

Мордвинцева Валентина Самуиловна

СИНТАКСИЧЕСКАЯ ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНО-РЕЧЕВОЙ КОМПЕТЕНЦИИ ПРИ ИЗУЧЕНИИ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО

Статья посвящена отражению теоретических сведений о многоаспектности простого предложения как синтаксической единицы в практической грамматике. Рассматривается роль конструктивных особенностей и механизмов образования наименьшей синтаксической единицы, предназначенной для передачи законченной по смыслу информации, в формировании коммуникативно-речевой компетенции изучающих русский язык как иностранный. Предлагается система заданий, ориентированная на закрепление структуры простого предложения как основы грамматически правильной русской речи.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2016/12-1/37.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2016. № 12(66): в 4-х ч. Ч. 1. С. 130-133. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2016/12-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 811.161.1

Статья посвящена отражению теоретических сведений о многоаспектности простого предложения как синтаксической единицы в практической грамматике. Рассматривается роль конструктивных особенностей и механизмов образования наименьшей синтаксической единицы, предназначенной для передачи законченной по смыслу информации, в формировании коммуникативно-речевой компетенции изучающих русский язык как иностранный. Предлагается система заданий, ориентированная на закрепление структуры простого предложения как основы грамматически правильной русской речи.

Ключевые слова и фразы: коммуникативно-речевая компетенция; многоаспектность предложения; структура простого предложения; минимальная структурная схема; синтаксическая модель; речевой образец; синтаксическая организация текста.

Мордвинцева Валентина Самуиловна, к. филол. н., доцент
Тюменский индустриальный университет
mordvintseva@inbox.ru

СИНТАКСИЧЕСКАЯ ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНО-РЕЧЕВОЙ КОМПЕТЕНЦИИ ПРИ ИЗУЧЕНИИ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО

Оценка результатов обучения русскому языку как иностранному (далее – РКИ) опирается на компетентностную модель, включающую языковую и коммуникативно-речевую компетенции, служащие показателем способности обучающегося осуществлять общение на русском языке с той или иной степенью полноты, соответствующей уровню владения языком. Содержание коммуникативно-речевой компетенции предполагает умение реализовывать некоторые речевые интенции в ситуациях диалогического взаимодействия с носителями изучаемого языка и создание устного монологического высказывания в рамках актуальной для данного уровня тематики. Осуществление такого рода общения возможно при сложившихся навыках продуцирования речи на изучаемом языке, предпосылками чего служит не только определенный запас лексических средств изучаемого языка, знание парадигматических свойств слов, но и синтаксические механизмы построения фразы.

Значительное количество ошибок в речи изучающих РКИ, связанных с незнанием структуры основных синтаксических единиц русского языка, способов синтаксической связи их компонентов, порядка слов, делает необходимым осмысление соотношения языковой и речевой компетенций при обучении синтаксическому строю русской речи и создание дидактических ресурсов, ориентированных на развитие речи на синтаксической основе.

Одним их эффективных средств обучения грамматически правильной русской речи может быть хорошо сформированный навык создания высказываний на основе структурных схем простого распространенного предложения. Владение конструктивными особенностями и механизмами образования наименьшей синтаксической единицы, предназначенной для передачи законченной по смыслу информации, позволит изучающему реализовать коммуникативные стратегии и тактики в речевых произведениях, корректных с точки зрения норм русского языка.

Следует отметить, что практическая грамматика, ориентированная на коммуникативные потребности адресата, не являющегося носителем языка, опирается на теоретические аспекты описания простого предложения, разработанные в академической грамматике. Это касается понятий о предложении как синтаксической единице, структурной схеме, на основе которой оно создается, терминологии, используемой для характеристики строения и семантики предложения.

Известно, что предложение в современной синтаксической науке понимается как сложное явление, имеющее формальную, смысловую и коммуникативную организацию. В сфере традиционного формального синтаксиса сложилось учение о главных и второстепенных членах предложения. Результатом осмысления строения простого предложения в формальном аспекте явилось учение о структурной схеме предложения, понимаемой как отвлеченный образец, состоящий из минимума компонентов, необходимых для создания предложения как предикативной единицы.

Как известно, в лингвистике существует два понимания структурной схемы предложения, различающиеся уровнем абстракции при определении структурного минимума предложения. В «Русской грамматике – 80» под ред. Н. Ю. Шведовой структурная схема предложения рассматривается как абстрактный синтаксический образец, по которому может быть построено отдельное минимальное относительно законченное предложение. Структурные схемы разграничиваются по совокупности следующих признаков: формальное устройство схемы; семантика схемы; парадигматические свойства построенных по этой схеме предложений; система регулярных реализаций; правила распространения [3, с. 92].

