

ценность. Это предполагает аутентичность текста, а также современность и актуальность отражаемых в нем реалий.

Для реализации развивающего аспекта обучения необходимо включение лингвострановедческого текста в учебную коммуникативную деятельность обучающихся. При этом необходимо учитывать характер обучаемого как объекта культурного и педагогического воздействия: его возрастные особенности, интересы и уровень языковой подготовки. Таким образом, лингвострановедческий текст должен соответствовать критерию коммуникативной ценности.

Поскольку в практическом плане лингвострановедческий текст применяется в обучении не только как источник фактической информации о культуре страны изучаемого языка, но также как источник лингвистической информации и образец для построения высказывания, следующим критерием отбора является лингвострановедческая ценность текста. В соответствии с данным критерием явления и факты культуры страны изучаемого языка должны быть адекватно выражены в тексте средствами иностранного языка. Оптимальным в связи с этим видится использование аутентичных текстов. Прежде всего, здесь имеется в виду формальная, структурная аутентичность.

Взаимосвязанное обучение всем видам речевой деятельности предполагает пропорциональное соотношение между рецептивными и продуктивными видами речевой деятельности, с одной стороны, и между устной и письменной формами коммуникации — с другой. Более того, рецептивные виды речевой деятельности могут осуществляться с различными целевыми установками (на полный охват содержания воспринимаемого текста или частичный/неполный). Как правило, характер целевой установки детерминирован природой текста. Таким образом, основным методическим критерием отбора лингвострановедческих текстов во взаимосвязанном обучении является пропорциональность между текстами, предназначенными для: а) чтения и б) восприятия и понимания на слух (в связи с возможностью осуществления переноса из одного вида речевой деятельности в другой). Вместе с тем отбираются тексты разных типов с учетом возможности различных целевых установок на восприятие и понимание.

Таким образом, при отборе лингвострановедческих текстов для взаимосвязанного обучения видам иноязычной речевой деятельности необходимо руководствоваться критериями: 1) культурологической ценности текста (аутентичность, современность и актуальность отражаемых реалий); 2) коммуникативной ценности текста (учет возрастных особенностей, интересов и уровня языковой подготовки обучаемого как коммуниканта и объекта культурного воздействия); 3) лингвистической ценности текста (формальная аутентичность); 4) пропорциональности в отборе текстов (аудитивных и печатных, различной жанрово-стилистической принадлежности).

К ВОПРОСУ О САМОСТОЯТЕЛЬНОМ ПРЕОДОЛЕНИИ ИНОСТРАННЫМИ СТУДЕНТАМИ ЛЕКСИЧЕСКИХ ТРУДНОСТЕЙ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА

Н.В. Михед
БГЭУ, Минск

Современная методика обучения иностранному языку, в том числе русскому как иностранному, не отвергая основных принципов ранее главенствовавшего “оптимального” коммуникативного направления в изучении иностранных языков, вышла на более высокий уровень, предполагающий тесную связь накопленных методов, технологий обучения, комплексов упражнений, систем и приемов работы коммуникативно ориентированного обучения с использованием языка в качестве средства познания культуры как “системы духовных ценностей, воплощенных и не воплощенных материально, которые созданы и накоплены обществом во всех сферах бытия — от быта до философии. Среди этих ценностей есть те, которые присущи:

- всем народам во все времена (общечеловеческие, вечные);
- группе народов одной языковой общности;

– одному народу (Пассов Е.И. Коммуникативные иноязычное образование: концепция развития индивидуальности в диалоге культур, Липецк, 2000, С.13).

В этом контексте следует говорить о формировании социокультурной компетенции у иностранных студентов, в основе которой подразумевается “знакомство учащихся с национально-культурной спецификой речевого поведения и способностью пользоваться теми элементами социокультурного контекста, которые релевантны

для порождения и восприятия речи с точки зрения носителей языка: обычаи, правила, нормы, социальные условия, ритуалы, социальные стереотипы, страноведческие знания” (Азимов Э.Г., Щукин А.Н. Словарь методических терминов. СПб., 1999, с. 333).

Социокультурный подход к обучению иностранным языкам основывается на более совершенных стратегиях овладения языком и использования изучаемого языка, которые призваны способствовать оптимизации учебного процесса. При данном подходе особое внимание уделяется личности учащегося. Не встречает серьезных возражений мнение русистов-практиков о том, что повышение эффективности восприятия, усвоения и использования русского языка иностранными студентами зависит от личностных качеств обучаемых, их культурного уровня, позволяющего говорить о возможности участия в диалоге культур, и от умения применять в процессе обучения конкретные действия или приемы, которые характеризуются такими когнитивными стратегиями, как стратегии овладения готовыми речевыми моделями, стратегии овладения творческой речью, стратегии пользования языком при речепроизводстве, стратегии пользования языком при речевосприятии, стратегии идентификации слова, стратегии выявления смысла словесного образа, психологические стратегии воссоздания читательских представлений и др.

При таком подходе обращает на себя внимание роль, которая предназначается обучаемому в процессе обучения иностранному языку. Она — главное, что позволяет говорить о своеобразном синтезе социокультурного и коммуникативно-деятельностного подходов. В связи с этим уместно будет заметить, что принцип личностно ориентированного обучения преобладает, например, в англоязычной методической литературе, а в настоящее время активно декларируется многими российскими учеными.

Новое направление в методике преподавания русского языка как иностранного, впитавшее в себя все лучшее из предыдущих, позволяет говорить о мощном лингводидактическом и культурном потенциале художественного текста, когда процесс чтения художественного произведения рассматривается как коммуникативный акт, который включает в себя:

1) своеобразный диалог читателя через текст с автором, в результате которого происходит адекватное постижение читателем авторской мысли (тип: автор — текст — читатель);

2) эстетическое общение (тип: автор — образ (текст) — читатель);

3) межкультурное художественное восприятие (тип: автор — образ (текст) — читатель-инофон).

По глубокому убеждению Н.В.Кулибиной, главными участниками учебной коммуникации являются:

– текст, который, по Ю.М. Лотману, сам помогает читателю освоить язык, на котором они могут достичь взаимопонимания;

– читатель, на основе данных текста и собственных ресурсов (интеллектуальных, душевных, культурных, языковых и прочих) создающий проекцию текста (Кулибина Н.В. Зачем, что и как читать на уроке. Художественный текст при изучении русского языка как иностранного. СПб.: Златоуст, 2001, с. 60).

Задача преподавателя при таком распределении ролей заключается в обучении учащихся стратегиям, активизирующим их читательскую деятельность, вызывающим желание обучаемого активно через художественный текст участвовать в диалоге с автором, сопереживать вместе с ним.

На наш взгляд, важнейшими стратегиями для адекватного восприятия художественного текста иностранными учащимися являются стратегии идентификации незнакомого слова.

Многие исследователи в зависимости от приложения к тем или иным аспектам восприятия художественного текста выделяют разнообразные стратегии овладения текстом. Заслуживает внимания обширная работа Е.А.Медведевой по классификации этих стратегий, о чем может свидетельствовать выборочный перечень лишь некоторых из них:

– анализ по частям речи;

– анализ корней и аффиксов;

– поиск родственных слов в родном языке;

– анализ сопровождающих предъявление слова картинок и жестов;

– догадка по текстовому контексту;

– опора на знания, связанные с темой текста;

– использование нескольких разных гипотез с последующим анализом и выбором лучшей;

– использование “здорового смысла”;

– поиск других слов в тексте, которые подтверждали бы гипотезу о значении незнакомого слова;

– поиск дефиниций или парафраз в контексте для проверки догадки о значении;

– использование двуязычного словаря;

– использование толкового (одноязычного) слова и др. (Медведева Е.А., 1999, с. 46).

В практической работе над пособием для иностранных студентов “Русские писатели — лауреаты Нобелевской премии” для формирования у обучаемых навыков и умений самостоятельного определения значения нового слова наиболее продуктивно применялись следующие стратегии:

- анализ грамматических признаков и их форм;
- анализ состава слова;
- анализ различных типов предложения;
- догадка по текстовому контексту;
- опора на знания, связанные с темой текста;
- опора на знакомые слова текста;
- опора на “здравый смысл”;
- использование лексического комментария к определенному художественному тексту;
- использование словаря имен собственных, встречаемых в тексте;
- использование словаря литературных терминов.

Следует заметить, что в словарь имен собственных и в словарь литературных терминов вошли имена и термины, встречаемые во всех текстах пособия, а лексический комментарий давался для тех единиц, понимание значения которых является обязательным условием понимания смысла текста.

На основе указанных стратегий были разработаны различные задания, сформулированы вопросы, которые направляли мыслительную деятельность обучаемого на освоение смыслового содержания изучаемого художественного текста. При этом учитывалось то обстоятельство, что текст сам по себе может направлять поиск внимательного читателя, как бы подсказывая нужную стратегию, т.е. обучать его языку, на котором возможно найти взаимопонимание.

В результате применения наиболее продуктивных стратегий по самостоятельному определению значения слова у иностранных учащихся значительно возрастает уровень восприятия художественного текста.

РОЛЬ РЕКЛАМЫ В ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ ЯЗЫКОВ

Н.В. Попок
БГЭУ, Минск

Важнейшей характеристикой существования и деятельности современного общества и человека является глобализация. Она охватывает как экономику, так и культуру. С давних времен связь между людьми и странами осуществлялась через торговлю, отражающую существенную часть жизни общества — область потребления. Как известно, на современном этапе реклама является необходимой составной частью товарооборота, в связи с чем реклама в настоящее время представляет значимую сферу общения языкового коллектива. В ней отражаются как специфические национальные черты, так и стремление к интернационализации. Через рекламу осуществляется своеобразный диалог культур. Это особенно четко отражается в таком элементе рекламного текста, как товарный знак. Вместе с распространением товара товарный знак включается в различные языки.

Товарный знак — это новый символ товарной собственности, обозначающий, кому принадлежит исключительное право распоряжаться данным товаром, включая получение прибыли и оплату возможных убытков за поставку некачественного товара (Соболева, Суперанская, 1986). В виде товарных знаков употребляются слова, буквы или числа, а также рисунки, композиции или любые иные графические изображения. Наиболее распространенными являются словесные товарные знаки, состоящие из слов или комбинации слов и изображения. Словесный товарный знак — это искусственные слова, образованные из национального или интернационального языкового материала, используемые для обозначения и идентификации серийно выпускаемых товаров.

Создание товарных знаков и их распространение происходит постоянно в виду экономической необходимости, поэтому их можно отнести к неологизмам. Однако в отличие от последних они не обязательно и даже редко входят в словарный фонд общего языка. Это происходит лишь в случае создания нового предмета/товара, у которого отсутствовало имя (Соболева, 1981).

Товарный знак имеет особенности в означивании предмета, что проявляется в том, что он обозначает появление новой марки товара как нового предмета, хотя в действительности предмет тот же, новым является лишь товарный знак, маркирующий его производство. Следует подчеркнуть, что в таком означивании старых поня-