

Употребление разных лексических единиц для обозначения одних и тех же предметов представляет сложности для студентов, изучающих португальский язык (*açougue* — мясная лавка, *celular* — мобильный телефон, *pedestre* — пешеход, *trem* — поезд, *vitrine* — витрина, *meias* — носки, *aeroporto* — стюардесса, *bonde* — трамвай, *terno* — костюм, *boteco* — бар, *asfalto* — асфальт, — Бразилия; и соответственно: *talho, telemóvel, peão, comboio, montra, peúgas, hospedeira de bordo, eléctrico, fato, tasca, alcatrão* — Португалия). Поэтому, обучая португальскому языку, необходимо с самого начала принимать во внимание вышеуказанные особенности языка, чтобы научить студентов находить существующие различия при работе с оригинальными текстами, газетными и научными статьями, аудио- и видеоматериалом разных стран португальского мира. Особое внимание необходимо уделить фонетическим особенностям бразильского варианта из-за трудностей восприятия на слух аудио- и видеосюжетов для студентов в сравнении с чтением оригинальных статей.

В методическом обеспечении занятий необходимо учитывать то, что визуализация информации повышает ее усвоение. Осуществлению целей обучения португальскому языку способствует сочетание традиционной методики обучения с использованием информационно-компьютерных технологий и интернет-ресурсов Португалии, Бразилии и Анголы www.ensina.rtp.pt; www.youtube.com — TVRecord, Angola Magazine, TVRecord Giro; www.sabado.pt; www.dn.pt; <https://brasilecola.uol.com.br>; <https://www.eurodiclas.com.br>. Современные интернет-ресурсы предоставляют многочисленные возможности для ознакомления с фонетическими особенностями языка, лексикой, грамматикой и являются универсальным инструментом для моделирования различных языковых ситуаций.

Таким образом, в процессе преподавания португальского языка в вузе необходимо акцентировать внимание на фонетических и лексико-грамматических различиях европейского и бразильского вариантов португальского языка, для того чтобы будущие специалисты в области межкультурной коммуникации могли без особых сложностей заниматься различными видами переводческой деятельности в португалоязычных странах.

Источники

1. Родионова, М. А. Португальский язык : учебник для I–II курсов вузов / М. И. Родионова. — М. : Астрель : АСТ : Транзиткнига, 2005. — 543 с.
2. Coehlo, L. Português em Foco 4. Níveis C1/C2 / L. Coehlo, C. Oliveira. — Lidel, 2019. — 232 p.

<http://edoc.bseu.by/>

М. В. Мишкевич, канд. филол. наук, доцент
mishkevich@bseu.by
БГЭУ (Минск)

ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ В КОММУНИКАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ФРАНЦУЗСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ

В рамках лингвистических исследований стереотипы трактуются как особые формы хранения знаний и оценок, как концепты ориентирующего поведения. Гендерные стереотипы рассматриваются нами как культурно и социально обусловленные мнения и пре-суппозиции о качествах, атрибутах и нормах поведения представителей двух полов и их отражение в языке. Гендерная стереотипизация фиксируется в языке на всех его уровнях и тесно связана также с формами выражения оценки. Гендерные стереотипы представляют собой сложившиеся в обществе мнения о характеристике полов и нормах мужского и женского поведения.

Наше исследование посвящено сравнительно-сопоставительному изучению гендерных стереотипов в русской и французской лингвокультурах на материале имен существительных, так как структура менталитета, система взглядов носителей того или иного языка наиболее ярко отражаются именно в существительных, в их грамматических категориях и лексических значениях.

В ходе исследования установлено, что среди существительных — названий профессий во французском и русском языках исторически доминирует мужской род: *ambassadeur* (посол), *avocat* (адвокат), *chef* (шеф), *chirurgien* (хирург), *directeur* (директор), *docteur* (доктор), *ingénieur* (инженер), *maire* (мэр города), *président* (президент, председатель), *professeur* (профессор), *recteur* (ректор), *sculpteur* (скульптор) и многие другие. Данная ситуация объясняется влиянием экстралингвистических факторов, и в первую очередь тем, что очень долгое время эти слова обозначали профессии и должности, которые были привилегией мужчин. В настоящее время языки, словно по инерции, «противятся» проникновению имен существительных женского рода, несмотря на то, что в наше время женщины активно участвуют в общественной и политической жизни и занимают указанные должности не реже мужчин. Данная проблема насчитывает уже более века, и за все это время однозначного решения в обоих языках не найдено.

Современные французские словари фиксируют появление некоторых из выше указанных названий профессий в женском роде, но, как правило, с пометкой «разговорное» или «устное»: *ambassadrice* (женщина-посол), *avocate* (адвокатша), *chefesse* (шеф-иня), *directrice* (директриса), *doctoresse* (докторша), *mairresse* (женщина-мэр), *présidente* (президентша, председательша). В связи с тем, что во французском языке суффиксы эмоциональной и субъективной оценки гораздо менее распространены, чем в русском, представленные французские варианты женского рода являются более стилистически нейтральными, чем их русские аналоги, и тем не менее во французских словах женского рода, несомненно, чувствуется их стилистическая окраска.

