

ПРОБЛЕМА ОТБОРА МАСС–МЕДИЙНОЙ ЛЕКСИКИ ПРИ ОБУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОЙ СПОНТАННОЙ РЕЧИ СТУДЕНТОВ–ЖУРНАЛИСТОВ

В статье рассматриваются проблемы развития навыков иноязычной спонтанной речи студентов – журналистов на основе отбора масс–медийной лексики. Важным представляется четкое определение всех тем и подтем изучаемого материала. Если лексический материал отбирается не только по традиционным схемам и программам, то на первый план выступает учет психолингвистических и экстралингвистических факторов обучения иностранному языку.

Ключевые слова: речевая компетентность, коммуникация, аутентичный текст, медиаречь, культурологическая спонтанная речь, безэквивалентная лексика, профессиональная коммуникация, медиатекст.

Традиционно преподаватели отдавали предпочтение тем иноязычным медиатекстам, медиадискурсам, которые представляли интерес с точки зрения особенностей английской стандартной лексики. Этим и объясняется то обстоятельство, что в основном аутентичные тексты были по возможности адаптированы, сокращены. Нестандартная, безэквивалентная лексика, неологизмы нередко были упущены или упрощены.

Повышение уровня речевой компетентности студентов–журналистов ориентировано на двустороннюю природу текста как продукта и процесса речетворчества. С одной стороны, речевая компетенция предполагает знание студентов о жанровых, стилистических, грамматических, лексических

признаках текста. С другой стороны, она предусматривает овладение способами деятельности, формирующими умения классифицировать тексты, распознавать их жанровые особенности, выделять стилистические, лексические приемы, применяемые в текстах, определять типы лексики и т.д.

Отбор масс–медийной лексики в процессе развития устной спонтанной речи требует учета и традиционных, и современных принципов обучения лексике.

А. А. Миролюбов, И. В. Рахманов, В. М. Цетлин в качестве основных принципов отбора речевого материала выделяют следующие принципы:

- семантический принцип лексики, отражающий наиболее важные понятия (используется при чтении литературы или при ведении беседы на иностранном языке);
- принцип стилистической неограниченности;
- принцип многозначности;
- принцип словообразовательной ценности (обеспечивает включение в минимум в первую очередь слов, способных дать наибольшее количество производных);
- принцип строевой способности (предполагает отбор строевых элементов языка — предлогов, артиклей, союзов и др.);
- принцип частотности (повторяемость слов в литературе);
- принцип исключения синонимов (из ряда отобранных для первоначального

списка синонимических значений в активный минимум выделяются только те слова, которые при наибольшей употребительности отличаются нейтральностью в стилистическом отношении) (Миролюбов, Рахманов, Цетлин, 1967: 46).

В рамках коммуникативной методики отбор и организация масс-медийной лексики по семантическому принципу представляется эффективным, поскольку спонтанная речь предполагает умение выделить ключевые понятия или вести беседы на иностранном языке.

Спонтанные тексты многофункциональны и для них характерны разные стили, поэтому принцип стилистической неограниченности может быть успешно использован в процессе обучения спонтанной речи.

То же самое касается принципа многозначности, так как медиаречь достаточно сложное явление.

Достаточно продуктивным представляется принцип словообразовательной ценности, поскольку медиаречь изобилует различными словообразовательными моделями. То же самое относится к принципу строевой способности.

По принципу частотности исследователи не только выделяют нейтральные слова, но и выявляют неологическую лексику.

Принцип исключения синонимов во многих учебно-речевых ситуациях не представляется эффективным в том плане, что спонтанную речь трудно развивать на основе аутентичных медиатекстов, отказавшись от различной нестандартной, нейтральной или национально-маркированной лексики.

Более продуктивным представляется подход Дж. Сквивнера, разработавшего принципы отбора лексического материала в рамках коммуникативной методики. Согласно его подходу, слова:

– должны быть связаны данным событием или местом, где это событие происходит;

– должны принадлежать одним и тем же грамматическим категориям или областям использования;

– должны быть использованы для достижения определенной цели» (Scrivener, 2005: 24). Примечательно, что данные принципы тоже не могут считаться универсальными, поскольку в масс-медийном дискурсе слова не всегда связаны с данным событием, и нарушение лексического состава или грамматического строя является своеобразным приемом в журналистике.

