

15. Workshop

Interkulturelle Kommunikation und Interkulturelles Lernen

15.-17.06.2017

Institut für Slawische Sprachen der WU Wien

15.06., Get Together, 19:30-22:00 Uhr

16.06., LC.0.004 Galerie, 09:00-17:30 Uhr

17.06., LC.0.004 Galerie, 09:00-16:00 Uhr

Organisation: Edgar Hoffmann & Angelika Hechtl

Programm

Donnerstag, 15.06.2017 (Anreisetag/день заезда)

19:30-22:00 Get Together (Gasthaus/кафе "Reinthal", Stuwertstraße 5)

Anfahrt U1, U2, S-Bahn bis Praterstern, Ausgang „Venediger Au“, über Bahnsteig der Linie U2, dann geradeaus durch den Park bis zur Stuwertstraße (blaue Linie auf dem Plan), Fußweg ca. 300 Meter

Проезд U1, U2, S-Bahn (электричка) до станции Praterstern, выход „Venediger Au“ через платформу метро U2, дальше прямо по парку до Stuwertstraße (голубая линия на графике), 300 метров пешком



Freitag, 16.06.2017 (LC.o.004, Galerie)

09:00-09:15 Eröffnung & Organisatorisches

Block 1: Межкультурная коммуникация и лингвокультура

08:30-09:00

Registration der Teilnehmer*innen

09:00

Eröffnung

Martin Stegu (Stv. Vorsitzender des Departments für Fremdsprachige Wirtschaftskommunikation der WU Wien), Edgar Hoffmann und Angelika Hechtl (Organisationsteam)

09:15-09:40

Natalia Bragina (Moskau)

Как составить тематический классификатор «Русская лингвокультура в сопоставлении с другими лингвокультурами»?

09:40-10:05

Natalia Cvetova (St. Petersburg)

«Бизнес» и «бизнесмен» в русской ментальности

10:05-10.30

Boris Norman (Minsk), Natalia Rajnochova (Prag)

Приметы и их вербализация в традициях двух славянских народов: культурологический и прагмалингвистический аспекты

Block 2: «Агрессия и аргументация»

11:15-11:40

Valery Efremov (St. Petersburg), Elena Petrenko (St. Petersburg)

Язык вражды в свете русско-украинского конфликта: этнофолизмы и рядом

11:40-12:05

Marina Scharlaj (Dresden)

Враги напоказ: 'паблик шейминг' в современном политическом дискурсе России

12:05-12:30

Olena Taranenko (Vinnytsia)

Пропагандистская аргументация в медиа как форма агрессии

12:30-14:00 Mittagspause in der Mensa

Block 3: Межкультурное обучение

14:00-14:25

Elena Karпова (Odesa)

Развитие навыков межкультурной коммуникации у студентов экономических вузов (на примере обучения иностранному языку)

14:25-14:50

Kateryna Zakharchuk (Hmel'nyts'kyj)

Потенциал неформального образования для формирования межкультурных компетенций у студентов экономических специальностей

14:50-15:15

Yana Zubkova (Moskau)

Межкультурные компетенции: номинации преподавателей высшей школы Германии, Австрии, России

Block 4: Межкультурная коммуникация и межкультурное обучение

15:50-16:15

Katsiaryna Roeder (Hildesheim)

Коммуникативные практики передачи знаний на уроке русского языка как унаследованного (heritage language)

16:15-16:40

Olga Caspers (Salzburg)

Работаем, работаем, господа! Отношение к работе в российской корпоративной культуре (на материалах современного кинематографа)

16:40-17:05

Dinara Madiyeva (Almaty)

Intercultural communication in the linguistic landscape of Kazakhstan

17:05-17:30

16. Workshop 2018 (Diskussion und Terminfindung)

18:00 Abendessen „Osteria“ (am Unicampus)

Samstag, 17.06.2017 (LC.o.004, Galerie)

Block 5: Межкультурная коммуникация и ономастика

09:00-09:25

Gulmira Madiyeva (Almaty)

Трансформация ономастического пространства Казахстана в условиях межкультурной коммуникации

09:25-09:50

Assem Aksholakova (Almaty)

Kazakh-Russian language contacts

09:50-10:15

Tatiana Romanova (Samara)

Образ России сквозь призму логотипов

10:15-10:40

Edgar Hoffmann (Wien)

Патриотизм в российской экономике в зеркале имен собственных

Block 6: Украинский кризис и украинская Канада

11:20-11:40

Marianna Novosolova (Dresden)

