

тивный диктант. Интерактивный метод обучения как никогда востребован в наше время. Для работы предлагаются тексты различной функционально-стилевой принадлежности, отрывки из художественных текстов «школьной программы», стихи и др. - выбор широкий.

Выполнение интерактивного диктанта не только способствует корректировке орфографии и пунктуации, но и позволяет «вспомнить» классику. Многие студенты после выполнения диктанта – перечитывают знакомые произведения, читают впервые те произведения, на которые не обратил внимания в школе, читают тексты современных авторов и т.д. Через интерактивный диктант можно знакомиться и с новыми именами.

Сам процесс интерактивного выполнения диктанта прост, достаточно лишь навести курсор на слово и высветится нужное правило написания, такой подход позволяет не тратить время на поиск слова в справочной литературе. В целом выполнение диктанта занимает 5-8 минут в зависимости от количества слов. Если интерактивный диктант проводить регулярно, то, как показал опыт, можно улучшить свои навыки в орфографии и пунктуации.

Современные технологии требуют от человека не только качественных профессиональных знаний, но и безупречной грамотности. Спрос на «грамотный русский» увеличивается, в этом можно убедиться, проанализировав требования к соискателям многих престижных вакансий.

Т.П. Ковина отмечала, что «в новых условиях необходимо создавать и новые технологии обучения, когнитивные, т.е. пути, приемы, способы, позволяющие обеспечить эффективное понимание обучающимися реального мира, успешную адаптацию к жизни в информационно перенасыщенной среде и интеллектуальное развитие, например, с помощью специальной системы заданий, обеспечивающих логическую переработку информации».

Интерактивный диктант, как новый, современный метод обучения позволяет человеку самостоятельно и непредвзято оценить, например, свой уровень грамотности, улучшить ее качество, а также в интерактивном режиме получить более полную информацию по любым вопросам образовательного направления.

Существует мнение, с которым мы полностью согласны, что лучшее образование – это самообразование. Поэтому необходимо не уставать совершенствоваться каждый день. Тем более, что в XXI веке, даже живя в постоянной цейтноте, можно выделить время на самообразование с помощью современных гаджетов, что позволяет обучаться в любом удобном для вас месте и в удобное время.

### Литература

1. Азимов Э.Г., Щукин А.Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) — М.: Издательство ИКАР, 2009. – 448 с.
2. Ковина Т.П. Когнитивный подход в обучении / Материалы 77-й международной научно – технической конференции ААИ «Автомобиле- и тракторостроение в России: приоритеты развития и подготовка кадров». Сб. МГТУ «МАМИ», 2012. – С. 299-301.
3. Краснова Г.А. Теория и практика создания образовательных электронных изданий. – М.: Изд-во РУДН, 2003. – 241 с.

### **О языковой эквивалентности при межкультурном взаимодействии**

к.ф.н. проф. Омеляненко Т. Н.

Университет машиностроения

8 916 099-71-79, [omelia-post@mail.ru](mailto:omelia-post@mail.ru)

*Аннотация.* В статье рассматривается необходимость учета культурологических факторов в преподавании иностранного языка и перевода для достижения языковой эквивалентности при межкультурном общении. Рассматриваются вербальные и невербальные способы выражения эмоций в английском и русском языках, поскольку эмоции являются наиболее частым фактором, влияющим на успешность межкультурной коммуникации.

*Ключевые слова:* культурологические факторы, языковая эквивалентность, межкультурная коммуникация, вербальные и невербальные способы общения.

Необходимость изучения и преподавания иностранного языка в неразрывной связи с культурой страны стала аксиомой. Из самого термина «межкультурная коммуникация» следует, что при общении взаимодействуют не только языки, но и культуры стран общающихся сторон. Это нашло отражение в многочисленных работах исследователей по выявлению конкретных межкультурных различий и сходств, а также в современных учебниках иностранного языка всех уровней. Кроме того, культурологические аспекты языковой деятельности составляют неотъемлемую часть работы переводчика и обучения переводу.

Культурно-языковая компетентность обуславливает успешность или неуспешность нашего интернационального общения во всех сферах: учебе, работе, отдыхе, туризме, дружбе и даже браке. Эта компетентность очень важна и для формирования имиджа страны, нации, национального характера, которые представлены не только искусством, литературой, музыкой, но и определенными стереотипами поведения. Недооценка важности культурологической информации может привести к нежелательным последствиям. Так, например, не совсем адекватное, а порой и неуместное поведение и речь наших соотечественников в сфере туризма привели к тому, что в европейских туристических фирмах появились заявки на «туры без русских».

