

граматычнымі або лексічнымі класіфікатарамі фемінінасці. Такія намінацыі знаходзяцца ў даследуемых мовах на перыферыі разглядаемых СП.

З названых вышэй крыніц намі вылучана 460 пар асабовых мужчынскіх намінацый (АМН) – маскулінатываў. Група гэтых слоў з’яўляецца адкрытай і папаўняецца новаўтварэннямі і запазычаннямі, як толькі ўзнікае неабходнасць. У мовах з падобнай ступенню роднасці гэты працэс амаль заўсёды паралельны, відаць, таму вылучаныя лексічныя адпаведнікі немаркіраваных АМН на 90,3 % (415 пар) з’яўляюцца эквівалентнымі паводле семантыкі і структуры. А 233 пары (50 %) суадносных адзінак – гэта запазычанні з розных моў: *лацінскай* (куратар – куратор, акуліст – окуліст, адвакат – адвокат і інш.), *грэчаскай* (філосаф – філосаф, тэрапеўт – тэрапевт, педагог – педагог, гемеапат – гемеопат і інш.), *французскай* (гід – гид, донар – донор, ініцыятар – ініцыятар і інш.), *італьянскай* (імпрэсарыо – імпрэсарыо, віртуоз – виртуоз і інш.), *нямецкай* (балетмайстар – балетмейстер, хормайстар – хормейстер, вундеркінд – вундеркинд і інш.), *англійскай* (клоун – клоун і інш.), *кельцкай* (бард – бард) і інш.

Такім чынам, як сведчыць аналіз, запазычаныя намінацыі, якія абазначаюць асобу жаночага полу, складаюць зусім невялікую частку тоесных фемінінатываў і даволі значную тоесных маскулінатываў. Падаецца, што такая вялікая колькасць паралельных запазычанняў АМН зрабіла пэўны ўплыў на развіццё катэгорыі асабовых мужчынскіх намінацый у кожнай з дадзеных моў і на павелічэнне ліку эквівалентных адзінак на міжмоўным узроўні. Аднак амаль усе вылучаныя эквівалентныя адпаведнасці адрозніваюцца па гучанні і напісанні, што тлумачыцца асаблівасцямі фанетычных сістэм беларускай і рускай моў. Нягледзячы на гэта, усе дадзеныя запазычаныя аздінкі ўяўляюць сабой адну з самых яркіх сіметрычных з’яў у разглядаемых роднасных мовах пры супастаўленні назоўнікаў, якія могуць абазначаць асобу жаночага полу.

Л. А. ГОДУЙКО, Г. В. ПИСАРУК (г. Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НАВЫКОВ ПУБЛИЧНОЙ РЕЧИ У СТУДЕНТОВ-ИНОФОНОВ

Ораторы должны всегда предлагать
самое лучшее, а не самое лёгкое.
Демосфен

Интенсивное развитие речевой коммуникации в современном обществе побуждает преподавателей словесности обращать особое внимание на проблемы формирования у молодых людей умений эффективно общаться.

Красноречие буквально означает ‘красная (красивая) речь’. Великий русский учёный М.В. Ломоносов определяет его как «искусство о всякой данной материи красно говорить и тем преклонять других к своему об одной мнению». Красноречие – это врождённый дар, которым в определённой мере наделён каждый человек, но который заметно проявляется далеко не у всех. Чтобы рас-

крыть дар красноречия, нужны условия, и знания, и усилия для отработки ряда специальных умений.

Сегодня в Брестском государственном университете имени А. С. Пушкина учится много иностранных студентов, которые стремятся узнать русский язык и овладеть русской речью в полной мере. Этому им помогает в первую очередь учебная дисциплина «Русский язык как иностранный», которая предполагает разные виды речевой деятельности инофона: чтение, письмо, слушание, говорение. На совершенствование навыков публичного выступления направлена и работа иностранного студента на других учебных занятиях, его участие во внеучебной (научной, творческой, общественной) жизни факультета, университета. Но все это не дает системного представления об основах теории и практики ораторского мастерства.

