим принципам:

1. Небольшой объём.
2. Самодостаточное стандартное языковое оформление (это аутентичные тексты, ориентированные на китайских школьников).
3. Высокая степень окказиональности лексики.
4. Занимательность, прозрачность сюжета.
5. Научно-популярная тематика.

Диапазон приёмов, связанных с использованием текста малой формы, достаточно широк. По нашему мнению тексты подобного типа наиболее подходят для организации такой формы самостоятельной работы учащихся как «домашнее чтение». Чтение и заучивание наизусть небольшого количества связных предложений, объединённых одним ясным сюжетом, позволяет студентам закрепить правильную артикуляцию звуков, правильную реализацию этимологических тонов, и что самое важное, позволяет учащимся

овладеть правильным фразовым членением предложений, помогает осознать закономерности мелодики и ритма потока китайской речи, что способствует развитию навыков связной спонтанной беглой речи.

Новые слова к текстам даются без транскрипции ханьюй пиньинь с тем, чтобы работу над текстом начинать с фонетического диктанта по новым словам. Затем можно поручить студентам сделать литературный перевод текста на русский язык, приготовить беглое, доведённое до автоматизма контрольное чтение и как завершающий этап – пересказ наизусть, обсуждение и написание кратких сообщений (сочинений) по аналогии. Материалы настоящего учебного пособия прошли успешную апробацию на кафедре китайского языка Забайкальского гуманитарно-педагогического университета (ныне Забайкальский государственный университет), в Институте языковой коммуникации и на кафедре международного менеджмента Томского политехнического университета.

Библиография

Воропаев Н.Н., Ма Тяньюй По-китайски обо всём. 88 научно-популярных текстов-миниатюр на занятиях по китайскому языку / Н.Н. Воропаев, Ма Тяньюй. – М.: Восточная книга, 2013. – 272 с.

Т.Л. Гурулева

Военный университет Министерства обороны РФ

СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ РАЗРАБОТКИ УМК ПО КИТАЙСКОМУ ЯЗЫКУ В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ

На сегодняшний день ведущими специалистами, работающими в системе высшего профессионального китаеведческого образования,

обобщен и систематизирован педагогический опыт, разработаны современные образовательные ресурсы, позволяющие качественно осуществлять процесс подготовки китаеведов в различных профессиональных областях.

Анализ существующих УМК показал, что достижениями в области создания комплексов по различным дисциплинам китайского языка в высшей школе являются: их этапность; аутентичность и оригинальность; коммуникативная направленность; направленность на обучение различным видам речевой деятельности; аспектность; профессиональная ориентированность; возможность использования словарей (как тезаурусов, так и частных) как составной части УМК.

Вместе с тем, существует и ряд проблем при разработке УМК. К ним относятся:

- ограниченность выбора учебников и учебных пособий в различных сферах и областях;

- отсутствие универсального базового учебника по китайскому языку для начального этапа обучения. Под универсальностью понималась возможность использования учебного пособия на начальном этапе обучения вне зависимости от количества часов и направлений ООП с учетом достижения максимальной эффективности обучения;

- разные подходы авторов учебных материалов к определению этапов и уровней в обучении китайскому языку;

- узкий круг профессиональной ориентированности УМК. УМК ориентированы на небольшой круг профессий;

- отсутствие всех необходимых составляющих в комплекте одного УМК (учебного пособия (учебника), аудиоприложения, рабочих тетрадей, словаря);

- использование китайских учебников. Несомненными преимуществами таких учебников выступают их языковая и социокультурная аутентичность. Спорными вопросами, являются отсутствие учета российского социокультурного контекста, некоторые недостаточно эффективные приемы обучения видам речевой деятельности и аспектам языка.