Тема разницы культур и языков бесконечна и разнообразна, поэтому ограничимся лишь некоторыми явлениями, наиболее очевидными, частыми и влияющими на успешность межкультурной коммуникации и перевода – выражении чувств и эмоций в разных культурах: сочувствия, симпатии, расположения, оценки, благодарности. Рассматриваются вербальные и невербальные способы выражения.

Всем людям, независимо от их языка и национальной принадлежности, свойственно испытывать эмоции. Однако доля эмоционального и рационального у разных народов может варьироваться, как варьируются и сами эмоции, а также предпосылки, вызывающие их. Одна и та же ситуация или событие не обязательно вызывают одинаковые эмоции у представителей разных культур. Так, например, проблемы во взаимоотношениях в большей степени огорчают японцев, чем европейцев; ситуации успеха, напротив, являются причиной большей радости для европейцев, чем для японцев.

При изучении национально-культурных особенностей коммуникации особого внимания заслуживает вопрос не столько о том, какие эмоции испытывают представители разных культур в тех или иных ситуациях, а о том, как они их проявляют. Эмоции справедливо относят к одному из важнейших различий между культурами, находящих яркое отражение в языке и речи.

Эмоции, выражаемые представителями разных культур, могут отличаться степенью экспрессивности, направленностью, значением, целевыми установками. В одних культурах приветствуется свободное проявление эмоций (арабы, латиноамериканцы), в других предпочитается сдержанность и самоконтроль (англичане, и особенно - китайцы, японцы). Конечно, это не дает основания считать один народ эмоциональным, а другой холодным и сдержанным, поскольку связь между проявлением эмоций и чувствами, испытываемыми при этом, не всегда прямая и однозначная.

В межкультурном общении важно уметь правильно интерпретировать те или иные проявления эмоций, дать им верное толкование. Это касается как вербального, так и невербального общения, между которыми существует определенная взаимосвязь.

Одним из ярких различий в невербальном проявлении эмоций является улыбка, на национальный характер которой обращали внимание многие исследователи. У разных народов существуют различные нормы и ожидания в отношении того, когда и как следует улыбаться. Сравнивая английскую и русскую улыбки, С.Г. Тер-Минасова, отмечает, что в англоязычном мире улыбка – это не только биологическая реакция на положительные эмоции, но и формальный знак культуры, не имеющий ничего общего с искренним расположением к тому, кому ты улыбаешься; это знак того, что у вас нет агрессивных намерений, способ фор-

мальной демонстрации окружающим своей принадлежности к данной культуре, к данному обществу [Терминасова, 2000, с. 190]. Такая улыбка выполняет социальную функцию, т.е. функцию общественного взаимодействия.

Знаменитая американская улыбка выполняет сразу несколько функций: она может быть обязательным компонентом обслуживания, а также социальным признаком преуспевания. Она может использоваться в идеологической пропаганде как наглядное доказательство счастливой жизни в этой стране. Наконец, она является демонстрацией оптимизма как национальной черты характера.

Но даже постоянно улыбающиеся американцы и англичане не могут не удивляться при виде китайцев и японцев, которые улыбаются, рассказывая о драматических и даже трагических событиях, например, о смерти своих близких. Такая улыбка шокирует, может показаться бесчеловечной, если не понимать ее истинного значения.

Улыбаясь, китайцы стараются не показывать отрицательные эмоции, снизить негативное воздействие печального события на собеседника, не огорчать его этим, т.е. их улыбка тоже является социально направленной. Часто за такой улыбкой кроется смущение либо трудности, возникающие в общении, что европейцами воспринимается как проявление согласия и удовлетворения и приводит к серьезному непониманию между собеседниками.

В России улыбка – это выражение естественного искреннего расположения, симпатии, хорошего отношения к окружающим, т.е. русская улыбка передает эмоциональную информацию. Русские люди улыбаются гораздо реже, чем англичане или американцы, и в тех ситуациях, когда они действительно испытывают положительные эмоции: когда видят или слышат что-нибудь забавное, или общаются с друзьями, в привычном кругу. Однако улыбаться незнакомым людям на улице у русских не принято. Данная особенность приводит к тому, что в глазах англичан мы выглядим хмурыми, мрачными, неприветливыми. Английская улыбка, в свою очередь, воспринимается русскими как неискренняя, фальшивая, вызывающая подозрительность.