Учебный курс «Риторика», к сожалению, изучается только студентами филологического факультета. Поэтому преподаватели кафедры общего и русского языкознания посчитали целесообразным издать учебно-методическое пособие «Учимся красноречию (основы риторики)» [1].

Авторы репрезентуемого издания – доценты кафедры общего и русского языкознания Брестского государственного университета Л.А. Годуйко, кандидат филологических наук, и Г.В. Писарук, кандидат педагогических наук. Рецензенты – первый проректор Брестского областного института развития образования, кандидат филологических наук, доцент, член-корреспондент Международной Академии наук педагогического образования Ст.Г. Рачевский и кандидат филологических наук, доцент кафедры белорусской филологии БрГУ имени А.С. Пушкина С.Ф. Бут-Гусаим.

Учебно-методическое пособие «Учимся красноречию (основы риторики)» адресуется в первую очередь иностранным студентам филологических факультетов. Однако авторы уверены, что пособие будет полезно и студентам других специальностей. Цель книги – позволить инофонам получить представление о науке риторике и начать формирование умений выступать перед публикой.

Теоретическая часть пособия представлена разделами «Изучаем основы риторики», «Учимся публичной речи» и «Анализируем составляющие ораторского мастерства». В разделе «Изучаем основы риторики» раскрывается актуальность риторики как науки и суть её базовых понятий – речевого события и законов современной общей риторики. Во втором разделе – «Учимся публичной речи» – подробно описывается технология подготовки к публичному выступлению, а также формулируются требования к произнесению речи перед аудиторией.

В разделе «Учимся публичной речи» авторы посчитали обоснованным использовать в качестве примеров фрагменты выступлений участников ставшего традиционным университетского конкурса ораторского мастерства иностранных студентов «Учусь красноречию» в 2013–2018 гг.

Небольшой раздел «Анализируем составляющие риторического мастерства» является резюмирующим: в нём системно представлены составляющие риторического мастерства, которые развёрнуто были рассмотрены в предыдущих разделах: владение выступающим фоновыми знаниями; умения находить источни-

ки информации и использовать последнюю в процессе решения риторических задач; умения словесно оформлять выступление; работать с аудиторией, используя и невербальные средства общения, и др.

Теоретические разделы пособия сопровождаются рубриками «На заметку!» и «Афоризмы», которые включены для чёткой акцентуации важных, по мнению авторов, вопросов.

В части пособия, посвящённой риторическому конкурсу «Учусь красноречию», представлена его история, описана методика подготовки и проведения. Здесь размещён и богатый материал, имеющий практический интерес: примеры лучших публичных выступлений студентов-инофонов (данные тексты могут найти применение и уже используются нами, нашими коллегами на занятиях по РКИ) и образцы конкурсных заданий.

Во-первых, обозначены темы устных публичных выступлений (они связаны с коммуникативными темами, над которыми инофоны работают на занятиях по РКИ): «Я хочу рассказать о...» (о родных странах конкурсантов, их культуре), «Людей неинтересных в мире нет», «Легко ли быть молодым?», «Книга в жизни современного человека», «Неповторимая студенческая жизнь», «Дело, которое я избрал».

Во-вторых, приведены задания финала конкурса, ориентированные на риторику быстрого реагирования и в разные годы представлявшие собой: мини-диалоги «А знаешь ли ты...?» (об известных людях белорусской земли), «Есть вопрос» (об актуальных для студенчества проблемах); выразительное чтение текста «Не всякий, кто читает, в чтении силу знает!»; выступление с импровизированной речью на заданную тему и в предложенной речевой ситуации «Риторический экспромт»; импровизация «Музыка побуждает нас красноречиво мыслить» (рассказ о том, какие образы, картины возникли в воображении конкурсанта после прослушивания музыкального фрагмента); изложение оратором своего понимания смысла пословицы «Добрая пословица не в бровь, а прямо в глаз»; поиск варианта окончания высказывания известного человека «Ёмкие мысли в изящной форме»; викторина «Век живи – век учись» (конкурсант выбирает два задания из пяти предложенных разделов: «Логические головоломки»; «Значения слов» – из трёх вариантов значения слова / словосочетания необходимо выбрать правильное; «Синонимы»; «Фразеологизмы» – следует закончить идиому; «Великие люди науки» – предлагается узнать учёного по его портрету на слайде и небольшой биографической справке).

