

Но даже в этих стихах необыкновенной выразительности нередко звучат темы смерти и бренности. В одном из таких текстов некто отправляется на 71-м трамвае в крематорий на собственное погребение в черном костюме с объявлением о смерти.

Сборник снабжен глоссарием для читателей из других городов, не знающих венского диалекта. И, тем не менее, многое в этих текстах остается мало понятным, особенно для иностранцев.

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ КУРСА «ЛАТИНСКИЙ ЯЗЫК»

Н.А. Гончарова

Белорусский государственный университет

Универсальной компонентой неоклассического образования в Беларуси становится греко-латинская культурология пока еще в отличие от России официально не подтвержденная. Греко-римский культурологический аспект в той или другой степени неизменно присутствует в профилированных учебниках латинского языка последнего поколения. Это находит свое выражение в дозированном внедрении античных аллюзий в ткань учебной дисциплины. Наряду с тематически отобраным фразеологическим материалом и стандартными выражениями научной латыни широко используется информация из античной истории, мифологии, литературы, материальной культуры Греции и Рима. Несмотря на дефицит учебного времени, объем лингвокультурологической информации неизменно возрастает, качественный уровень меняется, приемы интерпретации обновляются. Уже существуют апробированные способы решения проблемы оптимального сочетания собственно профессиональной и лингвокультурологической информации в учебном процессе. Лингвокультурологический подход позволяет выполнять не только обучающую, но и воспитательную функцию при изучении латыни, функцию просвещения на базе классического гуманитарного образования. Уместно напомнить, что «классическое образование» состоит в формальном развитии мысли посредством формального изучения языка и изучения словесности. «Общее образование предполагает, прежде всего, формальное развитие ума: образованный человек, прежде всего, должен уметь мыслить и выражать свою мысль» (Трубецкой С. Н.

Курс истории древней философии., М., 1997, с. 241). Для того чтобы предлагаемая образовательная стратегия действительно соответствовала новой парадигме образования, необходима обстоятельная, научно обоснованная разработка лингвокультурологического материала с учетом различных факторов. Не исключено, что методическое обеспечение по лингвокультурологии латинского языка будет варьироваться в зависимости от фактора времени изучения, профессиональных интересов будущих специалистов и т. п.

Переход на рельсы рыночной экономики потребовал от целого ряда членов нашего общества (журналистов, политиков, бизнесменов, менеджеров, предпринимателей) умения контактировать, убеждать, переубеждать своих партнеров и конкурентов, заказчиков, поставщиков и потребителей, то есть участников динамичного ежедневного социально-коммуникативного процесса. Они вынуждены апеллировать к интеллекту, эмоциям образованного, широко мыслящего, культурного человека, учитывать его психологию и его образовательный статус. На каждом шагу мы встречаемся с использованием элементов античной культуры. Греко-римская лексика, фразеология, имена богов и героев появились на экранах телевизоров («Nota Bene», «In brevi», «Esse homo», «Dixi» и др.), на вывесках и рекламных щитах магазинов, бутиков, торговых и выставочных центров, салонов, кафе, ресторанов, офисов. В названиях используется как латиница, так и кириллица. Вот далеко не исчерпывающий список этих наименований: «Эврика», «Olimpus», «Bonus», «Максимус», «Aurum», «Гефест», «Нептун», «Дионис», «Persona», «Император», «Fortuna», «Одиссей», «Афродита», «Юнона», «Афина», «Аполлон», «Медея», «Веста», «Coliseus», «Bis», «Легион», «Versus», «Поллукс», «Columbus», «Флогос», «Гелиос», «Амазонки» и т. д. и т. п. Таким способом в бытовых реалиях социальной сферы находят отражение магистральные культурологические проявления. Характерно, что представители торгового и кафе-ресторанного бизнеса в подобных случаях чаще всего обращаются именно к греко-латинской культурологии.