

как иностранному более продуктивно использовать временной ресурс. В связи с этим автором предложенного учебника была предпринята попытка перекомпоновать грамматический и лексический материал, разделив его на три части, но не по принципу соответствия первым трём уровням системы ТРКИ. Предложенное деление имеет не столько практический, сколько утилитарный характер (учебник издан в виде тетради для удобства пользования материалом).

Учебник включает в себя теоретический грамматический материал, представленный в виде таблиц и схем, упражнения, ориентированные на использование полученных студентами теоретических знаний на практике, тесты для закрепления и проверки знаний, диалоги и тексты, показывающие возможности русского языка и соответствующие определённому уровню понимания и освоения обучающимися системы русского языка, задания, решение которых поможет студентам самостоятельно подготовиться к промежуточному и итоговому контролю.

Каждая тема посвящена отдельному грамматическому аспекту. Описываемая грамматика «защита» в таблицу, которой удобно пользоваться при выполнении упражнений, направленных как на восприятие устной или письменной речи, так и на её продуцирование. Все таблицы имеют аналогичный характер, в связи с чем повышается скорость усвоения студентами грамматического материала и продуктивность работы на занятиях. Такое представление языкового материала, безусловно, носит субъективный характер, выражающий особенности мышления автора, но, привыкнув к такому выражению материала, студенты перестают испытывать дискомфорт от разноформатного описания грамматических особенностей русского языка. Упражнения каждой темы представлены по принципу усложнения языкового материала, вплоть до возведения их к максимально возможному на данном этапе изучения языка уровню сложности – литературным высказываниям или текстам. Именно литературные тексты создают ощущение реальной языковой среды, поскольку представляют собой не адаптированные, а реальные высказывания на изучаемом языке. В ходе чтения и освоения литературных текстов у обучающихся возникает чувство удовлетворения от того, что их знания позволяют читать и понимать даже художественную литературу. Кроме того, художественные тексты дают возможность студентам закрепить изученный материал, почувствовать реальный русский язык без методических ограничений и увидеть возможность русского языка на лексическом и грамматическом уровнях в формировании информационного пространства. Однако при повторении материала акцент делается не на сложности материала, а на его частотности и необходимости использования в жизни и образовательной среде. В этом проявляется

определённый педагогический ход: понимание литературных текстов требует максимальных интеллектуальных затрат, и иногда у студентов возникает ощущение, что русский язык настолько сложен, что освоить его практически невозможно, однако возвращение к базовой грамматике и лексике, существенно более простой, нежели лексика и грамматика литературных текстов, приводит к пониманию того, что плановое изучение грамматики русского языка стабильно приносит положительные результаты.

Следует отметить, что в учебнике для изучения предложены темы, отсутствующие в других учебниках. Такой выбор автора связан с тем, что некоторые ранее не прописанные грамматические аспекты языка, с точки зрения автора, являются определёнными очень важными в понимании логики русского языка. В конце учебника (Часть 2) в виде приложений обучающимся предложены сводные таблицы по всем основным грамматическим темам русского языка, составленные с учётом не исключений, но регулярных специфических для русского языка зависимостей и процессов, связанных с историей языка.

В лексико-тематическом отношении в учебнике собран разноплановый языковой материал, посвящённый не только истории России и культуре русского народа, но и истории других стран и культуре других народов, что, по мнению автора, должно подчёркивать мультикультурную направленность учебника, ориентированную не на узкую гражданскую принадлежность, а, скорее, на космополитизм. Такой подход к отбору языкового материала и прежде всего текстов связан с тем, что обучающийся должен чувствовать себя не элементом, стремительно отторгаемым системой, а неотъемлемой её единицей – элементом огромного мира, называемого человечеством. Всё это продиктовано многонациональностью групп, в которых обучаются студенты, при обучении которых автором учебника делается акцент на толерантности и положительном восприятии любой культуры мира.

#### **ЯЗЫК РЕКЛАМЫ КАК ФАКТОР ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ (учебное пособие)**

Штукина Е.Э.

*Костанайского филиала ФГБОУ ВПО «Челябинский  
государственный университет», Костанай,  
e-mail: shtukina5@ya.ru*

Учебное пособие подготовлено по образовательным программам (ОП):

– направления подготовки 45.03.01 – «Филология», направленность подготовки Отечественная филология, Зарубежная филология, является дисциплиной по выбору;

– направления подготовки 45.03.02 – «Лингвистика», является дисциплиной по выбору.