Современная Украина в поэзии украинской диаспоры в Канаде

11:40-11:50

Holger Kuße (Dresden)

Христианский взгляд украинской диаспоры в Канаде на современную Украину (vorgetragen von Marianna Novosolova)

11:50-12:00

Martin Henzelmann (Dresden)

Представление и восприятие конфликта: анализ украинского кризиса и его отражения в СМИ украинской диаспоры в Канаде (vorgetragen von Marianna Novosolova)

12:00-12:10

Gemeinsame Diskussion zu den drei Vorträgen

12:10-12:35

Angelika Hechtl (Wien)

Роль интервьюера в полуструктурированном интервью

12:45-14:15 Mittagspause: Restaurant Nykke (am Campus)

Block 7: Прикладные вопросы межкультурной коммуникации

14:15-14:40

Beatrix Kress (Hildesheim)

<http://anekdoty.ru/> and the *Клуб Весёлых и Находчивых*: Humour as a „Textsorte“ (type of text) or a „Kommunikative Gattung“ (communicative genre)

14:40-15:05

Nadine Thielemann (Wien)

The Power of Allusion – On the relationship of implicitness and humor in the Russian speech community

15:05-15:30

Julia Hargaßner (Salzburg)

Анекдот в межкультурной коммуникации как выражение общественных норм и культурных ценностей лингвокультуры

15:30

Schlusswort

Ende gegen 15:45-16:00 Uhr

Vorträge

Assem Aksholakova (Almaty)

Kazakh-Russian language contacts

With gaining the independence and the emergence of the new sovereign state the onomastic space of Kazakhstan has been developing dynamically towards the expanding the scope of the Kazakh onomastic units and their active use in international documents in both official and unofficial oral speech. Therefore the appropriate transfer of Kazakh Onyms into other languages is of particular value and is a topical problem of modern Kazakh language. The article is devoted to the functioning of Kazakh Onyms in the Russian speech which require a standardized (orthologic) assessment, as in the Kazakh linguistics this issue

received less attention than the reverse – the influence of the Russian on the Kazakh language.

[aksholakova.assem198\[at\]gmail.com](mailto:aksholakova.assem198@gmail.com)

Natalia Bragina (Moskau)

Как составить тематический классификатор «Русская лингвокультура в сопоставлении с другими лингвокультурами»?

Вероятность коммуникативных неудач в процессе общения представителей разных лингвокультур достаточно высока, что в целом затрудняет коммуникацию. Одним из способов снизить риск их возникновения является лексикографическое описание культурно значимых единиц одной лингвокультуры в сравнении с другими лингвокультурами. Такую задачу решает тематический классификатор «Русская лингвокультура в сопоставлении с другими лингвокультурами», проектная разработка которого началась сравнительно недавно.

Словник тематического классификатора образуют единицы, с плохой культурной переводимостью, провоцирующие коммуникативные неудачи в ситуации общения между представителями русской лингвокультуры и других лингвокультур. К таким единицам относятся русские лексические концепты и формулы речевого этикета. Например, фразема не судьба (+ inf.) имеет культурную специфику. Немецкоговорящие студенты удивляются частотности этого выражения в русском языке. «Чуть что случилось, вы сразу говорите: Не судьба!» Анализ контекстных употреблений показал, что такие фразы, как, например: Не судьба мне выпить сегодня чашечку кофе! – вызывает недоумение у студентов разных лингвокультурных общностей, особенно у мусульман. Турецкие студенты прокомментировали это так: «Для употребления слова судьба нужен серьезный повод».

Структурно тематический классификатор состоит из: синопсиса тем, организованных по семантическому принципу; развернутого комментария к каждой из описываемых лингвокультурных единиц; алфавитного перечня единиц; общего списка использованной литературы. Особое внимание в докладе будет уделено типам информации, которую необходимо отразить в лингвокультурном комментарии к единицам описания.

[natasha_bragina\[at\]mail.ru](mailto:natasha_bragina@mail.ru)

Olga Caspers (Salzburg)

Работаем, работаем, господа! Отношение к работе в российской корпоративной культуре (на материалах современного кинематографа)

В данном докладе речь пойдет об особенностях современной повседневной российской корпоративной культуры с точки зрения межкультурной коммуникации (МКК). На материалах отечественного кинематографа последних лет (2010 – 2016) будет рассматриваться отношение к работе в России в аспекте МКК. Особое внимание при этом уделяется повседневным явлениям рабочих отношений (между коллегами / начальником и подчиненным) и деликатным ситуациям (прием на работу, собеседование, оплата и увольнение), но, прежде всего, тому, как эти реалии из сферы деловой жизни представлены в массовом / авторском кино.