Библиография

1. Гурулева, Т.Л. Высшее языковое образование в России: восточный вектор [Текст] / Т.Л. Гурулева // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2008. – № 11. – С.252–261.
2. Гурулева, Т.Л. Педагогические проблемы обучения китайскому языку в системе высшего языкового образования России [Текст] / Т.Л. Гурулева // Сибирский педагогический журнал. – 2010. – №1. – С. 138–151.
3. Гурулева Т.Л. Организационно-педагогические проблемы подготовки китаеведов в высших учебных заведения России[Текст] / Т.Л. Гурулева, А.В. Макаров // Проблемы Дальнего Востока. – 2013. – №4. – С. 148–159.
4. Гурулева Т.Л. Высшее языковое образование в России: проблемы подготовки китаеведов [Текст] / Т.Л. Гурулева, А.В. Макаров // Высшее образование в России. – 2013. – №8-9. – С. 88–94.

И.А. Газиева

Российский государственный гуманитарный университет

ИДИОМЫ И ПОСЛОВИЦЫ В СОВРЕМЕННОМ ИНДИЙСКОМ НАРРАТИВЕ

В данном исследовании рассматривается анализ нарративных и диалогических текстов фильма "Muhavara", являющегося отражением нового стилистического подхода в ознакомлении европейцев с индийской идентичностью. В индийской смешанной разговорной речи (mishrit bhaasha) широко используются kahavat – идиомы, поговорки и пословицы. Широко они представлены и в речи героев фильма "Muhavara". Здесь мы услышим идиоматические выражения и цитаты из мифов и сказок, из литературы и рекламы. Взаимодействие этих kahavat создает своеобразный дискурс, в котором раскрываются характеры персонажей и традиционные индийские ценности. Итак, индийская пословица, как и любая другая пословица любого языка, воплощает всю историю развития индийского народа, его быт, его менталитет, принципы поведения, особенности общения и многое другое. В индийских kahaavat объединено все: и народные поговорки, пословицы, афоризмы, цитаты, идиомы, в которых отражается индийская идентичность и философия жизни. С произведениями фольклора и с индийским устным народным творчеством студенты, изучающие хинди в РГГУ, знакомятся уже с первых курсов. Заучивание пословиц, поговорок и идиом на хинди обогащает уроки иностранного языка, особенно при отработке изучаемой грамматики и лексики. Эта методика также активно развивает ассоциативный ряд. Заучивая kahaavat наизусть, студенты быстрее проникают в тонкости языка хинди, поскольку одни и те же часто повторяющиеся слова,

концентрируют их внимание и укрепляют память. Кроме того, культура Индии им становится более понятной. **Использование поговорок, пословиц, идиом на уроках хинди преследует свою цель:** научить студентов понимать в первую очередь их смысл и уметь работать с текстом, расширить информационную базу студентов, познакомить их с сокровищами общечеловеческой культуры. Для этого ставятся задачи: откорректировать произношение слов, познакомиться с фольклором, расширить словарный запас, развить внимание и память. Индийская речь без идиоматики искусственна и малопонятна, а использование kahaavat превращает урок языка хинди в увлекательную игру. Изучать их студентам интересней, поскольку они также имеют эквиваленты и в русском языке. Кроме того, в пословицах, поговорках заложена народная мудрость и имеется прямой совет на то, как поступить в той или иной ситуации. С идиоматическими выражениями дело обстоит труднее. Это фразы, о значении которых трудно догадаться, даже если рассматривать значения отдельных слов, из которых они состоят. Фильм "Muhavara" на наш взгляд, является уникальным, поскольку полностью состоит из поговорок и идиоматических выражений. Характерно, что в каждом кадре фильма отображается маска участников диалога: равнодушия, злобы, насмешки и обиды, радости и ненависти и т.д.

Библиография

Жуков, В.П. Словарь русских пословиц и поговорок. М.: Русский язык, 2000. – 544 с.7-е изд., стереотип.

Г.А. Дашевская
Институт стран Азии и Африки МГУ им. М.В. Ломоносова

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ ПРЕПОДАВАНИЯ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

При подготовке специалистов-китаистов кроме хорошей общеязыковой подготовки, владения профессионально ориентированной лексикой, формирования переводческих навыков и компетенций, необходимы также знания в сфере национального характера, традиций и правил этикета изучаемой страны. На это нацелены учебные планы и программы ведущих ВУЗов страны, в том числе и ИСАА МГУ. Сегодня такие требования предъявляют к нашим выпускникам и работодатели.

