

Сухарева Т. Н., Москалёва Е. В.

**СПОСОБЫ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ НЕДОСТАТКА ЛЕКСИЧЕСКИХ ЗНАНИЙ У СТУДЕНТОВ  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА НЕЯЗЫКОВОГО ВУЗА**

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/1/2008/2-3/89.html](http://www.gramota.net/materials/1/2008/2-3/89.html)

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

**Альманах современной науки и образования**

Тамбов: Грамота, 2012. № 2 (9): в 3-х ч. Ч. III. С. 208-212. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/1.html](http://www.gramota.net/editions/1.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/1/2008/2-3/](http://www.gramota.net/materials/1/2008/2-3/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [almanac@gramota.net](mailto:almanac@gramota.net)

**Табл. 1. Мотивы и частота появления граффити**

Мотивы	часто	иногда	редко	никогда
желание оставить послание тем, кто его увидит и прочтет	66,6%	28%	7,6%	0
скучно сидеть на занятии	59,6%	38%	7%	0
для развлечения	50%	35%	13,3%	3,4%
можно написать то, что нельзя сказать, то, что волнует в данный момент	20,3%	22%	42%	13,3%
«из вредности»: все говорят, что писать на партах, стенах и т.д. нельзя	8,2%	20%	43%	28%
оставить память о своем пребывании в каком-либо месте	5%	32,3%	13%	3,4%
записка соседу	12,3%	32,3%	38%	18%
другой вариант	12%			

Молодежь не логична и не последовательна в своих ответах. Часто ответы информантов идут в разрез с практикой, демонстрируя негативное отношение, что выражается в неправдивых ответах (предпочитают ответ «нет»). Не смотря на предложенный образец заполнения анкеты, молодые люди выбирали иные свои графические формы репрезентации ответов на вопросы, используя разные когнитивные стратегии переработки и репрезентации информации.

*Список использованной литературы*

1. **Норман Б. Ю.** Лингвистика каждого дня. - Мн.: Выш. шк., 1991. - 303 с.
2. **Стренева Н. В.** Некоторые аспекты графической репрезентации студенческих граффити // Вестник ОГУ. - Оренбург: ГОУ «ОГУ», 2006. - № 11. - С. 152 – 159.
3. **Щерба Л. В.** О трояком аспекте языковых явлений и об эксперименте в языкознании / Л. В. Щерба // Языковая система и речевая деятельность. – Л.: Наука, 1974. – С. 24–39.

**СПОСОБЫ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ НЕДОСТАТКА ЛЕКСИЧЕСКИХ ЗНАНИЙ У СТУДЕНТОВ  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА НЕЯЗЫКОВОГО ВУЗА**

*Сухарева Т. Н., Москалёва Е. В.  
Мичуринский государственный аграрный университет*

С целью выявления проблем, связанных с недостатком знания лексики у студентов экономического факультета, мы предложили учащимся прочитать и пересказать один абзац текста. Основным условием было то, что текст следует пересказывать «своими словами». Предполагалось, что учащиеся должны были рассказывать материал неспециалисту, роль которого выполнял учитель. «Подстраивание» высказывания под ресурсы говорящего посредством изменения, уменьшения или полного отказа от первоначального содержания определяется нами как редуktивное поведение.

Выяснилось, что учащиеся достаточно часто отказывались передавать содержание текста вообще (избегание темы), так как не были готовы к уроку, либо просто не поняли его содержания. Так сложность текста, под названием "Shoe - leather costs" заключалась в том, что в нем «затраты на кожу ботинок» метафорически обозначали время и усилия, требуемые для того, чтобы изымать деньги банка частями, а не целиком, что, в частности, является выгодным для клиента. Эта метафора и послужила поводом для возникновения на уроке ситуаций типа:

S.: Shoe - leather costs ... it is the extra time and effort that people ...

T.: ... take when they go to a bank. Yes? ...

S.: ... Дополнительное время, которое нужно для ... (идет обсуждение содержания текста среди учащихся на русском языке).

S.: ... что же нужно сказать? ... Тань, ну скажи что-нибудь.