Согласно современным научным представлениям, тексты массовой информации и коммуникации относятся к отдельному роду словесности, поэтому изучение рекламы является актуальным для студентов филологических специальностей. Язык рекламы как самостоятельного вида массовой коммуникации еще не получил глубокого методического осмысления, ни в России, ни в Казахстане, а между тем многие выпускники филологических факультетов давно и успешно работают в рекламных агентствах.

В пособии в доступной форме систематизированы и обобщены в понятиях теории текста сущностные свойства и категории рекламного текста. На примерах из рекламных текстов (главным образом рекламы, функционирующей в северном регионе Казахстана) рассматриваются: реализация функций языка в рекламной коммуникации; способы и приемы вербального воздействия на адресата и манипулирования им; стилистические особенности рекламных текстов, так как, по мнению многих специалистов в области рекламы, стилистические качества языка во многом определяют эффективность рекламного сообщения.

В пособии также описывается специфика языка рекламы поликультурного города, которая выявляется на основе исследований, проведенных в рамках Вузовской академической лаборатории межкультурных коммуникаций под общим руководством доктора филологических наук, профессора Челябинского государственного университета Л.А. Шкатовой.

Подобранный автором материал имеет несомненную теоретическую значимость: студентам даются базовые понятия, составляющие основу осознания реализаций функций языка в рекламной коммуникации: свойства и категории, семантика рекламного текста, его стилистические качества. Большое внимание

автор уделил описанию приемов речевого воздействия, суггестии и речевого манипулирования в рекламных текстах.

Практическая направленность заключается в формировании у слушателей элективного курса умений выявлять способы и приемы речевого воздействия и манипулирования, свойственные рекламе, научиться использовать весь спектр стилистических средств для повышения эффективности рекламного сообщения.

Структура пособия «Язык рекламы как фактор ее эффективности» включает 10 тем, которые охватывают основную проблематику теории и практики рекламного текста. К каждой теме прилагаются аудиторные и домашние задания, выполнение которых формирует языковую компетенцию филологов, воспитывает интерес к реальному языковому существованию, развивает лингвистическую зоркость, содействует подготовке к одной из сфер профессиональной деятельности.

Особенно интересны разработки занятий, касающиеся прагматических аспектов рекламы, моделей и стратегий ее воздействия; темы, посвященные анализу семантического пространства рекламного текста, восприятию языка рекламы, способов и приемов внушения в рекламной коммуникации.

Достаточно оригинальна Тема 10 «Лингвокультурная специфика рекламы поликультурного города»: на основе которой могло бы родиться новое направление лингвистического осмысления текстов массовой информации, перспективное для дальнейшего изучения межкультурной коммуникации.

Учебное пособие хорошо выполняет прагматическую задачу: оно окажет помощь не только студентам-филологам при анализе рекламной коммуникации своего города, но и копирайтерам, а также всем тем, кто имеет отношение к составлению и оценке текстов рекламы.

### Философские науки

#### МИРОВЫЕ РЕЛИГИИ КАК ВЫРАЖЕНИЕ МИРОВОЙ КУЛЬТУРЫ. АНТОЛОГИЧЕСКАЯ КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ

(монография)

Свириденко А.А.

*Уфимский государственный авиационный  
технический университет (филиал), Кумертау,  
e-mail: kumertau@ugatu.su, profsvir@mail.ru*

Автором монографии является доктор философских наук, Академик РАЕ, почетный доктор Международной Академии естествознания, профессор Андрей Арьевич Свириденко. В качестве рецензентов выступают: директор филиала ФГБОУ ВПО «Оренбургский государственный университет» в г. Кумертау, доктор педагогических наук, профессор Валерий

Алексеевич Анищенко; доктор философских наук, руководитель ИСНИЛ, профессор филиала ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет технологии и управления» в г. Мелеуз Рауф Гайсинович Садыков.

В тексте монографии автор вскрывает онтологические корни религиозных учений Востока, показывает их роль в формировании мировых религий: буддизма, иудаизма, христианства и ислама. В монографии рассматривается культурологический аспект религии как социального феномена.

Дается разграничение веры и суеверия. Отражена религиозная тематика в литературе, живописи, музыке и архитектуре. Раскрыты основные положения мировых религий. Священные тексты охарактеризованы как пример высокохудожественной литературы. Настоящая монография может быть использована