

Литература

1. Кандыбович, Л.А., Мудрик, А.В. Менеджмент знаний. Терминологический словарь-справочник / Л.А. Кандыбович, А.В. Мудрик. – Минск: Хервест, 2010. – 752 с.
2. Малая российская энциклопедия прогностики. – М.: Институт экономических стратегий, 2007. – 328 с.
3. Морковкин, В.В. О базовом лексикографическом знании // Учебники и словари в системе средств обучения русскому языку как иностранному: Сб. статей / Под ред. В.В. Морковкина, Л.Б. Трушиной. – М.: Русский язык, 1986. – С. 102-117.
4. Московкин, В.М. Google Books и «культурологические тренды» / В.М. Московкин // НТИ. Сер. Организация и методика информационной работы. – 2012. - № 7. – С. 27 – 34.
5. Нейсбит, Дж. Мегатренды; Пер. с англ. / Дж. Нейсбит. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2003. – 380 с.
6. Словарь современного русского литературного языка: В 17 т. – Т. 15. – М.: Академия наук ССР, 1963. – 643 с.
7. Штомпка, П. Социология. Анализ современного общества; Пер с польск. / П. Штомпка. – М.: Логос, 2008. – 664 с.
8. Щербин, В.К. О методологии выявления лексикографических мегатрендов / В.К. Щербин // Проблемы взаимодействия славянских языков и культур в их истории и современном состоянии. Сб. науч. статей. – Брянск: БГПУ, 2011. – С. 339 – 346.
9. Hayes, B. Bit Lit: With digitized text from five million books, one is never at a loss for words / B. Hayes // American Scientist. – 2011. – Vol. 99. - № 3. – P. 190-194.
10. The Oxford English Dictionary. – 2nd ed. – Vol. XVII. – Oxford, 2004. – 1015 p.

Зайцева В.А.

Белорусский государственный университет, Минск

ЯЗЫК И ИДЕОЛОГИЯ КАК КЛЮЧЕВЫЕ ПОНЯТИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Общеизвестно, что понятия культуры, языка и идеологии играют важную роль для понимания социальной реальности, которая является ключевым фактором межкультурной коммуникации. Раскрывая понятие идеологии, обратимся к концепции Б. Брауна, который констатирует, что все идеологии имеют следующие характеристики [1, с. 28 – 39].

- Идеология дает ответы на следующие важные вопросы и определяет подходы к ним: «Кто я? Зачем я здесь? Что мы должны делать, и как мы должны это делать?». Задача идеологии – дать ответы на эти и подобные важные вопросы.

- Идеология предполагает признание положения: идеология – это не только вера, это и обязательство действовать в поддержку своих убеждений, которые могут быть настолько сильными, что люди готовы умереть во имя своих идеологических убеждений.

- Идеология – это понятия, возникающие в сознании, отраженные в языке и определяющие понимание реальности.

- Идеология представляет собой набор коллективных понятий, которые присущи большинству представителей общества.

Основополагающая концепция языка идеологии состоит в том, что он отражает культурный мир говорящего, поскольку идеи не существуют в отрыве от языка. С точки зрения П.Г. Джеймса мы все используем слова таким образом, что они отражают наши жизненные интересы, ценности, желания или культурный мир существования и общения [2, с. 29].

Итак, язык идеологии определяет реальность, это путь, посредством которого мы воспринимаем смысл высказывания. Принимая во внимание факт, что основная цель языка – общение, которое предполагает не только передачу информации, но и передачу убеждений, отношений и эмоций, можно сделать вывод что, язык и идеология тесно взаимодействуют, и, исследуя язык, можно лучше понять динамику идеологии в кросс-культурной коммуникации.

Основная коммуникативная функция идеологии в соответствии с концепцией Дж.Б. Томпсона – поддерживать классовые отношения, скрывая их с помощью идеологических стратегий [3, с. 28], среди которых можно выделить следующие [4]:

1. *Легитимация* – акт, обеспечивающий легитимность, в социальных науках означающий процесс, при котором акт, или идеология подтверждают законность норм и ценностей данного общества. Легитимация, апеллируя к законности принятых правил и используя цепочки рассуждений с целью убеждения аудитории в справедливости существующих общественных отношений, базируется на рациональных, традиционных и харизматических основаниях.