После обсуждения содержания текста с учителем, учащиеся, казалось, поняли смысл, однако предложили перейти к следующему материалу.

В ходе опытного обучения также выяснилось, что чаще всего У прибегали к стратегии «избегания передачи задуманного смысла» (или сокращения темы). Данный тип редуktивной стратегии подразумевает сокращение темы путем отказа от определенных языковых структур, задуманных элементов или тем. Причем к этому типу мы отнесли как те случаи, когда У начинает высказывание и не завершает его, так и высказывания, содержащие сокращения на уровне предложения или сверхфразового единства.

Ситуация 1.

Исходный вариант:

Business is a commercial enterprise performing all those functions that govern the production, distribution, and sales of goods and services for the benefit of the buyer and the profit of the seller. **Since the beginning of the era of economic progress** old ways of conducting business have been modified and new forms of business organization

have been introduced. This has enabled various branches of industry to adapt to changing conditions and to function more easily, efficiently, and profitably, sole proprietorship, partnership, and corporation being the main three forms of business ownership.

Пример 1:

У: Business is a ... commercial enterprises performing all functions that [managerial] the production, distribution, sales of goods and the income of the seller. During time business has modified [modified] ... mm ... introduced the ...единоличную собственность ... sole [ownership]. It's when one person has own ... receives profit...

Ситуация 2.

Исходный вариант:

... If single owners are able to invest large amounts of capital, they run great risk of losing it all because they are **personally liable** for all the debts of their business. **It is due to unlimited liability that all the personal assets of the owner including home and car, can be sold to settle the debt of the business.** Unless the owner has much personal wealth the business may have difficulty borrowing money in critical times. A sole proprietorship may also have difficulty hiring and keeping good employees, because the business will dissolve when the owner retires or dies.

Пример 1:

У<sub>1</sub>: The single owner is very seldom able to invest large sums of capital **because he can lose his money and have debts so that to pay debt the owner may sold even home and a car.** If the owner has not much personal capital or money then he has many problems because nobody has money lend. Very difficult to find and keep good employers because the business is very... bad and this owner may finish their business activity.

Пример 2:

У<sub>2</sub>: If owner invests much money in business risk to lost this capital is grow. So **that pay the debt owner must sold the reserve money including home and car.** If owner have no personal money he have difficulty to take people to work, to take money of credit and to keep work in good position because business can dissolve when owner is die.

Редукция высказывания часто осуществляется посредством генерализации отдельных его частей, в частности, когда учащийся опускает отдельные звенья и указывает лишь на результат как в Примере 2. Следует отметить, что указание на результат является, с одной стороны, следствием результативности мышления, а с другой - попыткой решить проблему коммуникации не включая в ее решение сложные ЛЕ и конструкции. Обращает на себя внимание тот факт, что на редуцированное поведение в целом, как и на употребление, в частности, «стратегий умолчания» (термин автора), оказывает влияние сама учебная среда. Нельзя недооценивать влияние таких психологических факторов, как отвлечение внимания, нежелание говорить и т.д. Частичное сокращение темы представляется более успешным с точки зрения достижения цели коммуникации.

Стратегии достижения оказывают более конструктивное влияние на коммуникацию, так как они позволяют говорящему передать, а не сократить первоначальное коммуникативное намерение. Именно поэтому, стратегии данного типа представляются наиболее интересными с педагогической точки зрения. Однако, прибегание в данном случае к редуцированной стратегии часто вполне адекватно в качестве ответного шага в интеракции. В одной из своих крайних форм проявления редукция ведет к ответу: **«I don't know».**

Ситуация 1.

У<sub>1</sub>: For management of any company bookkeeping is necessary. The book-keeping means economic information about receipts and payments. Receipts, it is incomes ... money payments ... [молчит].

Т: It is money for what? ...

У<sub>1</sub>: ... Mm ... money payments from producers of...

У<sub>2</sub> (подсказывает): of an enterprise.

У<sub>1</sub>: ...I don't know (смеется).

Ситуация 2.

Т: What's the difference between "bookkeeping" and "accounting"?