Фильмы являются важной составляющей массовой культуры, формирующей ценностные установки и модели поведения нового поколения, т.н. миллениумов, для которых ориентация на визуальность является более важной, чем чтение текстов. Фильмы демонстрируют, с одной стороны,

особенности национальных культур и их ценностных ориентаций, с другой стороны, создают стереотипы и клише, не совсем соответствующие реальности. Т. о. амбивалентный характер киноматериалов и его особые средства выражения представляют собой оптимальный ресурс для исследований в области МКК.

Для работы с киноматериалами предлагается использовать метод анализа фильма в аспекте межкультурной коммуникации, разрабатываемый в рамках исследовательского проекта в Зальцбургском университете. Предлагаемый метод помогает формировать и развивать умение сравнивать чужую культуру с собственной, а также позволяет находить точки их соприкосновения и существующие между ними различия. Преимущество такого рода анализа видится автору в составлении базы аутентичных материалов, разработке структурного подхода в работе с киноматериалами, проведению системных исследований в области языка и культуры, прежде всего, сфокусированных на МКК.

[olga.caspers\[at\]sbg.ac.at](mailto:olga.caspers@sbg.ac.at)

Natalia Cvetova (St. Petersburg)

«Бизнес» и «бизнесмен» в русской ментальности

Доклад посвящен лингвостилистическому статусу ключевых номинаций, презентующих бизнес-дискурс в современной русской медиаречи. Заявленная проблема рассматривается в контексте теории ментальности. Развитие русской ментальности представлено как длительный процесс, основные этапы которого отражаются в эволюции концептуальной системы. Проанализированные фрагменты многочисленных современных российских медиатекстов позволяют сделать вывод о том, что до сих пор массовой аудиторией «Бизнес» воспринимается как заимствованная номинация, но уже сформировано определенное лексико-семантическое поле, фиксирующее динамику аксиологических представлений русского человека.

[cvetova\[at\]mail.ru](mailto:cvetova@mail.ru)

Valery Efremov (St. Petersburg), Elena Petrenko (St. Petersburg)

Язык вражды в свете русско-украинского конфликта: этнофолизмы и рядом

Доклад посвящен неологизмам-этнофолизмам, возникшим в связи с русско-украинским конфликтом 2014 г. (*укроп, колорад, майдаун, лугандон* и др.). Отдельное внимание уделяется новому типу языка вражды, близкому к этнофолизмам, но имеющему иную семантическую схему: 'национальность + политическая ориентация' (*ватник, вышиватник* и др.). В качестве материала использованы националистические сайты рунета

(https://vk.com/russian_patriots) и уанета (<https://vk.com/public5525046>).
[valef\[at\]mail.ru](mailto:valef@mail.ru), [alyona.petrenko13\[at\]gmail.com](mailto:alyona.petrenko13@gmail.com)

Julia Hargaßner (Salzburg)

Анекдот в межкультурной коммуникации как выражение общественных норм и культурных ценностей лингвокультуры

Анекдот как комплексный феномен культуры касается всех сфер человеческой жизни и на основании этого представляет культуру изучаемого языкового сообщества. Анекдоты являются неотъемлемой частью устной и письменной коммуникации на уроках РКИ и выступают в роли не только «индикаторов» коммуникативной компетенции, но и содержания языкового образования.

В докладе рассматривается анекдот как выражение общественных норм и культурных ценностей в процессе межкультурного обучения на уроках РКИ. На примере анекдота будет представлена теоретическая модель исследования юмора (Аттардо/Раскин) в межкультурном дискурсе. В заключение будут представлены методы использования анекдота в рамках коммуникативного иноязычного образования.

[julia.hargassner\[at\]sbg.ac.at](mailto:julia.hargassner@sbg.ac.at)

Angelika Hechtl (Wien)

Роль интервьюера в полуструктурированном интервью

В докладе на материале качественных интервью с западноевропейскими бизнесменами, проживающими в Центральной Азии, исследуется роль интервьюера при использовании различных методов проведения интервью. Кроме того, ставятся вопросы о том, какие межкультурные факторы играют роль в различных ситуациях интервью; кто и как контролирует и направляет коммуникацию при проведении интервью.