Такое отношение к «западной» улыбке можно обнаружить и в русском языке, где сочетания *дежурная улыбка*, *вежливая улыбка*, *приклеенная улыбка* имеют отрицательную коннотацию «*неискренняя*». Более того, с легкой руки одного из сатириков появилось сочетание «хроническая улыбка» с намеком на болезнь, т.е. на долгое аномальное, неестественное состояние.

Негативное отношение к слишком частой или постоянной улыбке как к неестественной и неискренней форме выражения эмоций прослеживается и во фразеологии, особенно ярко выражающей коллективный жизненный опыт многих поколений народа, всю его систему ценностей и общественную мораль: «*Набьет и улыбка оскомину*», «*На что зубы скалил, то на себя и напялил*».

Что касается английского и американского языкового сознания, то здесь проявилась общая положительная оценка западной культурой улыбки вообще, включая формальную, а также отношение к улыбке как к активному позитивному средству воздействия в коммуникации: “*Smile of fortune*”, “*Keep smiling!*”

Для русской культуры характерно открытое проявление эмоций как положительных, так и отрицательных. В английской же коммуникативной культуре сдержанность и самоконтроль принято считать одними из основных черт английского коммуникативного поведения, ориентированного на чувства других. Демонстрация своих чувств, особенно отрицательных, не приветствуется. Такие слова, как *emotional*, *effusive*, *demonstrative*, *excitable* имеют отрицательную коннотацию, а слово *emotionalism* (*эмоциональность*) обозначает чрезмерное проявление эмоций, состояние, в котором человек теряет контроль над своими эмоциями.

В результате открытое, неконтролируемое проявление эмоций в русской культуре и контроль над проявлением эмоций, характерный для английского коммуникативного поведения, приводят к тому, что русские люди воспринимаются англичанами как излишне эмоциональные, англичане же в глазах русских представляются холодными и сдержанными. Американцы кажутся нам эмоциональнее англичан, но вежливо-равнодушными, не очень

отзывчивыми, а иногда даже черствыми, не проявляющими сочувствия.

Само отношение к сочувствию у русских и американцев очень различается и зависит от менталитета, уклада и образа жизни народа, столь различных в России и США. Сочувствие и сострадание к страждущим в России веками играли решающую роль в создании общественной атмосферы, а современный «позитивно мыслящий» американский оптимист никогда не испытывал бед, выпавших на долю русского народа, и для него неудачи – нечто недолговременное и преходящее как в работе, так и в личной жизни. Поэтому неудачник не вызывает такого сочувствия, как в России.

Разница в отношении американцев и русских к сочувствию и состраданию прямо выражается в семантике их языков. Если буквально перевести на английский такие восклицания, как «*Ах ты бедненький!*», «*Бедная моя!*», «*Бедняжка!*», которыми сердобольный русский человек утешает попавшего в беду, то будь на месте последнего американец, слова утешителя нанесли бы ему удар по самолюбию. Ни один американец не захочет, чтобы его считали «бедненьким». Именно поэтому такая лексика трудно переводится на английский – нет эквивалентов. Очень распространенное в русском языке слово «Бедняжка» выражает не только сочувствие, но и личное сострадание, что может не утешить, а унижить и разозлить американца. Поэтому утешая, нужно приободрить его, выразив надежду, что он справится: “*You poor thing! But I’m sure you’ll manage/come through this all right*” [Линн Виссон, 2007, с. 51].

Еще одним примером различий в проявлении эмоциональности у американцев, англичан и русских является выражение симпатии, ласки. В английском языке гораздо менее скромное место в сравнении с русским занимают уменьшительно-ласкательные формы. Это относится и к именам собственным, и к нарицательным. В русском языке имеется большое количество форм для выражения уменьшительно-ласкательного отношения к окружающим, тогда как в английском языке нет такого изобилия.

У большинства английских имен собственных подобные формы отсутствуют в отличие от русских, но у целого ряда английских имен есть краткие формы: Роберта в кругу друзей могут называть *Bob, Rob, Robbie*, а вместо имени *James* – *Jim, Jimmie, Jamie*, или *Jack*. Однако нужно обязательно спросить, какое имя человек предпочитает, иначе он может обидеться.