У<sub>1</sub>: ... I don't know.

«I don't know» является в данном случае многоцелевой редуцированной стратегией, выражающей либо: «Я не понял, что Вы сказали», «Я не знаю, как сказать то, что я хочу», «Я не знаю ответа». В некоторых ситуациях ответ также может означать переключение внимания на другую тему.

На количество и качество редуцированных стратегий оказывает влияние наличие или отсутствие доброжелательного собеседника (учебная ситуация), знание темы, тип задания, и также личность учащегося.

Нам представляется, что те же факторы оказывают влияние и на употребление стратегий достижения, которые в целом можно охарактеризовать как попытки, часто заведомо ложные, решить лексические проблемы в общении. Существуют различные способы компенсировать пробелы общения. Одним из таких способов является переключение на другой код, а именно на родной язык. К данным переключениям мы отнесли те случаи языкового использования, когда слово Я<sub>2</sub> сходно по звучанию со словом родного языка, чаще всего и является дериватом из этого языка, и, соответственно, представляется говорящему адекватным для передачи смысла: **auditors [au'ditaz], resources [ri'sursiz].**

Следует отметить, что употребление подобного рода стратегий встречается достаточно часто, особенно в неподготовленных высказываниях. Будучи неисправленными, подобные ЛЕ начинают автоматизироваться и переходят в разряд ошибок.

Выделенный нами тип стратегий, именуемый «использование иностранного слова», когда S использует слово из Я<sub>1</sub> / Я<sub>2</sub>, уподобляя его фонологии или морфологии изучаемого языка, не получили достаточного распространения у студентов:

S<sub>1</sub>: ... This owner may give ... **action** [?]

[Нет, не action, я же переводила в прошлом тексте ... stock. Then owner give [gives] stock and other people buy this stock...]

S<sub>2</sub>: Investors and banks can borrow money but firm must be reliable only then investors can input their ... **invest-tion** in production.

Налицо сочетание двух типов стратегий - использование иностранного слова + стратегия ожидания. Стоит отметить, что сама по себе стратегия «использование иностранного слова» сходна по своим признакам с языковыми переключениями, так как в обоих случаях ЛЕ по своей фонетической форме уподоблены единице родного языка. Нам представляется, что данные стратегии возможно объединить в одну группу - «переключение на другой код». К случаям языкового переключения мы относим также буквальный перевод.

S<sub>1</sub>: Business corporation is an organization of people who invest money in the capital and receive share and have on this profit.

Буквальный перевод часто действительно служит более или менее успешным выходом из сложившейся ситуации, когда задуманное значение необходимо передать. Встречаются ситуации (чаще у людей с нелингвистическим образованием), когда подобные структуры, будучи неисправленными преподавателями или носителями языка, становятся рутинными даже в языковой среде, и тогда все высказывания (всю речь) учащегося можно назвать совокупностью стратегий.

Анализ показал, что учащиеся часто переключались на родной язык ненамеренно. Интересно, что большинство «слов - переключений» были служебными словами как, например, также (also), или (or). Тем не менее, именно вследствие их «неосознанности» мы идентифицировали появление данных переключений с речевыми ошибками (или оговорками). Нам представляется, что подобные переключения встречаются особенно часто, так как они частотнее, и отсюда легче для доступа. Для менее подготовленных учащихся слова родного языка более доступны, чем иностранные слова, именно вследствие частотности их употребления. Другим объяснением, почему переключениями обычно являются служебные слова, служит тот факт, что они представляются не столь важными с точки зрения коммуникации, чем знаменательные слова, которых уделяется больше внимания.

Данные, полученные в результате анализа устных высказываний, свидетельствуют: лучшими стратегиями лексикализации оказались стратегии, которые основываются на изучаемом языке и которые учитывают специфические черты задуманного концепта.

Употребление стратегий типа «замена» напрямую зависит от языкового опыта учащегося и часто реализуется через использование общего понятия (money вместо round). Или наоборот, более узкое понятие становится обозначением концепта: farm вместо enterprise.

