**К проблеме статуса категории одушевленности в контексте преподавания**

**русского языка иностранным учащимся экономического профиля**

**Емельянова Марина Денисовна**

**Аспирант Московского государственного университета**

**имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия**

Одушевленность – специфическая грамматическая категория славянских языков, от которой зависит парадигма склонения имён, отражающая закономерности их словоизменения по падежам и числам. Так, в русском языке наиболее значимый грамматический признак характеристики по одушевленности – это совпадение а) форм Вин.п. мн.ч. и ед.ч. м.р. с формами Род.п. у одуш. сущ., б) тех же форм с формами Им.п. у неодуш. сущ. Чаще всего эта категория представляется как лексико-грамматическая, имеющая как грамматические, так и семантические признаки. Однако ее функционально-коммуникативный анализ в контексте преподавания русского языка как иностранного (РКИ) показывает, что одушевленность является собственно грамматической категорией. Языковой материал, подтверждающий подобную позицию, рассматривается, в частности, в практике профессионально ориентированного обучения РКИ в сфере экономики.

В экономической и других профессиональных сферах точность формулировок имеет первостепенное значение, а коммуникативная грамотность, подразумевающая в том числе уверенное владение грамматическими нормами языка, – ключевой фактор успеха. В условиях глобализации увеличивается потребность в специалистах, способных четко и грамотно выражать мысли, избегая двусмысленностей, чреватых негативными последствиями в деловых переговорах, составлении контрактов и финансовой отчетности. Корректное употребление слов в соответствии с их характеристиками по различным морфологическим категориям имеет здесь особое значение. Поэтому в процессе преподавания РКИ экономистам следует акцентировать внимание на формировании устойчивых грамматических навыков, в том числе основанных на понимании формальных признаков одушевленности. Правильная презентация категории одушевленности с акцентом внимания на ее грамматической природе, подразумевающим избегание опоры на «мифологическое» сопоставление с живым/неживым, является залогом формирования у иностранных студентов высокого уровня коммуникативной компетенции.

В качестве аргумента в пользу выдвигаемой позиции приводятся, главным образом, группы лексем, имеющие колебания относительно определения их как названий живых или неживых объектов.

Одна из подобных групп включает в себя названия участников экономической деятельности, такие как *производитель, потребитель, агент, дилер, клиент, конкурент, партнер, поставщик, спонсор*. В контексте профессиональной коммуникации этими лексемами могут быть названы как живые объекты, т.е. люди, так и неживые – различные юридические лица (фирмы, банки, магазины, университеты и т.д.). Тем не менее необходимо обращать внимание учащихся на то, что в любом из этих случаев данные слова функционируют как одушевленные существительные: *Фирма должна ориентироваться на своего потребителя. Необходимо найти надежного спонсора.* (Вин.п. = Род.п.)

Еще одна группа представляет собой случаи метафорического употребления названий организаций (*компания, фирма, холдинг, биржа, банк, ведомство, отдел*), в которых они обозначают совокупность людей (живых объектов), работающих в данных организациях. Такие существительные в рассматриваемом лексико-семантическом варианте (ЛСВ) с грамматической точки зрения функционируют аналогично существительным со значением «скопление однородных живых объектов» (*народ, табун, стадо, группа*), т.е. они, так же как и в ЛСВ названий зданий и помещений, в которых располагаются организации, определяются как неодушевленные. Ср.: *Рабочие скоро достроят этот отдел* (помещение). *– Отдел* (состав сотрудников) *необходимо укомплектовать в кратчайшие сроки*.(Вин.п. = Им.п.)

Наконец, еще одну лексическую группу представляют собой названия совокупности средств определенной деятельности (*активы, ресурсы, средства*). Эта группа примечательна тем, что в состав одной подобной совокупности могут включаться одновременно и живые, и неживые объекты. Так, к понятию *ресурсы* относятся не только лес, нефть, газ и т.д., но и люди, благодаря деятельности которых возможно производство благ. В контексте грамматического оформления речи подобные названия функционируют как неодушевленные существительные даже в тех случаях, когда акцентируется внимание на человеке (людях) как составляющей совокупности: *Чтобы производить блага, люди должны иметь ресурсы*. (Вин.п. = Им.п.)

Характеристики имен существительных, а также согласуемых с ними имен прилагательных и местоимений по одушевленности необходимо учитывать не только при выборе формы винительного падежа, но и при построении синтаксических конструкций, в состав которых они входят. Особое внимание следует обратить на те случаи, когда одушевленность оказывается критерием различения синонимико-вариативных конструкций. Так, в языке экономической специальности существуют примеры пар вопросительных конструкций, с помощью которых задаются вопросы к определению термина:

***А) кто такой (-ая, -ие) кто? – что такое что?***

Ср.: *Кто такой производитель? – Что такое экономика?*

***Б) кто называется кем? – что называется чем?***

Ср.: *Кто называется производителем? – Что называется экономикой?*

Выбор между вопросительными словами *кто?* и *что?* в составе этих конструкций напрямую зависит от характеристики термина, к которому задается вопрос, по одушевленности. Поэтому **правильное определение его грамматической характеристики (одушевленный или неодушевленный) является особенно важным для построения грамматически корректного вопроса, позволяющего избежать искажения смысла и продемонстрировать профессиональную компетентность.**

Таким образом, категория одушевленности в языке экономической специальности проявляет себя как грамматический феномен, влияющий не только на морфологические формы слов, но и на синтаксическое конструирование предложений. Лексические колебания, связанные с возможностью отнесения терминов к живым или неживым объектам, требуют от изучающих РКИ экономистов четкого понимания грамматических правил. Именно грамматическая корректность в определении одушевленности является ключевым фактором для точной и однозначной профессиональной коммуникации.

***Литература:***

*Зализняк А.А.* Грамматический словарь русского яыка. Словоизменение. М., 2003.

Книга о грамматике. Для преподавателей русского языка как иностранного / Под ред. А.В. Величко. СПб., 2018.

*Милославский И.Г.* Морфологические категории современного русского языка. М., 1981.

НКРЯ: <https://ruscorpora.ru/>