[angelika.hechtl\[at\]wu.ac.at](mailto:angelika.hechtl@wu.ac.at)

Martin Henzelmann (Dresden)

Представление и восприятие конфликта: анализ украинского кризиса и его

отражения в СМИ украинской диаспоры в Канаде

В последние годы новостной контент украинских СМИ в Канаде — например, издаваемых в Эдмонтоне Ukrainian Canadian Herald и Ukrainian News, а также информационных каналов Конгресса украинцев Канады (Ukrainian Canadian Congress) — как того и следовало ожидать, в существенной мере предопределяется внутренними украинскими и российско-украинскими разногласиями. В данном исследовании, ставится под вопрос, посредством каких ассоциативных смыслов и иерархий регулируется современный политический дискурс и какие системные закономерности в нем проявляются при взаимодействии текстовых и прагматических компонентов.

Кроме того, поднимается вопрос о существовании моделирования высшего порядка, более точно дефинирующих коммуникацию в украинской диаспоре на языковом уровне.

[martin.henzelmann\[at\]mailbox.tu-dresden.de](mailto:martin.henzelmann@mailbox.tu-dresden.de)

Edgar Hoffmann (Wien)

Патриотизм в российской экономике в зеркале имен собственных

По данным ВЦИОМа и Левада-центра свыше 80 процентов российского населения считают себя «патриотами». Столь однозначный показатель является результатом патриотической мобилизации населения в связи с событиями в Крыму и в Восточной Украине, а также праздничных мероприятий по случаю 70-летней годовщины победы над фашизмом.

В докладе рассматриваются, во-первых, традиции патриотизма в дореволюционной России, в Советском Союзе и в современной России. Во-вторых, исследуется участие российской экономики в патриотическом буме, что рассматривается на примере самых релевантных в бизнесе и в экономике классов и разрядов имен собственных – имен собственных коммерческих организаций, имен собственных товаров и услуг и имен собственных коммерческих событий.

Данное исследование основано на корпусе рекламных видеороликов, ад-верториалов, записей в блогах и официальных страницах компаний разного типа (глобальных, общероссийских и региональных) в социальных сетях.

[edgar.hoffmann\[at\]wu.ac.at](mailto:edgar.hoffmann@wu.ac.at)

Elena Karpova (Odesa)

Развитие навыков межкультурной коммуникации у студентов экономических вузов (на примере обучения иностранному языку)

В докладе представлена проблема обучения межкультурной коммуникации студентов в условиях интернационализации образовательных систем в связи с глобализацией и политической, экономической и культурной интеграцией Украины в ЕС. Формирование межкультурной компетенции обеспечивается за счет придания культурной направленности как всему образовательному процессу, так и обучению иностранным языкам. Развитие навыков межкультурной коммуникации у студентов будет более эффективным, если внедрить междисциплинарный подход с помощью мультимедийных средств, веб-квестов и интерактивных игр.

[magic_box\[at\]mail.ru](mailto:magic_box@mail.ru)

Beatrix Kress (Hildesheim)

***http://anekdoty.ru/* and the *Клуб Весёлых и Находчивых*: Humour as a „Textsorte“ (type of text) or a „Kommunikative Gattung“ (communicative genre)**

Written communication follows certain patterns, which is in German text linguistics terminologically reflected by the term *Textsorte*. It is a topic of research in the recent years that these types of texts might have a cultural bias, that their historical emergence and their contemporary shape are influenced culturally (cf. e.g. Adamzik 2001, Fix 2008). For oral communication the term *Kommunikative Gattung* is also discussed under the perspective of a cultural peculiarity that might imply the existence of cultural genres (Kotthoff 1993, 1995, 1999, 2002) or cultural forms of transcultural genres (z. B. Günthner/Luckmann 2002, Günthner 2005). Especially the communication of humour seems to be culturally affected; unfortunately the interpretation from this perspective often ends up in stereotyping.

Two examples of a humorous genre will be at the centre of this talk. They both seem to be cultural genres, existing solely in that form in the Russian culture: the *anekdoty* as a narrative genre of humour and the humorous competition *Клуб Весёлых и Находчивых* as a staged form of humour. They are interesting from an intercultural point of view as a cultural product, but also from a linguistic perspective that deals with orality and textuality and the patterns, which are characteristic or typical for a communicative genre/type of text. Therefore, the focus in the lecture is on the cultural features of humorous communicative genres between orality and textuality.