В деловых контактах и бизнесе с иностранными партнерами одним из важных компонентов является организация встреч и банкетов. За дружеским столом часто разрешаются самые сложные противоречия между сторонами, поэтому создание непринужденной и одновременно с этим деловой обстановки за столом является чрезвычайно важным элементом. Китайцы определяют значимость подобных мероприятий выражением 买卖不成情意在maimai bu cheng qingyi zai – (даже если сделка не состоится, чувства дружбы останутся).

Что необходимо знать будущим специалистам о специфике организации приема и поведении во время банкета:

- Какие требования предъявляются к списку приглашенных на прием.
- Как правильно рассадить участников банкета за столом.
- Как создать непринужденную атмосферу за столом.

- В каком порядке, какие тосты можно произносить.
- Из чего необходимо исходить при составлении меню.
- Каковы основные заповеди, которые необходимо соблюдать за столом на банкете.

Отсутствие у специалистов базовых знаний в сфере национально-культурной специфики, неумение правильно и четко в нужных выражениях высказать свою мысль на китайском языке могут привести к крайне негативным последствиям для переговорного процесса, вплоть до его срыва и возникновения взаимных обид.

Задача высшей школы сформировать у будущих специалистов необходимые межкультурные компетенции, и эта работа целиком ложится на плечи преподавателей, ведущих аспект « язык делового общения ».

С.Б. Ерасов

Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ИЗУЧЕНИЮ ЛЕКСИКИ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА

Одной из проблем, которая встаёт перед изучающим китайский язык, является сложность запоминания больших объёмов лексики, принципиально отличающейся от привычной европейской. Благодаря морфемной структуре слов и особенностям китайской письменности, для облегчения запоминания можно использовать методику, которую использовал в обучении китайскому языку замечательный китаист и педагог А.Ф. Кондрашевский.

Суть предлагаемой методики заключается в том, чтобы создать у обучающегося максимальное количество ассоциативных связей между словами. Запомнить какое-либо отдельное новое слово зачастую затруднительно, поэтому при изучении новой лексики необходимо проводить анализ слов, который позволит связать их с другими словами, что заметно облегчит запоминание и расширит словарный запас. Ниже перечислены основные моменты, которым нужно уделить внимание при проведении такого анализа.

1) Необходимо провести морфемный анализ слова – определить, из каких морфем состоит слово, каково их значение и в составе каких других слов они встречаются. При этом полезно систематизировать сами морфемы, например, строить ряды морфем, содержащих один ключ или фонетик.

2) Если слово образовано с помощью словообразовательной модели, необходимо рассмотреть другие примеры образования слов с помощью этой модели.

3) Помимо изучения значений слова, необходимо рассмотреть особенности его употребления, лексическую сочетаемость, далее найти его синонимы и антонимы. Также полезно логически группировать слова, относящиеся к одной и той же группе понятий или явлений.

Подобный анализ целесообразно проводить после первичного знакомства с новой лексикой в рамках чтения текста. Преподаватель должен определить необходимый уровень детальности проводимого анализа, а также объём введения дополнительной новой лексики, необходимой для создания ассоциативных рядов. Предпочтение должно отдаваться словам, состоящим из уже изученных морфем. Введение дополнительных слов, включающих неизвестные

обучающемуся морфемы, должно быть ограничено и сообразно целям систематизации знаний.

Благодаря применению аналитического подхода, лексика у обучающегося складывается в систему, ячейки которой связаны между собой различными видами ассоциативных связей. Если каждое новое изучаемое слово будет находить свое место в этой системе, процесс изучения лексики китайского языка пойдёт значительно легче.

Наилучший результат данная методика даёт при творческом подходе со стороны обучающегося. Постоянный анализ и систематизация изученного материала способны дать значительные результаты в области расширения словарного запаса.