Некоторые нарицательные существительные имеют в английском языке уменьшительно-ласкательную форму: *dog – doggie, cat – kitty*, но их использование требует большой осторожности, т.к. большинство таких форм употребляются, главным образом, детьми, а взрослыми – в отношении к домашним животным. Попытки перевести русские *ложечка, чашечка кофе* как *a little spoon, a little cup of coffee* позабавят американца, а буквальный перевод таких русских слов, как *милая, дорогуша, ласточка, солнышко, лапочка*, прозвучит либо странно, либо уничижительно. Если назвать американскую девушку *girlie*, она воспримет это как оскорбление, а выражение *the dear little one* по отношению к ней вызовет смех [Линн Виссон, 2007, с. 152].

Приведенные выше примеры, показывающие большую интенсивность выражения чувств и эмоций у русских, казалось бы, позволяют считать их излишне эмоциональными, а англичан холодными и сдержанными. Однако категоричности таких выводов противоречит вербальное поведение представителей этих лингвокультур. Так, «холодные и сдержанные англичане» в общении часто демонстрируют удивительную эмоциональность и экспрессивность, давая оценку, как собеседнику, так и всему происходящему и наблюдаемому: *How absolutely marvelous! / You’re absolutely fantastic! / That’s brilliant*. В то же время «эмоциональные русские» в повседневном общении являются, по сравнению с англичанами, часто более сдержанными.

Сопоставляя английские оценочные реплики с их русскими соответствиями, можно обнаружить определенную асимметрию их экспрессивности: *Я рада, что ты придешь – I’m delighted you are coming / Мне очень понравился обед – I thoroughly enjoy the meal / Мы хорошо провели время – We had a great time*. [Ларина, 2006, с. 52]. Особенно часто такая гиперболлизированная оценка встречается при выражении благодарности, извинения, в комплименте: *I’m sorry for being late/ I’m so terribly sorry. / Your daughter is absolutely fantastic*.

*She is a genius.*

Понять противоречия и особенности вербального и невербального проявлений эмоций в разных культурах можно при помощи таких понятий, как эмоциональность и эмотивность. В первом случае эмоции носят естественный, спонтанный характер, являются открытой демонстрацией чувств; во втором – проявление эмоций носит преднамеренный характер и представляет собой определенную стратегию коммуникативного поведения.

Будучи используемыми в коммуникативных целях, эмоциональность и эмотивность имеют разную направленность и разное предназначение: эмоциональность сфокусирована в большей степени на субъекте (эмоции для себя), а эмотивность как сознательная, запланированная демонстрация эмоций направлена на объект (эмоции для других). Для русской коммуникации более характерна эмоциональность, а для английской и американской – эмотивность. Традиционная английская сдержанность касается эмоциональной коммуникации, но не эмотивной, которая является одной из характерных черт английского коммуникативного поведения и непосредственно связана с английской вежливостью, предписывающей преувеличивать интерес, симпатию к собеседнику, быть оптимистом.

Использование стратегии переоценки проявляется в частом использовании англичанами эмоционально нагруженных лексем (*great, excellent, perfect, wonderful, brilliant, fantastic, fabulous, marvelous, terrific, delighted, enjoyable* и др.) в отношении довольно прозаических вещей: *I'm happy with my cake/ Your rice is terrific*. Лексическое значение таких слов далеко не всегда соответствует выражаемому смыслу, поскольку они имеют эмотивное значение и являются эмфатическими эквивалентами прилагательных *good, nice*. Это надо учитывать как в коммуникации, так и в переводе.

Во многих контекстах эквивалентом прилагательного *happy* является русское *доволен, delighted* соответствует русским *рад/счастлив*, а глаголы *enjoy, love* понимаются и переводятся как *нравиться/очень нравится*. Словосочетание *a to feel happy* может выражать не эмоциональное состояние, а отношение, оценку. Такая гиперболизированность проявляется не только в разговорной речи, но и в официально-деловой, где она превратилась в своеобразные клише: *I am delighted to welcome you/ Dear Mr .../ Yours faithfully / Look forward to hearing from you*. Истинное значение подобных речевых формул, как и всей эмотивной коммуникации, заключается в том, что коммуниканты стремятся продемонстрировать свою симпатию, расположенность к собеседнику, сделать ему приятное.

Эту коммуникативную особенность необходимо учитывать при переводе: переводя текст на русский язык, следует понижать степень эмоциональной экспрессивности, поскольку русским читателем подобная завышенная эмоциональная оценочность будет восприниматься как неестественная, неискренняя, наигранная и может вызвать неверное толкование. При переводе русского текста на английский язык, напротив, целесообразно завышать степень эмоциональной экспрессивности, что позволит сохранить и адекватно передать эмоциональное звучание текста.