На основании данных примеров, мы считаем возможным обозначить стратегии замены как метонимичные, причем второй пример иллюстрирует синекдоху. Использование тропов обусловлено стремлением говорящего достичь конкретности описания, так как метонимия как стилистический прием является логичной и интеллектуальной.

Нам представляется, что замещение ЛЕ известным учащемуся синонимом, также возможно считать стратегией:

**Journal** → **magazine, purchase** → **buy**.

Можно сказать, что в приведенных примерах реализуются два хорошо известных принципа коммуникации - *принцип ясности* и *принцип экономии*. Принцип ясности требует от говорящего производить ясные, четкие высказывания, тогда как принцип экономии подразумевает, что он должен делать это с наименьшими затратами усилий. Причем, для соблюдения обоих принципов одновременно, говорящий должен удерживать баланс между ясностью его сообщений и усилиями по переработке, которые говорящий и слушающий вкладывают в производство и рецепцию данных сообщений.

Аналогичный баланс говорящий стремится соблюдать, выбирая в качестве стратегии парафраз.

Представляется возможным рассматривать парафраз как более общее понятие, в структуру которого входят: словообразование: balloon ----> airball; «описание функции словами» («иносказание»): описание характеристик объекта вместо самой единицы. Таким образом, стратегия «описание другими словами» рассматривается как одна из двух категорий парафразы. Рассматривая случаи употребления учащимися стратегий парафразы, мы придерживались той точки зрения, что парафраз - это скорее фраза или предложение, приблизительно эквивалентное по длине, а также по значению исходной единице; тогда как «объяснение другими словами» представляет собой более сложное описание черт или значений, ассоциирующихся с исходным элементом. Следует также отметить, что хотя как «парафраз», так и «объяснение другими словами» в целом передают значение целевого концепта, последний вид стратегии подразумевает основательную реструктуризацию смысла, что часто служит основанием для многословных (иногда сбивчивых) объяснений. Исходя из вышеизложенного, к случаям парафразы мы отнесли следующие примеры:

S<sub>1</sub>: Government taxation and ... **money for states workers** are not paid too [salaries].

S<sub>2</sub>: It is important to know ... **feed quantity for animal** in the farm [feed consumption].

S<sub>3</sub>: A worker in a form make a record about kind and results of work, about machines quality and **gasoline which use in work** [gasoline consumption].

Следует отметить, что первые два примера содержат в себе довольно типичные случаи парафразы, когда вместо исходной единицы используется: существительное - субститут, имеющее приблизительное значение + указание на объект действия в качестве описания (определения). В примере 3 ЛЕ «consumption» была заменена описанием: «use(d) in work», что позволяет сделать вывод о вариативности способов передачи смысла одной ЛЕ в пределах парафразы. К случаям парафразы мы отнесли также стратегии объяснения на примере:

S<sub>1</sub>: First of all we must understand how our customers think and ... what they do. To make their customers buy new things most businessmen advertise their products.

T: What things are usually advertised?

S<sub>2</sub>: Alcohol drinks (laughs).

S<sub>1</sub>: Это не разрешено... Beer, cosmetics, ...

T: What else?

S<sub>1</sub>: ...**"Comet", "Tide"** (laughs).

T: detergents (?) Let's write down the word.

Следующий пример демонстрирует применение учащимися стратегии «описание другими словами» («иносказание»). На наш взгляд, тенденция к использованию более продолжительных объяснений базировалась на том, что учащиеся из-за боязни быть непонятыми стремились объяснять материал тщательно и использовать более простые структуры, что порой приводило к несколько «пространным» объяснениям:

Концепт - «теневая экономика» - shady economy (bookkeeping).

S<sub>1</sub>: It's when ... for example some companies do not want to pay all ... налоги.

S<sub>2</sub>: (подсказывает): taxes.

S<sub>1</sub>: It means some company don't want to pay all taxes and give all income to our state. For example in our country we can see such market of cigarettes, alcohol drinks and some лекарства ... (вспоминает) medicines.

T: How do they do that?

S<sub>1</sub>: For example some big companies can утаивать ... укрывать ...

T (подсказывает): hide...