Д.А. Зозуля
Российский университет дружбы народов

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ, ОБОЗНАЧАЮЩИХ ПОНЯТИЕ ‘ГРОМКИЙ’, В СОВРЕМЕННОМ КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Лексика, обозначающая различные ощущения человека, которые он испытывает в результате работы органов чувств, имеет некоторые интересные особенности. Например, в русском языке единицы, обозначающие вкусовые ощущения, в производных значениях могут служить для выражения каких-либо душевных переживаний или состояний (ср. *горький лук* и *горькая утрата*). С другой стороны, интерес может представлять то, какие объекты являются, исходя из информации, предоставляемой языком,

типичными носителями каких-либо свойств или качеств (ср. ***медово-****сладкий*). И так далее.

Данный доклад посвящён анализу лексических единиц китайского языка, обозначающих понятие ‘громкий’, и выявлению некоторых их особенностей.

Исследование проводилось на основании работы со словарями и тезаурусами китайского языка с привлечением корпусных данных.

Было проанализировано около 30 единиц указанного типа.

Удалось установить их следующие особенности:

1) Для некоторых единиц более типичной является та или иная синтаксическая функция (атрибутивная, предикативная, дополнительный элемент);

2) Некоторые единицы обладают более широкой сочетаемостью и служат для характеристики более широкого круга шумов или звуков;

3) Компонентный (по иероглифам) анализ показывает, что в некоторых случаях для обозначения понятия ‘громкий’ «привлекаются» иероглифы, которые в первых значениях служат для обозначения свойств и качеств, не относящихся к звукам (высоты (напр., 高昂 gāo'áng), размера (напр., 大 dà), света/освещённости (напр., 朗朗 lǎnglǎng));

4) Для единиц фразеологического уровня образной основой обозначения понятия ‘громкий’ являются стратегии «источник» (напр., 声如洪钟 shēng rú hóng zhōng) и «эффект» (напр., 响遏行云 xiǎng è xíng yún).

А.Г. Иванова
Российский университет дружбы народов

О ТИПОЛОГИЧЕСКИХ РАЗЛИЧИЯХ В МОРФЕМНОМ СТРОЕНИИ И СЛОГОВОЙ СТРУКТУРЕ СЛОВА И О МОРФЕМНО-СЛОГОВОЙ КОРРЕЛЯЦИИ В КИТАЙСКОМ, АНГЛИЙСКОМ И БУРЯТСКОМ ЯЗЫКАХ

Как известно, соотношение лексического и грамматического в языке образует его типологическую детерминанту [Зубкова, 1999: 167-173] и задает характер связи значимых единиц со звуковыми. Сравнение генетически, типологически и ареально различных языков – китайского, английского и бурятского – приобретает фундаментальное значение для определения закономерностей взаимодействия между единицами морфологического и фонетического членения. При этом учитываются функционально-семантические особенности морфем и слов, с одной стороны, и частей речи и семиологических классов слов, с другой.

При разграничении основных классов слов – собственно-знаменательных, местоименных и служебных слов и отдельных частей речи, из них в первую очередь имен существительных и глаголов, образующих базовое частеречное противоположение, – показало, что собственно-знаменательные слова во всех трех языках характеризуются наибольшей частотой, затем следуют служебные слова и замыкают ряд местоимения. Из базовых частей речи – существительное, как более информативная часть речи, превосходит по частоте употребления глагол.

Важнейший типологический индекс – индекс лексичности/грамматичности. На морфемном уровне он может быть определен по соотношению в тексте знаменательных и служебных морфем. *Индекс грамматичности* определяется отношением числа служебных корней и аффиксов к общему числу морфем. Так, как показывают результаты проведенного исследования, по положению на шкале лексичности/грамматичности изолирующий китайский язык принадлежит к числу «лексических», английский и бурятский языки, занимая промежуточное положение на данной шкале, определенно противопоставлены китайскому языку, нежели друг другу. У изолирующего китайского языка индекс грамматичности 29%, *индексы грамматичности* английского 41% и бурятского 46%.

Разнообразие типовых структур морфемных моделей сопряжено с ведущей грамматической тенденцией – аналитизмом-синтетизмом. Менее синтетичные по сравнению с бурятским английский и китайский языки характеризуются меньшим количеством моделей морфемного строения как семиологических классов слов, так и отдельных частей речи, нежели бурятский язык с его более или менее высокой синтетичностью, обусловливающей более широкие возможности морфологической дифференциации классов слов.