Расширенная структурная схема, описанная в работах В. А. Белошапковой, представляет собой более полный, чем минимальная структурная схема, образец, по которому могут строиться реальные предложения,

обладающие семантической автономностью и способные к выполнению номинативной функции – называнию определенного события, ситуации, положения дел [4, с. 448]. Согласно этой точке зрения, в состав структурной схемы вводят не только главные члены предложения, но и обязательные второстепенные члены. Так, в предложении *Грачи очутились здесь* выделение только предикативного минимума *грачи очутились* не создает реального предложения, структурная схема должна быть дополнена необходимым для смысловой завершенности компонентом *здесь*.

Изучение предложения в семантическом аспекте имеет своей целью выявление типов смысловой организации предложения, выделение семантических структур предложений. Центральными категориями семантической структуры предложения являются: 1) предикативный признак, т.е. признак, выявляющийся в объективно-модальном плане: во времени и в том или ином отношении к действительности; эта категория реализуется как *действие* или *состояние* (понимаемые в самом широком смысле); 2) субъект – производитель действия или носитель состояния; 3) объект – тот предмет (также в широком смысле), на который направлено действие или к которому обращено состояние [2, с. 410].

В коммуникативном аспекте предложение рассматривается как высказывание, имеющее актуальное членение, средствами которого служат порядок слов и интонация.

Многоаспектность предложения находит свое выражение в принципах представления данной синтаксической единицы в курсе РКИ и комплексного ее усвоения, включающего сведения о структуре простого предложения, понятие о субъекте и предикате, их грамматическом оформлении и координации; способы выражения логико-смысловых отношений в предложении, информацию о порядке слов в предложении, предназначенности той или иной структуры для выражения определенной семантики.

Синтаксическая система при изучении РКИ вводится через модели, соответствующие минимальным структурным схемам предложения. Из всего перечня структурных схем простого предложения, представленных в академической грамматике, в практической грамматике рассматривается около 30 продуктивных моделей, степень сложности которых соотносится с уровнем владения РКИ.

Обобщение синтаксических конструкций на уровне смысла происходит по мере усвоения структур определенной семантики и реализуется в таких темах, как выражение наличия, отсутствия, принадлежности, времени, цели, условия, причины, следствия и др. Например, изучение лексико-грамматических единиц, обозначающих время, на начальном этапе соотносится с изучением падежей: при работе над винительным падежом рассматриваются словоформы *в среду, в четверг; всю неделю, целый год, каждую осень*; при работе над родительным падежом – словоформы *до работы, после экзамена, во время матча*; при изучении творительного падежа – *перед праздником, за ужином* и т.д. На базовом уровне они дополняются новыми средствами и способами обозначения времени – лексическими единицами, предложно-падежными формами, деепричастиями и деепричастными оборотами. Аналогичным образом изучаются способы выражения объектных, атрибутивных, целевых и др. отношений средствами простого и сложного предложений, при этом значительное внимание уделяется трансформации и синонимике синтаксических единиц разного уровня.

Таким образом, модели синтаксических единиц, изучаемых в курсе РКИ, соответствуют структурным схемам предложений, описанным в академической грамматике. В процессе обучения модель наполняется типичным лексико-морфологическим содержанием, составляя речевой образец. Варьирование наполнения речевого образца способствует автоматизации употребления форм и конструкций, а также обобщению отдельных языковых фактов, что создает основу речевого навыка.

Сформированный речевой навык создания простого предложения как базовой модели русской синтаксической системы можно рассматривать как один из способов устранения синтаксических ошибок в процессе спонтанного говорения и при создании вторичных текстов научного жанра, значимых для сферы учебно-научного общения.

Данные концептуальные положения, касающиеся требований к языковой компетенции изучающих РКИ в области структуры простого предложения и механизмов его построения, находят выражение в синтаксической организации текстов, используемых для формирования связной монологической речи, и системе заданий, сопровождающих их. В методических рекомендациях по РКИ, предлагаемых в качестве учебных материалов слушателям подготовительного отделения Тюменского индустриального университета, структура простого предложения и механизмы его формирования рассматриваются как основа формирования коммуникативной компетенции изучающих русский язык.

