

зовательной компетенции (развитие аналитических навыков и навыков самообучения).

Преподавание политической коммуникации на иностранном языке – междисциплинарный аспект, так как находится на стыке лингвистики, социологии и политологии (политическая коммуникация). Междисциплинарный подход в преподавании дает нам ряд преимуществ: помимо обучения языку, развитие навыков критического анализа, освоение приемов аргументации и ведения любого общественного диалога, знание коммуникативных стратегий, студенты приобретают дополнительные навыки самообучения и другое. Выделяя обучение политической коммуникации на иностранном языке в качестве отдельного аспекта, позволяет разработать более эффективную систему изучения и обучения коммуникативного поведения на иностранном языке. Это также позволит скорректировать цели обучения, более четко определить задачи обучения и требования, разработать систему контроля и упражнений, позволит по-новому взглянуть на занятие по иностранному языку.

РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В НОМИНАЦИИ И ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ПОСТСОВЕТСКИХ РЕАЛИЙ

Зудова С. А., Белорусский государственный университет

Во всех странах средства массовой информации (СМИ) стоят перед дилеммой выбора средств для выполнения неизбежной роли медиатора между частной и общественной сферами социальной жизни. В советское время официальная политика в области СМИ была нацелена на нейтрализацию различия между этими областями. События, считавшиеся общественно значимыми, были доступны для частного потребления, но лингвистически не переходили в частный стилистический регистр.

Однако, трансформации, происходящие в постсоветский период, изменили многие акценты в жизни общества. Такие явления постсоветской действительности (ПСД), как: падение уровня промышленного производства, монополизация в отдельных отраслях производства и торговли, формирование частного сектора, резкое сокращение государственных инвестиций, усиление криминализации экономики, рост безработицы, приватизация многих предприятий, появление мафиозных кланов не могли не остаться без внимания журналистов.

Современные газеты, телевидение пестрят разнообразием позиций и голосов, раскрепощенностью в выборе языковых средств. СМИ проходят как этап приватизации, так и этап персонализации, которая касается как наличия индивидуального голоса у отдельных публикаций, так и определенного адресата, ставшего потребителем конкурирующих изданий.

Исследование материалов англо-американской прессы показало, что, выбирая лексические средства для номинации явлений ПСД, журналисты используют как уже существующие в языке средства (специальная лексика – термины, профессионализмы: *federal kitty, economy in t ransition, free l abour m arket, voucher, market-oriented reforms, non-payment crisis* и др.), так и эмоционально-окрашенные окканизмы (*nomenklatura, Gorbimania, apparatchiks, businizzmeni*).

Исключительно важна роль СМИ как средств освоения иноязычной лексики. Л.П. Крысин утверждает, что «журналистика (особенно международная) — это главный канал вхождения иноязычной лексики в литературный язык и последующего ее освоения» [1]. Воспринимая и осваивая иноязычные слова, журналистика обогащает язык, расширяя его средства выражения, вводя новые оттенки значений.

В целом процесс заимствования иноязычной лексики в разумных пределах, учитывающий потребности заимствующего языка, несомненно, прогрессивен, т.к. расширяет коммуникативные и номинативные возможности речи.

При номинации явлений ПСД журналистами часто используются разнообразные оценочные средства. Это происходит не случайно, причиной этому, как справедливо отмечает А.А. Уфимцева, является то, что «вокруг имен, называющих предметы объективного мира, естественные рода, как равным образом и артефакты, создается совокупность дополнительных признаков, добытых познающим субъектом в итоге эмпирического использования и соответствующей оценки данной объективной сущности» [3].

С чисто языковой точки зрения приобретение оценочной окраски следует рассматривать как обогащение, углубление семантики слова, ибо в этом случае оно не только называет предмет, но и выражает отношение к нему говорящего. Создавая многообразные средства оценочности, нередко имеющие выразительный характер, журналистика удовлетворяет важные потребности общества в оценочном наименовании, квалификации предметов действительности [2].

СМИ обращаются к самым разнообразным языковым ресурсам, словесным пластам, источникам, в поисках точных, выразительных и оценочных средств, наиболее полно отражающих суть явления, способствуя тем самым глубокому максимальному выявлению смысловых и выразительных ресурсов слова, обогащению синонимии, уточнению семантики средств выражения, сгущению эмоциональных, оценочных возможностей слова и, в конечном счете, раскрытию всех его богатств.

Литература

1. Крысин Л.П. Иноязычные слова в современном русском языке / Л.П. Крысин. М., 1968. С. 35–38.
2. Солганик Г.Я. Роль журналистики в развитии и обогащении литературного языка / Г.Я. Солганик // Принципы функционирования языка в его речевых разновидностях. Пермь, 1984. С. 57–66.
3. Уфимцева А.А. Лексическое значение. Принципы семиологического описания лексики / А.А. Уфимцева. М.: Наука, 1986.

К ПРОБЛЕМЕ УЧЕТА ОСОБЕННОСТЕЙ ВОСПРИЯТИЯ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

Ивашкевич И.Н., Белорусский государственный университет

На современном этапе развития общества процесс обучения иностранному языку как средству межкультурного общения требует новых подходов к разработке современных технологий обучения, к расширению профессиональных