Вместе с тем некоторые слова не представлены во французских словарях в женском роде и даются только в мужском: *chirurgien*, *ingénieur*, *professeur*, *recteur*, *sculpteur*. Будет затруднительной попытка найти этим лексемам стилистически нейтральные русские эквиваленты с суффиксами в женском роде.

Культурная репрезентация пола во времени и языке достаточно изменчива, и на функционирование гендерных стереотипов в массовой коммуникации существенное влияние оказывают экстралингвистические, социальные факторы. Так, например, ключевым условием, определяющим социальный статус женщин в Советском Союзе в 20–30-х гг. XX в. после заявления властей об «абсолютном уравнивании всех слоев населения в правах», было участие женщин в общественном производстве, и этот рассматриваемый период характеризуется стремлением государства к устранению гендерной асимметрии за счет вовлечения женщин в трудовую деятельность. Изменения в статусе женщин во Франции стали очевидны лишь в 1944 г., когда француженки получили право голоса на выборах, а право открывать личные банковские счета и работать без разрешения своих мужей француженки получили только в 1965 г.

В двух исследуемых социумах наблюдается схожая динамика некоторых свойств фемининности-маскулинности: сегодня могут быть присущи как мужчинам, так и женщинам такие качества личности, как активность, уверенность в себе, агрессивность, доминантность, способность к лидерству и др. В настоящее время в сфере труда постепенно исчезают различия между типично женскими и типично мужскими профессиями. Мужчины все больше и больше задействуются в обслуживающей сфере, а женщины часто занимают руководящие должности.

Таким образом, в изучаемых языках проявляется различная степень асимметричности гендера в силу социальных факторов. Несмотря на внешнее сходство системы ген-

дерных стереотипов в двух языках, налицо неодинаковая степень асимметричности: по сравнению с русским языком во французском языке наблюдаются менее выраженная гендерная маркированность и более сильная адаптивность к социальным ожиданиям и изменениям. Вместе с тем, несмотря на существенные различия в исторической эволюции, менталитете, культуре двух социумов, гендерные стереотипы в них представлены схожими чертами и характеристиками.

<http://edoc.bseu.by/>

*Н. Ю. Мышковская, преподаватель
mouse110110@mail.ru*

*Т. И. Новик, преподаватель
БГЭУ (Минск)*

ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ В РАМКАХ АСПЕКТНОГО ПРЕПОДАВАНИЯ

Отличительной особенностью современного этапа развития общества является стремительно развивающаяся информатизация общества. Инновационные преобразования затрагивают различные сферы жизнедеятельности человека, в том числе и профессиональную. Умение адаптироваться к быстроизменяющемуся социуму рассматривается наравне с профессиональными навыками и является неотъемлемой частью успешной профессиональной деятельности. По этой причине среди ключевых компетенций значительное внимание уделяется социокультурной компетентности как готовности к успешному взаимодействию в разных сферах жизни.

Следует отметить, что само понятие «компетенция» — комплексное и включает:

1) лингвострановедческий компонент (знание лексических единиц в соответствии с национально-культурной семантикой и применение их в ситуациях межкультурного общения);

2) социолингвистический компонент (языковые особенности различных слоев населения, представителей нации в зависимости от происхождения, пола, возраста, диалектов);

3) социально-психологический компонент (овладение социально и культурно обусловленными сценариями, национально-специфическими моделями поведения с использованием коммуникативной техники, свойственной определенной культуре);

4) культурологический компонент (охватывает социокультурный, историко-культурный, этнокультурный фон) [1].

Аспектное преподавание иностранного языка позволяет подойти к вопросу формирования социокультурной компетенции комплексно и наиболее полно реализовать ее компоненты. Так, к примеру, при обучении аспекту «Деловой английский язык» в рамках тематики «Межкультурные различия в ведении бизнеса» лингвострановедческая компетенция может быть достигнута посредством использования как основных источников информации (учебник, пособие, словарь), так и дополнительных средств (просмотр видеороликов, фильмов, реклам и т.д.). Примерами деловых ситуаций, отражающих межкультурные различия и требующих соответствующей лексики, могут служить правила этикета и ведения переговоров, использование вербальных и невербальных средств общения и т.д.

Следует также отметить, что обучение практической фонетике невозможно без учета социолингвистической компетенции. В зависимости от акта коммуникации, целей общения, социальных ролей участников используются различные интонационные модели (разговорные формулы, формы обращения, просьбы и приказы и т.д.). Формирование данной компетенции эффективно при подкреплении теории аутентичным материалом (аудиозаписи тренировочных упражнений, диалогов, стихотворений, прослушивание