Продуктивным в этом плане представляется обучение структуре простого предложения на материале текстов, информативно значимых для иностранных студентов, изучающих русский язык. Методические рекомендации, имеющие культуроведческую и региональную направленность, включающие задания, призванные способствовать осознанию техники формирования простого предложения в соответствии с минимальной структурной схемой и расширению ее состава на основе синтаксических связей слов и форм слов, могут служить значительным фактором успешного формирования речевой компетенции иностранных студентов. Типология заданий, предлагаемых к текстам, направлена на презентацию предложения как многоаспектной синтаксической единицы и может быть представлена следующим образом:

1. Подберите видовую пару к глаголам, приведите их парадигмы.
2. Назовите словосочетания со связью «согласование». Приведите парадигму словосочетания.

3. Выпишите все глаголы, определите возможные падежные или предложно-падежные формы слов, которые могут быть связаны с ними на основе управления.

4. Найдите нераспространенные простые двусоставные предложения, соответствующие минимальной структурной схеме предложения. Выделите среди них предложения без обязательных распространителей.

5. В каких предложениях семантика глагола требует распространения предложения? Какое количество распространителей возможно? Какие формы могут выступать в качестве распространителей предикативной основы предложения?

6. Установите смысловые связи компонентов предложений. Задайте вопрос к каждому компоненту предложения. На основе каких видов связи осуществляется связь компонентов предложения? Каков порядок слов в предложении?

Образец: *В мае на деревьях появляются первые зеленые листья.*

Листья что делают? – *листья появляются*

Листья какие? – *зеленые*

Листья какие? – *первые*

Появляются где? – *на деревьях*

Появляются когда? – *в мае*

Упражнения такого типа аналогичны разбору по членам предложения, применяемому в школьной практике, и являются распространенным приемом установления смысловых и грамматических связей между компонентами предложения. Умение выделять в предложении пары слов, связанных каким-либо видом синтаксических отношений, и определять форму зависимого слова с помощью вопроса актуально и для обучения РКИ, что направлено на предотвращение грамматических ошибок при построении предложения и формирование самоконтроля грамматической правильности речи.

7. Проанализируйте порядок слов в нераспространенных и распространенных простых предложениях.

8. Распространите простое нераспространенное предложение, подобрав максимальное количество слов-распространителей. Такое задание часто называют «снежный ком». Задача заключается в постепенном распространении предложения до возможных границ путем прибавления одного слова к имеющейся структуре. Задания данного типа широко представлены в учебниках серии «Дорога в Россию», например:

...друг был...

мой друг был...

мой друг был в городе...

Мой друг был в старинном городе.

Мой друг был в старинном русском городе.

В прошлом году мой друг был в старинном русском городе.

В прошлом году мой друг был в старинном русском городе, который находится на Волге [1, с. 34].

Прием распространения одного предложения можно применить к целому тексту. В обучении речевому общению в зависимости от уровня владения языком часто создаются тексты одной тематики, но различной сложности. Тексты простой синтаксической организации, используемые для осуществления элементарного речевого общения в начале изучения РКИ, можно в дальнейшем рассматривать как основу для распространения простых предложений и усложнения таким образом грамматической и смысловой организации текста.

9. Составьте предложения из начальных форм слов, проверьте себя по тексту. Например: *падать, лист, тихо, земля*. Проанализируйте возможное расположение компонентов предложения.

10. Задайте вопросы к каждому предложению текста. Определите тему и рему предложения. Обратите внимание на порядок слов в вопросительных предложениях с вопросительным словом.

В предложениях с вопросительными местоименными словами эти слова располагаются в начале предложения, порядок других синтаксических компонентов в таких предложениях может варьироваться. Обычно расположение синтаксических групп обратное, по сравнению со стилистически нейтральным порядком слов в невопросительных предложениях:

Когда кончается лето? – Лето кончается в августе.

Личное местоимение в таких вопросительных предложениях располагается не в конце предложения, а перед глаголом. Ср.: *Когда кончается лето?* – *Когда оно кончается?*

Таким образом, исходя из утвердившегося в преподавании РКИ тезиса о том, что синтаксис является базой усвоения языка в целом, поскольку фонетические, интонационные, лексические, морфологические, словообразовательные средства изучаются не изолированно, а в составе словосочетания и предложения, анализ структуры простого распространенного предложения можно рассматривать как необходимый компонент языковой компетенции обучающегося, позволяющий формировать коммуникативно-речевую компетенцию.

Список литературы

1. Антонова В. Е., Нахабина М. М., Толстых А. А. Дорога в Россию: учебник русского языка как иностранного (базовый уровень). СПб.: Златоуст, 2009. 256 с.
2. Краткая русская грамматика / под ред. Н. Ю. Шведовой и В. В. Лопатина. М.: Русский язык, 1989. 639 с.
3. Русская грамматика: в 2-х т. / под ред. Н. Ю. Шведовой. М.: Наука, 1980. Т. 2. 714 с.
4. Современный русский язык: учебник / под ред. В. А. Белошапковой. М.: Высшая школа. 1981. 560 с.