2. *Диссимуляция* (притворство, маскировка) – форма обмана, утаивание правды или полуправда, искажение фактов. Стратегия реализуется с помощью следующих средств:

- 1) подмена понятий, когда для обозначения одного объекта используется термин другого с целью передачи ему положительных или отрицательных коннотаций;

- 2) эвфемизация (например, американцы *не уничтожили (didn't destroy)* вьетнамские деревни, они *реконструировали (disassembled)* их);

3) отрицательные лексикализации – подбор (весьма) негативных слов, для характеристики действий представителей, относящихся к противоположным идеологическим позициям (например: *destroy, traumatize, terrorism, paralyzing fear*, и т. д.);

4) отрицательные сравнения (сравнение Дж. Буша и С. Хусейна с Гитлером во время войны в Персидском заливе являются хорошо известными примерами);

5) использование тропов таких как: *сinekдоxa* (*America for the USA, the Oval Office for the position or function of the USA President*); *метонимия* (*Pentagon – United States Department of Defense, Wall Street New – New-York stock market, the Crown – British Royalty*); *метафора* (Тэтчер нередко называла Великобританию *большим человеком Европы / sick man of Europe*, сравнивая себя с *подходящим лекарством, которое могло бы исцелить нацию / the appropriate medicine which would cure the nation*).

3. *Унификация* как процесс приведения к единообразию реализуется в следующих формах:

1) стандартизация (попытки искоренения национальных языков в многоязычных государствах, например, *арабизация* берберских районов Алжира, или *англицизация* Великобритании);

2) символизация единства – создание символов единства (например, флаги, статуи, парламентские здания, символы королевской семьи).

4. *Фрагментация* как акт дробления оппозиционных идеологических групп реализуется с помощью следующих тактик:

1) дифференциация (разъединение людей с целью недопущения их к эффективному участию в управлении общественным строем);

2) устранение (создание образа врага, как внешнего, так внутреннего, против которого должны объединиться все здравомыслящие люди);

5. *Реификация* определяет ситуацию, когда социальные отношения приобретают черты природного, а не социального мира. Здесь выделяют две стратегии:

1) натурализация как вполне естественное положение дел (например, разделение труда между мужчинами и женщинами – результат физиологических особенностей и различий между полами);

2) увековечивание обычаев, традиций и устоев прошлого.

Все вышеприведенные стратегии идеологии непосредственно связаны с языком, так как «идеи в социальном мире вовсе не подобны облакам на летнем небе, которые, медленно перемещаясь, вдруг с раскатом грома или вспышкой молнии выливают свое содержимое. Идеи скорее циркулируют в социальном мире как высказывания,

выражения, слова, будь то в устной или письменной форме. Следовательно, изучение идеологии до некоторой степени предполагает изучение языка в социальном мире» [5, с. 211].

Именно знания языковых особенностей манипулятивного механизма идеологического дискурса служат пониманию реальности и являются важной составляющей компетенции переводчика, от которого во многом зависит эффективность общения и взаимопонимание в процессе межкультурной коммуникации.

Литература

1. Brown, L.B. Ideology / L.B. Brown. – Harmondsworth: Penguin Education, 1973. – 208 p.
2. James, P.G. Social Linguistics and Literacies: Ideology In Discourses / P.G. James. – Taylor and Francis, 2008. – 256 p.
3. Thompson, J.B. Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication / J.B. Thompson. – Cambridge: PolityPr.; Stanford: Stanford UP, 1990. – 362 p.
4. Cultsock [Electronic resource]. – 2012. – Mode of access: <http://www.cultsock.org/index.php?page=media/ideoldet.html> – Date of access: 12.09.2012.
5. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация: Учеб. пособие / С.Г. Тер-Минасова. – М.: Слово / Slovo, 2000. – 624 с.

Цвирко Е.И.

Белорусский государственный университет, Минск

ФОРМИРОВАНИЕ ГОТОВНОСТИ К МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В УСЛОВИЯХ ИСКУССТВЕННОЙ ЯЗЫКОВОЙ СРЕДЫ

В последние десятилетия изменения в характере обучения происходят в контексте глобальных образовательных тенденций. К их числу относятся: новое качество образования (массовый характер и непрерывность); значимость образования как для конкретного человека, так и для общества в целом; ориентация личности на активное освоение способов познавательной деятельности; адаптация образовательного процесса к запросам и потребностям общества. Общим для всех тенденций является акцентуация формирования социально-активной и профессионально востребованной личности.

В рамках современного образовательного пространства меняется статус организации учебного процесса, отбор объема и содержания