Благодаря системности языка, соотнесенности плана содержания с планом выражения разные семиологические классы слов и отдельные части речи различаются не только в *морфологическом*, но и в *фонетическом* плане.

Для различения классов слов в английском и в китайском языках широко используются фонологические средства, в частности, более разнообразный в сравнении с бурятским языком инвентарь

типов слогов (***12 и 10*** в английском и китайском против ***5*** в бурятском языке).

Типологические особенности структуры слога в китайском языке обусловливают многообразие *моделей слогового строения* китайского слова, вследствие чего китайский язык в 2-3 раза превосходит бурятский и английский языки по числу моделей слогового строения слова.

Подтверждается зависимость *соотношения морфемной и слоговой структуры слова* от степени лексичности/грамматичности классов слов: чем грамматичнее слово, тем чаще его корень экспонируется одним слогом.

В изолирующем китайском, где эквивалентность морфемы и слога довольно распространена и среди собственно-знаменательных слов, противоположение собственно-знаменательных и служебных слов по частотности корневых однослогов менее яркое в сравнении с английским и бурятским языками, но тем не менее оно присутствует.

Корреляция значащих единиц со звуковыми в исследуемых языках подчинена разным типологическим закономерностям. Для китайского языка характерно постоянное совпадение морфемных стыков со слогоразделом, слоговых границ с морфемными, тем самым подтверждается неавтономность фонетического членения по отношению к морфологическому и нерасчлененность соотносительных элементов обоих членений – слога и морфемы.

Анализ морфемно-слоговой структуры слова в английском языке показывает, что морфные границы большей частью расходятся со слоговыми и, чем ближе морфный стык к флексии, тем чаще он расходится со слогоразделом, то есть действует фузионная тенденция.

В агглютинативном же бурятском языке с типичной для подобных языков коллекционностью словоформ, отсутствует явное преобладание одной тенденции на выявленных частотных стыках: морфные стыки могут и совпадать, и расходиться со слогоразделом.

Проведенное исследование подтверждает фундаментальную значимость соотношения лексического и грамматического в языке как его типологической детерминанты для иерархического членения языка и выявления характера связи между планом содержания и планом выражения.

Библиография

1. Зубкова Л.Г. Язык как форма. Теория и история языкознания. – М.: Изд-во РУДН, 1999. – 237 с.
2. Иванова А.Г. К вопросу о типологической значимости соотношения морфемы и слога (на примере английского, бурятского и китайского языков) // European Social Science Journal = Европейский журнал социальных наук. –№ 3. – М., 2012. – С. 232-238.

И.В. Кочергин

Военный университет Министерства обороны РФ

ЛИНГВОДИДАКТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОГО ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В НЕЛИНГВИСТИЧЕСКОМ ВУЗЕ

Государственным образовательным стандартом по иностранному языку для нелингвистических вузов не предусмотрено какое-либо профессионально ориентированное обучение этой

дисциплине: Согласно этому документу целью обучения иностранному языку в таких вузах является обучение языку как средству коммуникации: «– использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности» [1]. Что значит «использовать в профессиональной деятельности», в документе не определено, следовательно, с этой точки зрения никто не мешает нам обучать профессионально ориентированной коммуникации в сфере экономики, бизнеса, науки и т.п. Другое дело – обучение такому специфическому профессиональному виду речевой деятельности, как перевод. С этим ситуация достаточно сложная.

В силу определенных объективных условий, среди которых определяющим является ограниченное количество аудиторных часов, профессионально ориентированное обучение иностранному языку в неязыковом вузе не может ни с точки зрения содержания обучения, ни с точки зрения формы, применяемых методов и средств копировать полностью или частично процесс обучения, приемлемый для тех вузов, где иностранный язык изучается в качестве инструмента профессиональной деятельности.