SYNTACTIC BASIS OF FORMING A COMMUNICATIVE-SPEECH COMPETENCE IN THE STUDY OF RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE

Mordvintseva Valentina Samuilovna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Tyumen Industrial University
mordvintseva@inbox.ru

The article reflects the theoretical data about the multidimensionality of simple sentence as a syntactic unit in practical grammar. The paper considers the role of constructive features and mechanisms of forming of the smallest syntactic unit for conveying comprehensive information in the formation of communicative-speech competence of students learning Russian as a foreign language. The author proposes a system of tasks, aimed at the consolidation of simple sentence structure as a basis of the grammatically correct Russian speech.

Key words and phrases: communicative-speech competence; multidimensionality of sentence; structure of simple sentence; minimum structure chart; syntactic model; speech pattern; syntactic organization of text.

УДК 811.11

В настоящей статье рассматривается общее и особенное антропоморфной метафоры в парфюмерном дискурсе немецкоязычной рекламы. Авторы приходят к выводу, что экспликация метафоры «парфюмерный продукт – человек», с одной стороны, усиливает степень ольфакторного восприятия, а с другой – инициирует условия для манипуляции потребительской аудиторией.

Ключевые слова и фразы: метафора; антропоморфная метафора; дискурс; парфюмерный рекламный дискурс; рекламный образ; одорический образ.

Остапова Людмила Евгеньевна, к. филол. н.

Островская Ольга Валерьевна, к. филол. н.

Миронова Галина Владимировна, к. филол. н.

Белгородский государственный национальный исследовательский университет
ostapova@bsu.edu.ru; saveljeva@bsu.edu.ru; pozdnisheva@bsu.edu.ru

АНТРОПОМОРФНАЯ МЕТАФОРА В ПАРФЮМЕРНОМ ДИСКУРСЕ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ РЕКЛАМЫ

Дискурс рекламы в современном мире приобретает высокую актуальность, поскольку он выступает условием обеспечения эффективности коммуникативных маркетинговых стратегий. Как отмечается в исследовании Т. А. Спирчаговой, «основная цель коммуникативных стратегий в рекламном дискурсе состоит в том, чтобы выделить продукт среди конкурентных товаров и акцентировать (или даже искусственно сконструировать) его привлекательные для адресата свойства» [5, с. 222].

Центральным объектом рекламного дискурса становится эксплицируемый образ продукта. Согласно представлению Д. С. Скаррева, рекламный образ – это средство маркетинговой коммуникации, несущее информацию о значимых качествах товара, а также яркое, выпуклое, зачастую гиперболизированное представление этих качеств [4].

Парфюмерный рекламный дискурс фокусируется на описании запахов. Для рекламы духов характерна форма презентации или демонстрации, когда эксплицируются положительные качества продукта. Прибегая к стратегии адъективного стиля изложения, создатель рекламы подводит аудиторию к тому, что аромат является уникальным, описывая в мельчайших подробностях все его нюансы.

При этом в самом акте презентации образа ароматов рекламодатель стремится прагматически воздействовать на адресата, поэтому в контексте рекламы могут инициироваться яркие, экспрессивные композиции, апеллирующие к различным объектам окружающего мира. Исследователями также подчеркивается [Там же], что значительным манипулятивным потенциалом в рекламе обладают метафоры. Среди них особо выделяется (как одно из наиболее предпочтительных средств воздействия на аудиторию) метафора «объект рекламы – человек». В рекламных целях такая метафора выступает моделью экстраполяции характеристик, черт, образов человека на рекламируемый объект.

В парфюмерном рекламном дискурсе антропоморфную метафору можно охарактеризовать через соотношение одорического образа с человеком. Такое соотношение позволяет, на наш взгляд, перевести абстрактные понятия ольфакторного восприятия в интерпретируемую и относительно легко понятную для субъекта целевой аудитории форму. Рекламируемый продукт при этом наделяется чертами субъекта, включенного в определенные социальные отношения, которого, согласно сценарию рекламы, надлежит убедить в необходимости приобретения рекламируемой продукции.

Для иллюстрации обозначенного феномена мы предлагаем обратиться к парфюмерному дискурсу современной немецкоязычной рекламы. С этой целью нами были изучены рекламные тексты парфюмерной продукции. В результате сплошной выборки выявлено 300 примеров использования антропоморфной метафоры, содержащихся в рекламных презентациях духов на сайтах нескольких немецкоязычных интернет-магазинов: *iparfumerie.de* [6], *parfumdreams.de* [7], *RedZilla.de* [8].