S<sub>1</sub>: Hide her income например на счетах в Швейцарии (смеется) ...to keep money in Switzerland. Есть такой способ делать доходы как будто они меньше, а расходы, как будто их больше, хотя на самом деле, очень многие так делают.

T: Could you explain that in English?

S<sub>1</sub>: We know that some companies have real bookkeeping and ... теневая ... (T подсказывает: shady?) bookkeeping. In the real bookkeeping this company decreases her income and increases her expense. In the shady bookkeeping this company record her real income and expenses. That's why the company has very big income and our economy has not some taxes.

Данный пример лексикализации содержит довольно подробную декомпозицию концепта. В нем содержится анализ: а) фактических черт теневой экономики (неуплата налогов, двойная бухгалтерия и т.д.); б) функционирования экономики, а также в) оценочный компонент. Высказывание также содержит объяснения на примере, т.е. содержит парафразы. Хотя концепт представляется достаточно конкретным и может быть проанализирован с точки зрения семантики и функций, долгосрочная память учащихся его не содержит, хотя для объяснения задуманного значения у учащихся в распоряжении имеются конкретные и точные понятия: double bookkeeping, taxes, income и т.д.

Доля стратегий парафразы в высказываниях учащихся не столь велика по сравнению с реструктуризацией. Прежде всего, это связано с тем, что основная установка, которую получили учащиеся (объяснить материал неспециалисту) сама по себе подразумевает реструктуризацию сложных грамматических и смысловых конструкций.

Тип реструктуризации может быть и не столь объемным как «объяснение другими словами» и в то же время более или менее точным по смыслу и может зависеть от перевода концепта на русский язык:

S<sub>1</sub>: But in our business world we can see companies when **two, three or more partners have its own farm** (предприятие) **and its own farm... and its own stock** [holding company].

Реструктуризация, однако, не ограничивается замещением существительного. Так, предложение: A small company may be acquired by a larger one выглядит в исполнении одного из учащихся следующим образом:

Major company may absorb a small company.

Реструктуризация в данном случае реализуется через интенцию говорящего коммуницировать смысл через концепт «absorb», который семантически соотносится с исходным вариантом (may be acquired) синонимическими связями. Мы полагаем, что реструктуризация является естественным, распространенным способом коммуникации. Реструктуризацию в качестве неотъемлемой части коммуникации можно рассматривать как одно из проявлений различий в уровне компетентности с точки зрения автоматизмов, эффективности и беглости в иностранном языке.

Таким образом, по сравнению с парафразами и реструктуризацией, доля стратегий словообразования в общем количестве стратегий, основанных на Я<sub>2</sub> оказалась невысокой. Примеры типа **stocker** [stockholder] или **uncash** [without cash transfer], образованные путем прибавления аффиксов к известным учащимся ЛЕ,

скорее являются типичным способом образования для данного вида стратегий, но не являются многочисленными. Будучи понятными учителю вследствие того, что основная сема-корень слова присутствует в новообразованиях, учащиеся предпочитают либо передавать информацию описательным, иллюстрирующим путем, либо использовать правильный термин, употребления которого требует контекст высказывания.

## ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АВТОРА «ПОЗДРАВЛЕНИЯ» КАК ЖАНРА ЕСТЕСТВЕННОЙ ПИСЬМЕННОЙ РУССКОЙ РЕЧИ

*Сухотерина Т. П.*

*Барнаульский государственный педагогический университет*

Естественная письменная русская речь понимается как «речевая деятельность (и ее результат - тексты), обладающая следующими характеристиками: письменная форма, спонтанность и непрофессиональность исполнения, неофициальность сферы бытования, отсутствие промежуточных инстанций (редакторов, цензоров, корректоров и пр.) между воплощением замысла автора и получением текста реципиентом» [Лебедева 2001: 4].

