

Метафора является основным, но не единственным инструментом манипуляции массовым сознанием, в связи с этим требуется рассмотрение всех языковых средств, с помощью которых осуществляется скрытое воздействие на массовую аудиторию с целью сформировать у нее определенные политические представления и позиции.

Литература

1. Баранов, А. Н. Очерк когнитивной теории метафоры / А. Н. Баранов, Ю. Н. Караулов // Русская политическая метафора. Материалы к словарю. — М., 1991. — С. 184–193.
2. Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон. — М. : Едиториал УРСС, 2004. — 256 с.
3. Мохова, Е. К. Военная метафора в политическом дискурсе президентов Барака Обамы и Николя Саркози / Е. К. Мохова // Молодой ученый. Филология. — Вып. 14. — Чита : Молодой Ученый, 2010. — 327 с.
4. Тибиныко, Н. Д. Манипуляция в политическом дискурсе / Н. Д. Тибиныко // Вестник Челябинского государственного университета. № 3. Филология. Искусствоведение. Вып. 50. — Челябинск : Изд-во «ЧелГУ», 2011. — 218 с.
5. Тихомирова, Е. А. Метафора в политическом дискурсе / Е. А. Тихомирова // Методология исследований политического дискурса. — Вып. 1. — Минск, 1998. — С. 214–221.
6. Шейгал, Е. И. Язык и власть / Е. И. Шейгал // Языковая личность : проблемы лингвокультурологии и функциональной семантики. — Волгоград, 1999. — 272 с.

Использование технологии ментальных карт («mind-mapping») в процессе усвоения информации на иностранном языке

*Панасеня Е. А., магистрант ГрГУ им. Я. Купалы,
науч. рук. Короткевич Ж. А., канд. пед. наук, доц.*

В настоящее время наблюдается значительное увеличение объемов информации на иностранном языке во всех областях научных знаний. В связи с этим в процессе выполнения научно-исследовательской работы можно столкнуться с необходимостью поиска, анализа и систематизации информации в большом количестве печатных текстов и видеовербальных нетекстовых материалов. При этом зачастую используются малоэффективные

технологии аннотирования или конспектирования, что приводит к низкому уровню усвоения материала в систематическом целостном виде [1].

Составление ментальных карт («mind-mapping») является одной из наиболее эффективных технологий, призванных облегчить понимание и усвоение информации, воспринимаемой в процессе чтения, аудирования или аудиовизуализации на иностранном языке.

Эта технология появилась на стыке психологии и информатики и представляет собой принципиально иной способ аналитического представления информации, основанный на графическом отображении ассоциативных, не обязательно логических, связей [1]. При этом суть работы с информацией заключается в своеобразном «наведении моста» между мышлением и фиксацией информации в письменной форме. Любая идея сначала представляется в виде ассоциативной и выразительной картины. Под выразительностью понимается разнообразие ментальных проекций. Например, на одной интеллект-карте можно и даже желательно использовать графические элементы, числа, слова, символы, цвет, работать с линиями и другими примитивами, использовать объемные элементы и прочие доступные человеку средства. В результате такого подхода формируется образ идеи, темы, проекта, конспекта, аннотации, задачи, решения, ситуации и др.

Область применения данной технологии весьма обширна: от мозгового штурма в учебных условиях до принятия важных решений в бизнес-планировании.

Технология картирования позволяет человеку справиться с большим информационным потоком, управлять им и структурировать его. В процессе составления ментальной карты человек избавляется от страха забыть или потерять какие-то сведения, утонуть в море информации [2].

Технология «mind-mapping» применяется для записи мыслей, идей, разговоров. При этом запись происходит быстро, ассоциативно, в виде некоего «хаоса» на бумаге. Тема находится непосредственно в центре листа бумаги или монитора, что позволяет автору, а позже реципиенту ментальной карты, фокусировать внимание именно на ней. Таким образом, мы рассматриваем картину, исходя из центра, постепенно перемещаясь к периферии, при этом двигаться можем в разных направлениях [3].

Использование ментальных карт позволяет увидеть ход мыслей автора; проанализировать и лучше понять рассматриваемые явления, тему, проблему [4].

Готовая ментальная карта может быть продуктом мыслительной деятельности одного человека или группы людей, выражающим индивидуальное видение той или иной проблемы, явления и создающим пространство для проявления креативных способностей как отдельно взятого индивида, так и целой группы исследователей.

Литература

1. Фадеев, А. Ю. Применение технологии «mind-mapping» в научно-исследовательской работе студентов / А. Ю. Фадеев // Электронная библиотека ТФ ЧелГУ [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://elf.ucoz.net/publ/problemu_prigranichnykh_territoriy/matematika/primenenie_tekhnologii_mind_mapping_v_nauchno_issledovatelskoj_rabote_studentov/4-1-0-11. — Дата доступа : 30.10.2014.
2. Мюллер, Х. Составление ментальных карт : метод генерации и структурирования идей / Х. Мюллер ; пер. с нем. В. В. Мартыновой, М. М. Дремина. — М. : Омега-Л, 2007. — 126 с.
3. Михалева, Н. Г. Приемы и методы эффективного обучения различным видам чтения / Н. Г. Михалева [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://refy.ru/71/247393-priemy-i-metody-effektivnogo-obucheniya-razlichnym-vidam-chteniya.html>. — Дата доступа : 27.10.2014.
4. Об интеллект-картах // Тренинг эффективного мышления. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.mind-map.ru>. — Дата доступа : 27.10.2014.

Проблематика делового текста

*Пасынков А. В., магистрант БГУ,
науч. рук. проф. Кожина А. А.*

Общение в широком смысле определяется как взаимодействие двух и более людей для обмена информацией познавательного или аффективно-оценочного характера [1, с. 33].

Субъектами общения могут являться как индивидуум, так и группа. Деловое общение — это процесс взаимодействия, способствующий обмену деятельностью, информацией и опытом, который подразумевает достижение результата, решения проблемы или реализации цели. Деловое общение — «такой вид общения между людьми, когда они ставят своей целью достижение деловой цели. Деловая цель бывает двух видов — предметная или информационная». [2, с. 16–17].

Предметом делового общения является дело. Это может быть заказ оборудования, бронирование, внесение предложения и многое другое. Дело — это как процесс, в котором участвуют субъекты общения, так и результат этого процесса. Основная цель — «достичь поставленной предметной или информационной цели: убедить партнера принять ваши конкретные предложения, побудить его предпринять конкретные действия в ваших интересах, дать вам необходимую информацию...» [3, с. 203].