С точки зрения развития коммуникативной компетенции, лежащей в основе развития иноязычной спонтанной речи, выделяется подход Е. И. Пассова, предлагающего следующие принципы отбора:

- коммуникативность (наличие у речевого образца определенной задачи говорящего);
- образцовость (обеспечение структурной стороны усвоения);
- частотность (частота употребления слова в речи) (Пассов, 1977: 45).

Этот подход отличается тем, что автор в качестве единицы отбора предлагает ситуацию и выдвигает принцип коммуникативности. Е.И. Пассов определяет главные задачи для говорения следующим образом:

- 1) Составляется по возможности полный список ситуаций в той сфере общения, к которой готовят учащихся;
- 2) Из системы данной сферы выделяют наиболее употребительные речевые единицы и устанавливают речевые образцы всех уровней;
- 3) Речевые образцы распределяются по ситуациям в последовательности, которая зависит от различных факторов обучения;
- 4) Для каждой ситуации отбираются лексические единицы в зависимости от необходимости действий в данной ситуации (Пассов, 1977: 62).

Не менее важным является сопоставительный анализ типологии формул речевого этикета. В ситуативном обучении лексике очень трудно опреде-

лить границу между первым и вторым. Как известно, речевой этикет – это система правил речевого поведения и устойчивых формул вежливого общения, являющийся функционально-семантической универсалией. При этом практическое осуществление средствами массовой информации речевого этикета должно производиться с учетом своеобразия речевого поведения, правил общения, обычаев и ритуалов определенного региона или социума.

Журналисты должны последовательно изучать разговорную, ненормативную лексику, поскольку они так или иначе имеют косвенное или прямое отношение к так называемой «бульварной прессе». Различные примеры из англоязычной бульварной прессы доказывают, что для того, чтобы понять и воспроизвести масс-медийные тексты такого характера, журналисты должны преодолеть трудности грамматического, лексического, стилистического характера.

Очевидно, что студенты должны выделить и перевести те слова и выражения, которые являются яркими примерами разговорной и просторечной речи. Английские журналисты используют в своей речи различные идиомы, каламбуры, пословицы и поговорки. Например:

Hit the beach означает «выйти, высадиться на берег; высадить десант: Have you heard? We hit the beach this morning. (**I. Shaw, 'The Young Lions', ch. 25**). В данном контексте перевод идиомы не позволяет понять смысл предложения.

Для ее понимания нужны другие меры.

Проблема состоит в их распознавании, переводе и, конечно, использовании в активной речи.

Широкое использование иных стилистических средств, приемов и фигур речи, таких как гиперболы, литоты, образные сравнения, метафоры (в том числе развернутые и «застывшие», лексикализованные), метонимия, паронимическая атт-

ракция (особенно в рекламных текстах), иносказания, эвфемизмы и др. (чаще характеризует авторские материалы, комментарии, статьи и заметки на различные темы и т.п.).

Очевидно, что только на перформативном уровне реализации речевых навыков и умений можно в должной мере усвоить речевой этикет. Знание правил речевого этикета, их соблюдение позволяет человеку чувствовать себя уверенно и непринужденно, не испытывать неловкости и затруднений в общении.

При отборе масс-медийной лексики важно учесть стилистическую оппозицию — оппозицию между нормой и отклонением от нее. Пользуясь термином, предложенным Ю. М. Скробневым, здесь имеет место оппозиция «между традиционно обозначающим и ситуативно обозначающим» (**Арнольд, 1981: 55**).

Как известно, реалии переводятся с трудом и считаются безэквивалентной лексикой. Термин «безэквивалентная лексика» в русскоязычной литературе впервые стали использовать Е.М.Верещагин и В.Г.Костомаров. По их мнению, безэквивалентной лексикой являются «слова, служащие для выражения понятий, отсутствующие в иной культуре и в ином языке, слова, относящиеся к частным культурным элементам, т.е. к культурным элементам, характерным только для культуры А и отсутствующим в культуре В, а также слова, не имеющие перевода на другой язык, одним словом, не имеют эквивалентов за пределами языка, к которому они принадлежат» (**Верещагин, Костомаров, 1983: 53**).

При обучении иноязычной спонтанной речи следует учесть то обстоятельство, что студенты преодолевают определенные стереотипы межкультурного характера. В этом плане большое значение имеют национально – психологические лакуны. Например, когда не совпадают виды культурной символики, характерные для различных

этносов: «для японцев листья папоротника – знак пожелания удачи в наступающем году, а в русском узусе папоротник ассоциируется со смертью, кладбищем» (Соловова, 2006: 3).

Студенты должны постепенно усваивать кинесические и рутинные лакуны. При изучении поведенческих лакун, особенно эффективными представляется использование видеоматериалов в учебных целях. Правильная интерпретация жестов, принятых в чужой культуре, имеет первоначальное значение. Не менее важным представляется проблема обучения правильному и адекватному реагированию на всевозможные лакуны бытового или рутинного характера.

Принципиально важно выработать способы усвоения лакун в учебно-речевых ситуациях. В методике преподавания иностранных языков существуют различные подходы к преодолению различий двух культур.

Ю. А. Сорокин, И. Ю. Марковина выделяют два способа преодоления культурных лакун: заполнение и компенсация.

Комментирование может иметь учебный характер. Ю. В. Скугарова выделяет два основных способа комментирования:

– энциклопедический (сообщаются конкретные, точные сведения, заимствованные из справочных источников);

– исследовательский; комментарий, составленный таким образом, должен иметь лингвострановедческий характер (раскрывать национальные особенности восприятия внеязыкового факта) (Скугарова, 2001: 13–14).

При обучении спонтанной речи продуктивны оба способа. На начальном этапе эффективен энциклопедический способ комментирования. На среднем и продвинутом этапах студенты с удовольствием применяют исследовательский способ комментирования.

При использовании этих способов важно развивать фоновые знания, которые

представляют «совокупность представлений о том, что составляет реальный фон, на котором разворачивается картина жизни другой страны, другого народа» (Федоров, 1983: 146).

Исходя из этого, необходимо предлагать студентам аутентичные, актуальные тексты, содержащие много новых терминов, реалий и неологизмов.

В этом плане масс-медийные тексты представляются более эффективным средством в процессе усвоения иноязычной лексики.

Важно, чтобы студенты изучали способы образования новых слов в английской масс-медиа, имели четкое представление о словопроизводстве, словосложении, конверсии, сокращении, что позволяет определить тип словообразования, догадаться о значении слова в данном контексте.

Как известно, в современной методике в рамках когнитивной лингвистики в разных обучающих курсах для отбора слов создаются фреймовые словарные статьи. Эти словари представляют тематически отобранные концепты. Очевидно, что соответствующий масс-медийный концепт может быть представлен и стандартными и нестандартными словами, фразами, идиоматическими выражениями. В этом плане не менее важными представляются неологизмы: потенциальные слова и окказионализмы.

Использование масс-медийных текстов в учебных целях имеет ряд преимуществ, и недостатков. Не секрет, что в англоязычных СМИ встречаются не только образцы стандартной, но и нестандартной лексики. Все чаще в масс-медийных текстах или медиатекстах стало встречаться употребление жаргонизмов и сниженной лексики.

Таким образом, при отборе лексического материала учитываются не только традиционные принципы, но и данные анализа познавательных, перспективных потребностей студентов.

Принципиально важно четко опреде-

лить все темы и подтемы изучаемого материала. Если лексический материал отбирается не только по традиционным схемам и программам, то на первый план выступает учет психолингвистических и экстралингвистических факторов обучения иностранному языку.

При осуществлении отбора профессионально-ориентированной журналистской

лексики важно четко определить соотношение разговорной, профессиональной и специальной лексики, так как спонтанная речь журналиста не может состоять только из профессиональной или специальной лексики. Развитие умений компонентного, филологического и дискурсивного анализа лексики является важным условием обучения спонтанной речи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка /стилистика декодирования/. Учеб. Пособие для студентов пед. ин-тов по специальности № 2103 «Иностранные языки». Изд. 2-е, перераб. Л. Просвещение, 1981. – 295 с.
2. Верещагин Е.М., Костомаров, В.Г. О предметах, объеме и функциях лингвострановедения // Лингвистический аспект в преподавании русского языка как иностранного. Москва 1984. – 188 с.
3. Общая методика обучения языкам в средней школе. Под ред. А.А. Миролюбова. И.В. Рахманова, В. С.Цетлин, М., 1967. – С. 4-48.
4. Пассов Е.И. Основы методики обучения иностранным языкам. М.: Высшая школа, 1977. – 166 с.
5. Скугарова Ю. В. Проблемы понимания иноязычного литературно-художественного текста: Фак. ин.яз. – М., 2001– 21с.
6. Соловова Е.Н. Методика обучения иностранным языкам. Практикум к базовому курсу: Учебное пособие для вузов. — М.: АСТ: Астрель, 2008. — 192 с.
7. Федоров А.В. Основы общей теории перевода. М.: Высшая школа, 1983– 303 с.
8. Scrivener Jim Learning Teaching: A guidebook for English language teachers, Macmillan Publishers Limited. – 2005. 431p.– pp. 20–34.

ԶԱՆԳՎԱԾԱՅԻՆ–ԼՐԱՏՎԱԿԱՆ ԲԱՌԱՊԱՇԱՐԻ ԸՆՏՐՈՒԹՅԱՆ ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐԸ ՈՒՍԱՆՈՂ–ԼՐԱԳՐՈՂՆԵՐԻ ԻՆՔՆԱԲԵՐԱԿԱՆ ԽՈՍՔԻ ՈՒՍՈՒՑՄԱՆ ԸՆԹԱՑՔՈՒՄ

ԱԼԼԱ ՄԿՐՏՉՅԱՆ

*Խաչատրուր Աբովյանի անվան հայկական
պետական մանկավարժական համալսարան,
ռուսաց լեզվի ամբիոնի դասախոս, մ.գ.թ.*

Զանգվածային–լրատվական բառապաշարի ընտրության գործընթացում անհրաժեշտ է հաշվի առնել ինչպես ավանդական, այնպես էլ ժամանակակից բառապաշարի ընտրության և ուսուցման սկզբունքները, ինչպես նաև ուսանողների ճանաչողական, հեռանկարային պահանջմունքները:

Սկզբունքային նշանակություն ունեն ուսումնասիրվող նյութի թեմաները և ենթաթեմաները՝ հաշվի առնելով օտար լեզվի ուսուցման արտալեզվաբանական և հոգելեզվաբանական գործոնները:

Լրատվական բառապաշարի ընտրությունն իրականացնելիս անհրաժեշտ է հստակորեն որոշել խոսակցական, մասնագիտական և հատուկ բառապաշարի հարաբերակցությունը, քանի որ լրագրողի օտարալեզու ինքնաբերական խոսքը չի կարող բաղկացած լինել միայն մասնագիտական կամ հատուկ, մասնահատուկ բառապաշարից:

THE PROBLEM OF SELECTING MASS–MEDIA VOCABULARY TO TEACH
SPONTANEOUS SPEECH TO STUDENT–JOURNALISTS

ALLA MKRTCHYAN

*Armenian State Pedagogical University after Khachatur Abovyan
Candidate of Pedagogical Sciences, Lecturer of Russian.*

In the process of selecting mass–media vocabulary it is necessary to take into account both the traditional such as modern principles of selecting and teaching vocabulary and students' cognitive, perspective needs.

The selection of the topics and subtopics of the teaching material are principally importance taking into account the extra–linguistic and psycholinguistic factors of teaching foreign languages.

In the process of selecting mass–media vocabulary it is necessary to clearly determine the correlation of colloquial, professional and special vocabulary as the foreign spelling of the journalist can not only be composed of professional or specific vocabulary.