

При изучении языка можно применять данный метод прогнозирования при изучении липограмм [1], каламбуров [2], шарад, шуток, загадок, ребусов, т.е. там, где есть нарушения системных правил языка, предугадывая, что этим хотел сказать говорящий.

На занятиях по иностранному языку можно использовать следующие методы форсайт-технологий: карта прогноза, карта времени, качели времени, линия времени.

Карта прогноза — перед чтением текста обсуждается название или иллюстрация, студенты пытаются спрогнозировать содержание рассказа, а после прочтения сравнивают свои предположения с тем, что произошло в рассказе.

Качели времени — обучающимся предлагается мысленно переместиться в будущее или прошлое, встать на место той или иной исторической личности, рассказать о своем пути, проанализировать действия героя с точки зрения современной ситуации. Возможно оказаться в городе, университете, семье будущего и описать на иностранном языке суть происходящего.

Линия времени — студентам предлагается ситуация, которую необходимо по времени распределить поэтапно, описать, что происходит на каждом этапе, настроение, чувства (как на начальной точке, так и на конечной). Например, собраться в путешествие.

Использование форсайт-технологий в процессе обучения и воспитания поможет студентам в написании курсовых и дипломных работ, а именно — пользоваться общенаучными и лингвистическими методами исследования, формулировать гипотезу.

#### Источники

1. Темнохун, А. В. Липограмма как один из способов авторского самовыражения (на материале французского языка) / А. В. Темнохун // На пересечении языков и культур. Актуальные вопросы современного гуманитарного знания. — 2021. — № 1 (19). — С. 81–84.

2. Темнохун, А. В. Каламбур: от цитаты к афоризму / А. В. Темнохун // На пересечении языков и культур. Актуальные вопросы современного гуманитарного знания. — 2020. — № 1 (16). — С. 97–99.

*Н. У. Бацішчава, старшы выкладчык  
batischeva@tut.by  
БДЭУ (Мінск)*

## МАЎЛЕНЧАЯ КУЛЬТУРА Ў ДЫСКУРСЕ БЕЛАРУСКІХ ДРУКАВАНЫХ СМІ

Сродкі масавай інфармацыі прыкметна ўплываюць на працэс развіцця маўленчай галіны культуры, паколькі выконваюць функцыі арганізацыі рэчаіснасці, якая цесна звязана з эвалюцыйнымі працэсамі. У сваю чаргу маральна-этычныя, культурныя і іншыя бакі рэчаіснасці знаходзяць нацыянальна-спецыфічнае адлюстраванне ў дыскурсе друкаваных СМІ.

Сродкі масавай інфармацыі павінны адлюстроўваць перш за ўсё культуру маўлення і культуру камунікацыі. Але сёння, на жаль, маральна-этычныя нормы некаторыя журналісты “не паважаюць”, у выніку маўленчы ідэал у друкаваных айчынных СМІ часта ненарматыўны. Таму заслугоўвае ўвагі праблема духоўнасці і этыкі СМІ, бо сучасныя тэксты асобных беларускіх выданняў часам вызначаюцца недастатковым узроўнем агульнай і маўленчай культуры.

Як вядома, характэрнай рысай сучаснай прэсы стала празмерная экспрэсіўнасць, але, трэба прызнаць, ацэначная лексіка ўжываецца не заўсёды дарэчна і правамерна, а публікацыі на закрытыя раней тэмы часта супярэчаць маральным і этычным нормам. Апошнім часам жарганізмы, прастамоўную і размоўную лексіку можна сустрэць амаль

што ў кожным артыкуле: *паказуха, чорт яго бяры, да халеры, раскатаць губу, грузіць* і т.п.

Шматлікае выкарыстанне такой лексікі ў адным артыкуле, нават у адным нумары выдання стварае негатыўнае ўражанне ў адрасата, што робіць тэкст некамфортным для ўспрымання. Больш за тое, такі набор моўных сродкаў не дазваляе аўтару дасягнуць пастаўленых камунікатыўных задач. Хоць выкарыстанне ў публічнай камунікацыі некадыфікаванай лексікі не заўсёды з'яўляецца праявай маўленчай агрэсіі, часта гэта вядзе да зніжэння маўленчай культуры выдання.

Варта адзначыць, што замест творчага падыходу ў выбары слова журналісты часта выкарыстоўваюць запазычаную і тэрміналагічную лексіку: *піяршыч, дэвальвацыя, манопод, камера гоў-про, анафеоз* і г.д. Такія іншамоўныя словы і выразы часцей за ўсё прыводзяць да непаразумення паміж аўтарам і адрасатам, перашкаджаюць працэсу інтэрпрэтацыі медыятэксту. Канцылярызмы і прафесіяналізмы робяць тэкст нецікавым і цяжкім для ўспрымання.

Паказчык добрай мовы — гэта стылістычная адпаведнасць слова і кантэксту. Заўсёды трэба ўлічваць асаблівасці адрасата. Аднак часам здаецца, што журналісты ўвогуле не думаюць пра аўдыторыю і нават не ведаюць, для каго і з якой мэтай пішуць свае творы. Асабліва гэта датычыцца аўтараў выданняў для моладзі, бо публікацыі з некадыфікаванай лексікай негатыўна ўплываюць на фарміраванне сістэмы жыццёвых каштоўнасцяў маладых людзей.

Адна з галоўных праблем некаторых сучасных друкаваных СМІ — маўленчая агрэсіўнасць матэрыялаў. Шмат пішуць пра здарэнні, крымінал, праблемы ва ўсіх сферах грамадства. Усё гэта — наша рэчаіснасць, але не ўсім, на нашу думку, хочацца бачыць у кожным нумары выдання тэмы-табу, ведаць, колькі і якіх здарылася забойстваў і г.д. Такія медыятэксты правакуюць з'яўленне ў чытыча песімістычнага настрою.

Такім чынам, сёння праблема гуманізацыі беларускай прэсы і яе маўленчай культуры застаецца актуальнай. Стылістычна неабгрунтаванае выкарыстанне жарганізмаў, аргатызмаў, іншамоўных слоў, прастамоўнай і размоўнай лексікі — тыповая рыса дыскурсу друкаваных беларускіх СМІ. Вядома ж, мова публіцыстыкі павінна быць яркай і эстэтычна выразнай. Але кожны ўжыты журналістам ненарматыўны выраз павінен быць абгрунтаваным і кантэкстуальна матываваным.

*Л. В. Бедрицкая, старшій прэподаватэль  
lv53@mail.ru  
Л. И. Василевская, старшій прэподаватэль  
lar\_vas27@mail.ru  
БГЭУ (Мінск)*

## ФОРМИРОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ УМЕНИЙ С ОПОРОЙ НА ЦИТАТЫ

Традиционно формирование навыков и умений комментирования осуществляется с опорой на текст. Сам текст служит образцом и основой, на примере которой изучаются структура, композиция, развитие темы, аргументация, связность и логичность текста и т.д. Комментировать прочитанный текст по сравнению с цитатой или афоризмом проще: есть возможность «спрятаться» за текст, просто перефразировав или пересказав мысль автора и добавив несколько своих аргументов.

Что привлекает в работе с афоризмами, так это то, что они служат «катализатором самостоятельного мышления», поскольку содержат «больше того, что сказано непосредственно» [1].