Справочный блок пособия представлен разделами «Список упомянутых персоналий» и «Литература по риторике».

В «Списке упомянутых персоналий», который являет собой краткие биографические сведения о человеке и его высказывание, как правило, о публичной речи, – известные античные философы, теоретики и практики риторики (Платон, Аристотель, Горгий, Демосфен, Цицерон, Квинтиллиан и др.); русские учёные и ораторы-практики XVIII–XIX вв. (М.В. Ломоносов, В.О. Ключевский, Н.Ф. Кошанский, А.Ф. Кони, П.С. Пороховщиков, М.М. Сперанский, А.П. Чехов и др.); те, кто в XX в. при отсутствии в славянской культуре риторики как науки не давал забыть её основы, – И.А. Шведов, К.С. Станиславский, Н.А. Толстой, К.А. Федин, Е.А. Ножин и др.

Авторы надеются, что книга «Учимся красноречию (основы риторики)» будет полезна студентам в настойчивой работе учиться говорить на русском языке свободно и уверенно в любой ситуации. Предполагаем, что к данному изданию будет проявлен интерес и у коллег– преподавателей русского языка как иностранного, стремящихся в учебной и внеучебной деятельности формировать у студентов-инофонов умения активно и грамотно пользоваться русским языком.

Список использованной литературы

1. Годуйко, Л.А. Учимся красноречию (основы риторики) : учебн.-метод.пособие для иностр. студентов филол. факультета / Л.А. Годуйко, Г.В. Писарук ; под общ. ред. Л.А. Годуйко ; Брест. гос. ун-т им. А.С. Пушкина. – Брест : БрГУ, 2019. – 110 с.

Л. А. ГОДУЙКО (г. Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина)

КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКАЯ МАРКИРОВАННОСТЬ РЕКЛАМНОГО ОНОМАСТИКОНА (НА МАТЕРИАЛЕ ПРАГМАТОНИМОВ И ЭРГОНИМОВ БРЕСТЧИНЫ)

Современная лингвистика отличается антропоцентричностью. Антропоцентрическая парадигма выводит на первое место человека, а язык считается главной конституирующей характеристикой, важнейшей составляющей человека. Текст, создаваемый языковой личностью, отражает движение человеческой мысли, строит возможные миры, запечатлевая в себе динамику мысли и способы ее представления с помощью средств языка [5, с. 9]; язык пронизан культурой, он ее часть, продукт и орудие.

Связь культуры и языка демонстрируют разные уровни, единицы последнего. Исследователи отмечают, в частности, особую лингвокультурологическую ценность имен собственных. Это подтверждает и проведенный нами анализ регионального рекламного ономастикона: прагматонимы (названия молочных продуктов, товаров бытовой химии) и эргонимы (номинации объектов общественного питания и торговых (продовольственных) объектов, творческих коллективов) объективируют сведения о Беларуси, Брестчине, ее жителях, о культуре, традициях, вкусах, ценностях и др. номинатора и адресата искусственной номинации, об окружающих их географических объектах, предметах, флоре, фауне и т.д.

Прагматонимы, эргонимы выступают как репрезентанты **кодов культуры** (КК; современная наука определяет культуру как поликодовую систему) – вторичные семиотические системы, основными характеристиками которых является «интерпретативная устойчивость и коммуникативные возможности» языка [7, с. 40].

Зафиксированные рекламные имена (РИ) вербализуют целый комплекс КК (более 10), в т. ч. базовых (информационный потенциал онима, его суггестивность, аттрактивность повышается за счет вторичных смысловых оттенков; за счет пересечения в одном имени нескольких КК):

– персонажный (*сыр плавленый «Белорусочка», торт из мороженого «Имениннику», торговая марка (ТМ; молочные продукты) «Ляховичок», от-*