Стратегия обучения иностранному языку в таких условиях должна опираться на три «-ция» – оптимизация, интенсификация, информатизация – и отличаться двумя главными особенностями. Во-первых, обучение языку с первых шагов должно быть профессионально ориентированным. Это означает, что формирование базовых языковых навыков – фонетических, лексических, грамматических необходимо осуществлять с использованием учебных материалов, отвечающих соответствующей профориентации. Во-вторых, на продвинутом этапе обучения единственной эффективной методикой может быть только квазипрофессиональное обучение [2],

т.е. максимально приближенное к реальности дидактическое моделирование различных потенциальных ситуаций профессионального общения, в том числе и перевода.

Что прежде всего требуется для реализации столь непростой задачи?

1) Разработка собственных учебных материалов с четко обусловленным и ограниченным по объему содержанием обучения – ситуационным, грамматическим, лексическим. Либо переработка и компиляция изданных, отвечающих поставленным целям учебных материалов.

2) Разработка типичных сценариев квазипрофессиональной деятельности или профессионального общения для разных этапов обучения, их лингводидактическое обеспечение и использование в качестве основной формы учебного процесса.

3) Организация учебного процесса, предусматривающая дидактически обусловленное накопление обучаемыми необходимых фоновых знаний с использованием всех доступных информационных ресурсов.

Библиография

1. Приказ Минобрнауки РФ от 21.12.2009 N 747(ред. от 31.05.2011)"Об утверждении и введении в действие федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 080100 Экономика (квалификация (степень) "бакалавр")"(Зарегистрировано в Минюсте РФ 25.02.2010 N 16500). – С. 7.
2. Кочергин И.В. Очерки лингводидактики китайского языка. М.: Восточная книга, 2012. – 116 с.

Ю.Г. Литвинова
Дипломатическая академия МИД России

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРЕПОДАВАНИЯ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Задача формирования нормальных деловых отношений между странами на всех уровнях в настоящее время крайне актуальна. Динамическое развитие экономических отношений между Россией и Китаем требует более глубокого освоения китайского языка для международных контактов и бизнеса.

Сложность и специфичность китайского языка предполагает создание особых курсов с целью освоения китайского языка именно для делового общения, формирование практических навыков, необходимых для осуществления деловых контактов, в том числе в коммерческой сфере. Важными аспектами являются чтение и понимание оригинальных справочных материалов по торгово-экономической тематике, составление договоров и контрактов, а также перевод документов с использованием точной терминологии и лексики, характерной именно для деловой сферы.

Особое внимание при преподавании китайского языка делового общения необходимо уделять овладению навыками практической работы в области устного перевода и эффективного использования их в практической работе.

В курс китайского языка делового общения должны также обязательно входить материалы по страноведению, включающие сведения о современном состоянии экономики Китая и основных тенденциях развития, знания по этике и тактике ведения деловых переговоров.

СОДЕРЖАНИЕ

ПЛЕНАРНЫЕ ДОКЛАДЫ

Бреус Е.В.

Теоретические аспекты обучения переводу…….. 4

Дмитренко Т.А.

Современные проблемы преподавания иностранного языка делового общения…… 8

Малюга Е.Н.

Лингвокультурная специфика англоязычного экономического дискурса……. 10

Марчук Ю.Н.

Перевод как лингводидактическая деятельность……. 12

Михеева Н.Ф.

Преподавание языков меньшинств в школе и вузе……. 16

Назарова Т.Б.

Актуальные проблемы преподавания английского языка делового общения…… 18

Пономаренко Е.В.

Функциональная перспектива дискурса как объекта лингвистики и лингводидактики делового общения……... 21

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Белякова И.Г.