[kressb\[at\]uni-hildesheim.de](mailto:kressb@uni-hildesheim.de)

Holger Kuße (Dresden)

Христианский взгляд украинской диаспоры в Канаде на современную Украину

В докладе анализируется христианское созерцание Украины украинских православных (*Orthodox Church of St. Anthony; Ukrainian Orthodox Church of St. Michael the Archangel; Ukrainian Orthodox Cathedral of St. John the*

Baptist) и украинских греко-католических общин (*St. Josaphat Cathedral; Ukrainian Catholic Parish of the Exaltation of the Holy Cross; St. Nicholas Ukrainian Catholic Parish*), в публикациях которых с религиозной и церковной перспектив комментируются кризисные события в Украине. В данных комментариях обнаруживается взаимосвязь национальных и конфессиональных аргументов.

[holger.kusse\[at\]mailbox.tu-dresden.de](mailto:holger.kusse[at]mailbox.tu-dresden.de)

Dinara Madiyeva (Almaty)

Intercultural communication in the linguistic landscape of Kazakhstan

Linguistic landscape becomes a beneficial platform for identifying and analyzing language issue, language and culture contact, language mixing and language shift. Today the urban public space can be used for reviving language and culture, developing business, attracting tourists, and strengthening intercultural communication. This report discusses the manifestation of intercultural communication in the linguistic landscape of Kazakhstan, giving special attention to the processes of globalization and integration of different culture and languages.

[dinara.madiyeva\[at\]gmail.com](mailto:dinara.madiyeva[at]gmail.com)

Gulmira Madiyeva (Almaty)

Трансформация ономастического пространства Казахстана в условиях межкультурной коммуникации

Ономастическое пространство включает все имена собственные как вербальные знаки, которые отличаются структурой, национальной спецификой, обусловленной языковым сознанием, культурными традициями социума. Устойчивые модели онимов – этнические идентификационные маркеры, с которыми могут происходить трансформации, подчиненные историческим изменениям (эндогенные и экзогенные факторы). Ономастический континуум обусловлен и явлением культурной трансмиссии. На состав и структуру онимов влияют условия межкультурной коммуникации, в результате происходит их трансформация.

[gbmadiyeva.kz\[at\]gmail.com](mailto:gbmadiyeva.kz[at]gmail.com)

Boris Norman (Minsk), Natalia Rajnochova (Prag)

Приметы и их вербализация в традициях двух славянских народов: культурологический и прагмалингвистический аспекты

Приметы – вербализованные мифологемы, которые ставят в причинно-следственную связь два события и делают это произвольно, в силу архаичных представлений. Однако для современного человека реплики, воплощающие в себе приметы, выполняют фатическую функцию, когда они призваны сгладить нежелательный эффект от дискомфортной ситуации (одежда надета наизнанку, гость посажен на угол стола, посуда разбилась, человек забыл что-то и вернулся, нос чешется, живой человек объявлен покойником и т.п.). Этот фрагмент наивно-языковой картины мира культурологически значим, что демонстрируется в докладе на сопоставлении фактов русского и чешского языков.

[boris.norman\[at\]gmail.com](mailto:boris.norman[at]gmail.com), [natalie.rajnochova\[at\]ff.cuni.cz](mailto:natalie.rajnochova[at]ff.cuni.cz)

Marianna Novosolova (Dresden)

Современная Украина в поэзии украинской диаспоры в Канаде

В докладе рассматриваются процессы отображения в поэзии украинской диаспоры в Канаде образа Украины и украинского народа в контексте современных кризисных событий. Исходя из того, что в поэзии, в особенности с общественно-политическими мотивами, могут одновременно реализовываться все коммуникативные функции языка, особый интерес представляют следующие вопросы: как в поэзии образно репрезентируются актуальные конфликтные ситуации в Украине, какими средствами при этом выражается авторская эмотивность и как в рамках апеллятивной функции поэтически вербализируются прямые императивы и скрытые призывы.

[marianna.novosolova\[at\]mailbox.tu-dresden.de](mailto:marianna.novosolova[at]mailbox.tu-dresden.de)

Katsiaryna Roeder (Hildesheim)

Коммуникативные практики передачи знаний на уроке русского языка как унаследованного (heritage language)

Процессы обучения характеризуются передачей знаний. Различные формы распространения, обработки и опроса знаний, которые встречаются на уроке, осуществляются в контексте определенных речевых актов, «чтобы обеспечить взаимодействие актантов, передачу знаний и реализацию их назначения» (Брюннер 1987:24). Речевое поведение участников учебного дискурса происходит в разных институциях и культурах по-разному. В докладе будет предпринята попытка представить коммуникативные структуры, которые используются на уроке в русской школе дополнительного образования для передачи (активирования т.д.) знаний. Целью данного типа школы является обучение русскому языку и культуре детей русскоговорящих эмигрантов. В то же время будут подробнее рассмотрены и проанализированы образцы речевых поступков, которые используются для передачи знаний и развития навыков речевого поведения у школьников, а также с каким назначением они находят свое применение со стороны педагогического персонала и учеников.