«Поздравление» - это приветствие по поводу, случаю приятного радостного события, включающее приятные пожелания в адрес кого-либо. «Поздравления» как жанр ЕПРР рассматривается как проявление народного, часто художественного творчества. Практически каждый человек участвует в эпистолярной деятельности (письма, «поздравления», записки и т.д.), которая является важнейшей стороной духовной культуры человека, следовательно, требует к себе особого внимания лингвистов как к факту общей речевой культуры общества. В сфере нашего описания находятся следующие разновидности «поздравления»: поздравительная открытка, валентинки, поздравительная записка, поздравительный альбом, поздравительный «плакат», поздравительная газета, поздравительные надписи на подарочных вещах (на книгах, на ручных часах, на наборе мельхиоровых ложек, на торшере, на шкатулке), стихи по поводу праздничной даты на обычных листах, «поздравление» на доске. Каждая из представленных разновидностей может быть рассмотрена как самостоятельный жанр ЕПРР, однако общая фатическая интенция «поздравить», функционирование в обстановке праздничной коммуникации позволяет квалифицировать их как единый жанр (гипержанр).

При определении жанровой специфики «поздравления» за основу берется методика описания материала по коммуникативно-семиотической модели (КСМ), разработанной в Лаборатории Барнаульского государственного педагогического университета «Народная письменная культура» проф. Н. Б. Лебедевой, которая представляется наиболее полной для описания речевого жанра (РЖ), отражает компоненты, участвующие в жанровой организации речи. Фациенты, представленные в КСМ, - это «скорее рубрики, схемы описания, которые могут иметь разное наполнение» [Лебедева 2003: 5], по которым можно производить многоаспектное подробное описание конкретного РЖ. Коммуникативно-семиотическая модель включает 12 фациентов: 1) Автор; 2) Цель; 3) Адресат; 4) Знак - Диктумно-модусное содержание; 5) Ход коммуникации; 6) Субстрат - Материальный носитель знака; 7) Графико-пространственный параметр Знака; 8) Среда коммуникации; 9) Коммуникативное время - время восприятия знака; 10) Орудие и Средство; 11) Носитель субстрата; 12) Социальная оценка. В рамках настоящей статьи остановимся на описании фациента Автор «поздравления».

В любое высказывание встроен человек (автор) со своим внутренним миром, со своими взглядами, своей жизненной позицией, своей точкой зрения на события. Высказывание фактически является личностным отражением самого говорящего / пишущего. Русский язык обладает разветвленной системой актуализации фигуры пишущего в общении. Это и оценочные номинации, и целые оценочные высказывания, и контакто-устанавливающие средства, активизирующие внимание адресата, воздействующие на его восприятие. *Поздравительный альбом, поздравительная газета* как разновидности жанра «поздравление» представляют собой конгломерат текстов чаще всего разных авторов, объединенных одним субстратом (красочно оформленная тетрадь, большого размера лист бумаги и др.). Тексты поздравлений, имеющие другой тип субстрата (обложка книги, листок бумаги небольшого размера, открытка и проч.) чаще моноавторские, что обусловлено ограниченным пространственным фактором (размером субстрата). Жанр «поздравление» понимается как типовая модель построения речевого целого; «поэтому при условии, что ответственность за успешную реализацию жанра лежит на авторе, он и отвечает за реализацию его модели, дающую в результате речевое целое. Это положение обязывает автора знать типовую модель создаваемого жанра, реализовывать его социальный статус» [Карасик 2002: 211]. Описание автора «поздравления» ведется с учетом хода коммуникации, то есть условий, в которых создается данный гипержанр, формирующий цельный образ автора.

«Поздравления» создаются людьми, которые соблюдают этикетную функцию, следуют традициям социума. Образ автора «поздравления» формируется посредством определенной стратегии письменно-речевого поведения, выбранной автором в обстановке праздника на различных материальных носителях. Понятие об авторе «поздравления» складывается из анализа поздравительных текстов, созданных им. Особенности речевого поведения авторов «поздравления» рассматриваются по нескольким параметрам: 1) количество авторов; 2) характер эксплицированности; 3) эмоционально-смысловая характеристика; 4) степень креолизованности; 5) характер креативности; 6) гендерный параметр; 7) возрастной параметр. Однако данная типология характеристик автора «поздравления» не является конечной.

Так, **по количеству авторов** выделяются моноавторские и полиавторские поздравительные тексты.