Профилирование в обучении деловому иностранному языку как фактор повышения мотивации к профессиональному и

карьерному росту современного специалиста……. 23
Власова К.А.
Письменная деловая коммуникация в педагогическом образовании……. 25
Гарибян А.Г.
К вопросу о языковой репрезентации гендера в деловом дискурсе…… 27
Девина Л.И.
Многоступенчатая система развития у студентов логического, аналитического и критического мышления при работе с профессиональными иноязычными текстами…… 30
Есина Л.С.
Средства выражения экспрессивности в текстах научного и художественного дискурса …… 34
Литвинов А.В.
К вопросу об оптимизации процесса обучения английскому языку делового и профессионального общения в условиях современной образовательной парадигмы…… 37
Мхитарьянц Э.Г.
Текстоцентрический подход в иноязычном профессиональном обучении (на материале немецкоязычного юридического дискурса)…… 40
Новиков Ф.Н.
Культурные коды цветообозначений и их роль в преподавании языка делового общения…….. 42

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОГО ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

Bray M.
Enhancing undergraduate students' professional communication skills – reflections on anemployability programme case study within a UK modern languages degree……... 46
Воробьева Н.В.
Иноязычная коммуникативная компетентность в сфере профессиональной деятельности как основная цель обучения профессионально ориентированному иностранному языку в неязыковом вузе……. 48
Дьяченко М.В.
Профильно ориентированное обучение иностранному языку……. 51
Еранова Н.А.
Кейс-метод при обучении языку специальности……... 53
Минина А.А.
Методический потенциал работы с аутентичными материалами СМИ на занятиях по иностранному языку в неязыковом вузе…… 55
Охлопкова А.Г.
Современные требования к созданию заданий и упражнений при обучении профессионально-ориентированному языку студентов неязыкового вуза……. 57
Павлова О.В.
Методика формирования навыков и умений коммуникативного чтения как важный фактор развития культуры коммуникации…….. 59

Паничева Е.В.
Создание собственного текста как одна из форм обучения письменному профессиональному дискурсу студентов нелингвистических вузов…… 64
Попова С.Н.
Изучение компьютерного сленга как способа повышения мотивации к освоению английского языка…… 67
Сибул В.В.
Современные тенденции преподавания иностранного языка в неязыковых вузах……... 70
Стрекалова К.В.
Практика реализации принципов профессионально-ориентированного обучения иностранным языкам юристов международного профиля…… 74
Сухорукова Н.И.
Финансово-аналитические сообщения как материал для работы со студентами старших курсов экономических и филологических специальностей…….. 76
Улюмджиева В.Э.
О структуре содержательного компонента профессионально - ориентированного обучения иностранному языку…… 78
Чикилева Л.С.
Роль мотивации в процессе изучения иностранного языка и формировании личности студента-заочника…… 80
Широгалина В.И.
Самостоятельная работа студентов при изучении иностранного языка – залог успеха их профессионального становления……. 82

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

Алекберова И.Э.
Значимость компьютерных инноваций в системе образования……. 85
Бузовская Л.В.
Интернет-ресурсы в формировании лингвострановедческой компетенции студентов, изучающих китайский язык как второй иностранный……. 87
Ерохина Е.А.
К вопросу внедрения новых информационных технологий в сферу образования…… 88
Цыренжапова С.Д.
Интерактивное обучение как средство формирования иноязычной коммуникативной компетентности будущих специалистов……. 91

СТРАТЕГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПЕРЕВОДУ В НЕЛИНГВИСТИЧЕСКОМ ВУЗЕ

Ваванова Н.В.
Культурологические аспекты информационного перевода…….. 94
Gasimova G.
Translation of institutions existing in Azerbaijan at the beginning of the XX century…… 97

Олихова Е.О.
Специфика преподавания профессионально-ориентированного перевода на непереводческих специальностях (обучение китайскому языку……. 98

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В КОНТЕКСТЕ ЯЗЫКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Ветринская В.В.
Особенности национальной деловой культуры Германии……. 100
Казаренков В.И.
Межкультурное взаимодействие студентов: педагогические факторы развития……..… 103
Красина Д.В.
Актуальные подходы к изучению межкультурной коммуникации ….. 106
Самохина Т.С.
Один язык – две культуры. Особенности делового общения в Англии и США……..... 108
Богославцева М.С., Сибирко Н.С.
Социально-культурная компетенция на занятиях профессионально-ориентированного английского языка……..... 110
Смирнова И.В.
Особенности невербального общения в межкультурной коммуникации…….…. 112
Суханова Н.А.
Когнитивная лексика в сфере межкультурной коммуникации…….. 114
Толстова Т.В.
Культурная специфика сверхжанровых и межжанровых связей в

англоязычном деловом дискурсе…….. 117

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКИ «Германские языки»

Аксюченко М.А.

Семантическая история слова *global/ глобальный*…….. 119

Антонова О.Н.

К вопросу об определении паремий-трансформов в английском языке…….. 122

Аракелова А.Р.

Жанровая специфика дискурса моды……..…… 125

Банщикова М.А.

Метафорический перенос как способ пополнения профессионального жаргона рекламистов (на примере англоязычного профессионального жаргона в немецком рекламном медиадискурсе)…….. 127

Баянкина Е.Г.

Техническая инструкция как средство хранения и передачи практического знания (на материале английского языка)…….... 129

Бекеева А.Р.

Лексическая специфика английского языка в Новой Зеландии…….. 132

Боровикова В.И.

Основные лексико-синтаксические особенности письменной деловой коммуникации……..... 134

Иванова Е.С.

Особенности обращения к концепту «потребитель» в дискурсе

англоязычной баннерной рекламы в сети Интернет……. 137

Клокова А.Г.

Авторские стратегии изображения личности героя в рассказе…… 139

Корнакова О.В.

Лингвокультурологические особенности рекламных текстов в Англии……... 141

Паршутина Г.А.

О функциональной многоплановости английских глаголов коммуникации в рамках делового общения…… 144

Радюк А.В.

Функционально-синергетическая модель кооперативного речевого взаимодействия в английском деловом дискурсе…… 146

Seytova D.U.

Scientific technical terminology in English language……..... 148

Сидоренко А.В.

Способы вербализации агрессии в англоязычном деловом дискурсе……. 151

Трифонова С.А.

Экстралингвистические особенности эвфемистической лексики в современном английском языке…….. 153

Хачумян А.Ю.

Понятие экономического дискурса…… 157

Храмченко Д.С.

Эволюция функционального пространства английского делового дискурса……..... 158

Чуева Е.С.

Некоторые способы создания комического эффекта

на лексическом уровне в англоязычных слоганах…… 160

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКИ «Романские языки»

Белецкая О.С.

Заимствование англоязычной лексики в испанском языке……..... 163

Орлова С.Н.

Экспансия англицизмов в эвфемистической функции в итальянской экономической прессе…… 165

Полякова Н.В.

Особенности смыслового членения сравнительных придаточных предложений в современном французском языке……..... 166

Салтыкова М.С.

Особенности эксплицитного выражения субъективной модальности во франкоязычных рекламных слоганах……..... 168

Хадарцева Л.М.

Методические аспекты модели практикума с мультимедийным контентом (на материале французского языка)…… 170

Яшина М.Г.

Концепция современного учебника по итальянскому языку для экономических специальностей…….. 173

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКИ «ВОСТОЧНЫЕ ЯЗЫКИ»

Алексахин А.Н.

Инновационный вводный курс практической фонетики китайского языка путунхуа для русскоязычных студентов……...… 176

Воропаев Н.Н.

О развитии навыков аудирования потока китайской речи……..... 179

Гурулева Т.Л.

Состояние и проблемы разработки УМК по китайскому языку в высшей школе…….. 181

Газиева И.А.

Идиомы и пословицы в современном индийском нарративе …… 184

Дашевская Г.А.

Национально-культурный аспект преподавания китайского языка делового общения……..... 186

Ерасов С.Б.

Аналитический подход к изучению лексики китайского языка…….…. 187

Зозуля Д.А.

Некоторые особенности лексических единиц, обозначающих понятие «громкий», в современном китайском языке…… 189

Иванова А.Г.

О типологических различиях в морфемном строении и слоговой структуре слова и о морфемно-слоговой корреляции в китайском, английском и бурятском языках……. 191

Кочергин И.В.

Лингводидактическое обоснование профессионально

ориентированного обучения иностранному языку в нелингвистическом вузе…… 194
Литвинова Ю.Г.
Актуальные проблемы преподавания китайского языка делового общения…… 197