При устном общении, говоря на английском языке, следует не бояться преувеличивать, делать комплименты, давать завышенные оценки качествам, действиям собеседника и всему окружающему, широко употреблять для этого эмоционально-нагруженную лексику. Все это в большей степени будет способствовать взаимопониманию, преодолению стереотипов и межкультурных барьеров.

Итак, проявление эмоций является одним из важнейших различий между культурами. Оно в значительной степени определяет успешность или не успешность общения людей из разных стран независимо от их возраста, социального статуса и профессиональной отнесенности. Такое различие может проявляться как на вербальном, так и на невербальном уровне, и, стараясь добиться полного взаимопонимания при межкультурной коммуникации и переводе, следует очень ответственно отбирать языковые средства для достижения эквивалентности смысла.

### Литература

1. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М.: Слово, 2000.

2. Линн Виссон. Русские проблемы в английской речи. – М.: Р.Валент, 2007.
3. Ларина Т.В. К вопросу о выражении эмоций в разных культурах. – М.: Мосты, 2006, № 4(12), с. 50-55.

### **Страноведческий аспект в обучении английскому языку**

Прудникова В.А., Гриценко А.А

Университет машиностроения

[lera.prudnikova.1994@mail.ru](mailto:lera.prudnikova.1994@mail.ru), [linka1993@mail.ru](mailto:linka1993@mail.ru)

*Аннотация.* В данной статье рассматривается влияние такой учебной дисциплины как страноведение на процесс обучения иностранному языку.

*Ключевые слова:* страноведение, метод, аспект, речевые и коммуникативные навыки.

Без знания иностранного языка невозможно представить современного успешного человека. Но не следует забывать, что изучение языка - это долгая и кропотливая работа, которая требует особого терпения и упорства. Поэтому на протяжении всего процесса обучения достаточно сложно сохранить интерес к изучению языка. Целью данной работы является анализ эффективности использования такой дисциплины, как страноведение.

Страноведение – это процесс обучения иностранному языку, во время которого учащиеся знакомятся со страной изучаемого языка, ее географическими особенностями, территориальным устройством, политикой, экономикой, её историческим прошлым и культурой. Интересен тот факт, что слово, соответствующее русскому «страноведение», либо вообще отсутствует в русско-иностранном словаре, либо неоднозначно или неправильно переводится на другие языки. Российские филологи дают своё определение этому понятию. Страноведение, считает Томахин Г.Д., рассматривается как «учебная дисциплина, предметом которой является определенным образом отобранная и организованная совокупность экономических, социально-политических, исторических, географических и других знаний, связанных с содержанием и формой речевого общения носителей данного языка» [1]. По мнению Щукина А.Н., страноведение – это «базисная для методики наука, предметом которой является совокупность сведений о стране изучаемого языка». Щукин А.Н. полагает, что страноведческая информация «обеспечивает не только познавательные, но и коммуникативные потребности учащихся, способствуя формированию коммуникативной и социокультурной компетенции» [4]. Интересна точка зрения немецких исследователей-лингвистов Herde H., Kirsch E., Uhleman H. Они определяют страноведение как «принцип обучения и одновременно средство развития коммуникативной способности учащихся» [5]. По их мнению, объектом обучения страноведения является «общественный фон», интегрирующий в себе географический, социологический, этнографический и культурный элементы, а структуру общественного фона составляют следующие аспекты: территориально-структурный, исторический, теоретически-концептуальный, интернационально-сопоставительный и культурно-художественный.

Как бы не расходились взгляды учёных-филологов разных стран в определении понятия «страноведение», они приходят к одному, самому главному выводу – преподавание языка невозможно без опоры на культуру страны этого языка.

Таким образом, общепризнанным стало суждение о необходимости страноведческого подхода как одного из главных принципов обучения иностранным языкам.

Так какие же цели и задачи стоят перед страноведением? Попробуем ответить на этот вопрос. В системе образования целью можно назвать получение определённых знаний и навыков по тому или иному предмету при помощи определённой системы или методики. Какие цели выдвигает страноведение? Филолог А.Н. Щукин выделяет две цели страноведения: образовательную и воспитательную, которые связаны с обеспечением коммуникативных потребностей учащихся, реализуемых на изучаемом языке» [4].

Можно выделить следующие цели страноведения: