

тами, отражающими жизнь общества. Сопоставление русского и испанского списков субстантивной лексики второй и третьей сотни показывает, что наряду с совпадающими по частотности словами (город, правда, народ, друг, ciudad, verdad, pueblo, amigo) наблюдается большое количество расхождений: мир, война, борьба, труд, рабочий, завод, производство, общество — в русском списке и dios, historia, idea, espíritu, arte, poeta, amor — в испанском. Заметим, что в словаре Л.Н. Засориной существительное “любовь” располагается лишь в десятой сотне частотных слов. Безусловно, следует сделать много оговорок о степени достоверности результатов, которые можно получить путем такого сравнения, поскольку решающую роль здесь играет текстовый материал, использованный при составлении того или иного частотного словаря (данные Л.Н. Засориной, отражающие советскую эпоху, сейчас уже устарели). Но есть основания полагать, что компьютерная революция, которая ныне осуществляется в информационном пространстве, открывает широкие возможности для более объективных исследований в области лингвистической статистики. Однако и поныне частотные словари продолжают оставаться ценным подспорьем и важным источником сведений, которым можно найти применение в научной и педагогической сферах деятельности.

С.И. Моисеенко, Т.В. Попова
Минский государственный
лингвистический университет

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ МЕЖЪЯЗЫКОВОЙ ИНТЕРФЕРЕНЦИИ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИСПАНСКОМУ ЯЗЫКУ НА МЛАДШИХ КУРСАХ

Каждый язык, имея общие черты с другими языками, характеризуется специфическими, свойственными только данному языку фонетическими, грамматическими и лексическими особенностями.

Искусственный (неполный) билингвизм, возникающий при обучении иностранному языку в аудиторных условиях, характеризуется неустойчивостью языковых и речевых навыков в силу недостаточной сформированности у обучаемого речеслуховых и мыслительных механизмов пользования иностранным языком. Устойчивые навыки восприятия и воспроизведения единиц и моделей родного языка обуславливают возникновения интерференции — изменения в реализации билингвом системы иностранного языка под воздействи-

ем системы родного языка, что проявляется в его речи в отклонениях от нормы изучаемого иностранного языка.

Интерференция реализует себя в двух направлениях. Одно из них — когда интерферирующие явления представляют собой уподобление первичному эталону, т.е. отражают прямое влияние системы родного языка; другое — так называемая гиперкоррекция — явление, связанное с желанием говорить “сверхправильно”, т.е. углублять в своей речи тенденции, дифференцирующие родной и неродной языки, и игнорировать совпадение признаков.

Когда говорят о межъязыковой интерференции, как правило, имеют в виду изменения, происходящие в фонетической системе одного языка под влиянием второго. Однако изменения лексического и синтаксического характеров являются более глубинными по сравнению с изменениями, наблюдаемыми на фонетическом уровне.

В основе лексической интерференции лежит совпадение или несовпадение понятий и лексем различных языков, специфика их сочетаемости в речи, многозначность слова, а также образуемые этим словом синонимические и антонимические ряды.

Грамматическая интерференция проявляется в своеобразии употребления вербальных конструкций (инфинитив, герундий, причастие), в передаче очень тонких оттенков глагольных словоформ по законченности (незаконченности) действия, по их модальности, в предложном управлении глаголов и в артикле. Однако наиболее важным, с точки зрения грамматической интерференции, является такое взаимодействие языков, которое вызывает изменения в синтаксической структуре высказывания. Лексика — это то, о чем думает народ, синтаксис — это то, как он об этом думает. Именно синтаксис позволяет раскрыть особенности национального менталитета, без учета которых невозможно понять, объяснить и предупредить негативные последствия лексико-грамматического взаимодействия языков.

В условиях искусственного билингвизма обучение иностранному языку осуществляется не через посредство языковой среды, а преподавателем, как правило не носителем языка. Критерием оценки качества речи билингва является не коммуникативная ценность речи, а ее форма, т.е. соответствие или несоответствие нормам данного языка. Работа по усвоению иностранного языка сконцентрирована прежде всего на определенных формах и значениях языковых единиц, которые как бы предшествуют конкретной речевой ситуации, т.е. внеязыковой действительности, в то время как в естественных условиях усвоение иностранного языка связано с активным процессом деятельности и общения в соответствии

с экстралингвистической ситуацией и намерением говорящего. Изучаемый в аудиторных условиях иностранный язык усваивается в основном как код в отрыве от культуры, которую он обслуживает. В этом случае явления чужого языка ассоциируются с фактами своей культуры, что делает адекватную коммуникацию на иностранном языке практически невозможной.

Одним из факторов, определяющих понимание чужого менталитета, с нашей точки зрения, может служить знание реалий, внутри которых функционирует изучаемый язык и которые закрепляются во фразеологизмах, идиомах, устойчивых словосочетаниях и т.п.

Сравнительно-сопоставительный анализ фразеологизмов позволит разделить их на следующие группы:

а) испанские фразеологизмы, которые не имеют соответствий в русском языке;

б) испанские фразеологизмы, совпадающие с русскими в лексическом и синтаксическом аспектах;

в) испанские фразеологизмы, передающие те же смысловые отношения, что и русские, но построенные на совершенно ином языковом материале.

Для адекватной передачи безэквивалентных фразеологизмов нормативных знаний недостаточно. Решение проблемы заключается либо в пересказе фразеологизма с комментариями, либо в его замене другим, достаточно близким по значению. Второе решение нам представляется предпочтительным, но в то же время более трудным, поскольку точность выбора зависит от лингвистических и экстралингвистических знаний обучаемого, от его умений ориентироваться в языковой ситуации. Поясним нашу мысль примерами:

Corrida de expectación, corrida de descerción. — Коррида, проведенная наспех, это коррида разочарования.

Habrá toros. — Будет вам шуму (гвалту).

При усвоении этой группы фразеологизмов нами предполагается отсутствие интерференции, так как экстралингвистический фактор может спровоцировать отрицательный перенос навыков из родного языка, только преломляясь через лингвистические явления иностранного языка. В случае же отсутствия эквивалента отсутствует и интерференция.

Группа испанских фразеологизмов, совпадающих с русскими в лексическом и грамматическом аспектах, достаточно велика. Встречающиеся иногда различия столь незначительны, что ими можно пренебречь, так как логика построения фразеологизма, а также общий контекст, необходимый для понимания переносного значения, фактически один и тот же, например:

Pagar con la misma moneda. — Платить той же монетой.
Tragarse el anzuelo. — Попасться на удочку.

Отсюда следует, что существуют какие-то общие закономерности в эволюции и функционировании языков, обеспечивающие полное или относительно полное сходство в развитии человеческой мысли, выраженной конкретным языковым материалом. Интерференция в данном случае незначительна.

Зато в испанских фразеологизмах, передающих те же смысловые отношения, что и русские, но построенные по совершенно другим языковым законам, она очень велика. Так, испанская поговорка “Nacerse el sueco”, не имея прямых лексико-грамматических соответствий, тем не менее имеет семантический эквивалент “В ус не дуть”. Видимо, для эмоциональных испанцев шведы как северный народ, сдержанные и не столь открытые, являются неким мерилом непонимания и безразличия. Интересен тот факт, что русские, будучи народом более северным по сравнению с испанцами, для создания похожего образа апеллируют к представителям более южной народности (ср.: Ты что, турок?).

Овладение устойчивыми словосочетаниями, в частности фразеологизмами, весьма актуально, особенно применительно к сфере общения, для которой характерно обильное употребление готовых формул разных структурных и семантических типов.

Анализ лингвистической природы фразеологизмов показал, что, хотя данные смежных наук и дают богатый материал для методического осмысления, рассмотрение фразеологизмов лишь в рамках лингвистики все же является недостаточным для создания рациональной методики обучения. С этой целью необходимо создать их методическую типологию, которая подразумевает группировку материала по признаку однородных трудностей.

Изучение типичных ошибок студентов подтвердило предположение о том, что интерференцию можно рассматривать в качестве основного источника подавляющего большинства трудностей, а характер взаимодействия явлений в двух языках целесообразно положить в основу создания методической типологии фразеологизмов.

Выделение фразеологизмов как предмета обучения иноязычному речепроизводству является важным для методики преподавания испанского языка на младших курсах, так как, во-первых, позволяет отобрать лексический минимум для обучения на начальном этапе; во-вторых, дает возможность установить иерархию фразеологизмов как внутри всего материала, так и внутри каждой темы; в-третьих, определяет границы минимальных фразеологических средств, удобных

для оперирования ими в речи; в-четвертых, материализует единицу речевого действия, находящуюся в арсенале обучаемых, и, в-пятых, подводит к созданию комплекса упражнений для обучения эмоционально окрашенному, аутентичному высказыванию на испанском языке на начальном этапе его усвоения.

Н.В. Попок
Белорусский государственный
экономический университет (Минск)

СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ СОЗДАНИЯ ЭКСПРЕССИВНОСТИ В РЕКЛАМЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ИСПАНСКОГО ЯЗЫКА)

Стремление к привлечению внимания через уникальность объясняет широкое использование неологизмов в рекламе. Основная часть неологизмов используется в товарных знаках в связи с необходимостью обозначить товар. Кроме этого, рассматриваемый пласт лексики употребляется для характеристики товара.

Наиболее продуктивными словообразовательными процессами в рекламе являются словосложение, заимствование и деривация. Отмечены также явления транспозиции и семантической деривации.

Под морфемно-синтаксическим способом мы понимаем словосложение с усечением: maratón Ahorrofertas; TODOFERTAS; SUPERCREDITODO; Electrofertas; Tecnicentro SIERRA; Prestobarba (Gillette); Garn LIQUIDATODO; VENTATODO. Все приведенные примеры отличаются оригинальностью, они привлекают внимание, а также в концентрированном виде передают характеристику товара или услуги, его предназначение, т.е. сообщают дополнительную информацию о предмете. Приведенные неологизмы не требуют пояснений, так как прямо сохраняют семантическую связь со словами, из которых сложены: Ahorroferta — ofertas de ahorros; TODOFERTAS — ofertas de todas mercancías; SUPERCREDITODO — grandes créditos para todo; chiquiprecios — precios bajos (chicos); duplaeconómica — doble económica; Glasnostour — tour de glasnost.

Неологизмы могут образовываться от названия товарного знака и в этом случае содержать пояснение: Enriodate — Métete en el mundo del Rioja. Авторский неологизм enamodan, где корень moda, в рекламе чулочных изделий образован по звуко-