[roederk\[at\]uni-hildesheim.de](mailto:roederk[at]uni-hildesheim.de)

Tatiana Romanova (Samara)

Образ России сквозь призму логотипов

В докладе рассматриваются современные российские логотипы, выражающие ассоциативную связь с концептом РОССИЯ за счет включения ключевых лексем Россия, Русь, русский, российский и других структурных компонентов. Выявляются стереотипные способы российской национально-культурной идентификации, используемые в логотипах: стилизация шрифта под древнерусскую кириллицу, доминирование определенной цветовой гаммы и образов национально-культурной традиции, архитектурно-художественных форм и мифологических персонажей. Отмечается тесная связь идентификационных символов современной России с историческими корнями русской национальной культуры.

[romanovatp\[at\]mail.ru](mailto:romanovatp[at]mail.ru)

Marina Scharlaj (Dresden)

Враги напоказ: 'паблик шейминг' в современном политическом дискурсе России

Публичные оскорбления стали частью коммуникативной культуры, как глобального, так и русскоязычного сегмента Интернета. «Паблинг шейминг», выставление напоказ чужих недостатков, нацелен, с одной стороны, на дискриминацию жертвы, а с другой стороны, на интеграцию дискриминирующих. В политическом дискурсе инструмент публичного оскорбления оппонентов используется для укрепления собственной позиции. Особенно четко эта тенденция наблюдается в массмедийном пространстве современной России, в котором постоянно курсируют образы врага. Конструированию символических «носителей зла» в сетевом дискурсе власти посвящен данный доклад. Особое внимание уделяется анализу вербальных и визуальных практик, направленных на унижение представителей тнз. пятой колонны. Предполагается, что текущий политический язык воспроизводит исторические практики СССР (ср., в частности, борьбу против шпионов, предателей и диверсантов). Исходя из этого, рассматривается, как публичное осмеяние фигур «врага» актуализирует механизмы негативной мобилизации и позволяет легитимировать государственную власть.

[marina.scharlaj\[at\]tu-dresden.de](mailto:marina.scharlaj@tu-dresden.de)

Olena Taranenko (Vinnytsia)

Пропагандистская аргументация в медиа как форма агрессии

В докладе анализируются маркеры медиа-текста, по которым он может быть идентифицирован как пропагандистский, в качестве показателей проявления агрессии по отношению к реципиенту. К числу основных характеристик пропагандистского текста относятся: давление на реципиента, прямое побуждение его к действию; нацеленность на безальтернативность, отсутствие выбора стратегии поведения; целевая установка текста на изменение оценок, ценностей, мировоззрения; редуцированность смыслов сообщения до т.н. «простых ответов»; стереотипизация, использование предубеждений и культурных фильтров; контрастность пропагандистских образов, базирующаяся на бинарной картине мира. Данные характеристики, выступая в качестве псевдоаргументов, мифологизируют адресата, стремятся корректировать его поведение через агрессивное давление.

[olena_tar\[at\]ukr.net](mailto:olena_tar@ukr.net)

Nadine Thielemann (Wien)

The Power of Allusion – On the relationship of implicitness and humor in the Russian speech community

Quotes, understood widely and covering variously accomplished references to other texts (cf. Bublitz 2015), do play an important role in the Russian speech community across several discourse domains, ranging from public communication and the Internet to casual talk (e.g. Weiss 2016, Sivenkova 2016, Ries 1997, Malykhina 2014). This is in line with Russian culture being a *high context culture* according to Hall's (1976) classification (cf. Sokolskaya 2015). Russian interlocutors can rely on their recipients' knowledge of a shared canon (in)forming a common cultural base (literature, history, folklore, Soviet culture etc.) (cf. Karaulov 1986). They also frequently rely on this implicit knowledge base when joking. Various forms of quotes (e.g. literature, political discourse, popular culture) are used in order to evoke different discursive contexts, which

clash with that activated by the ongoing interaction. Quotes, thus, help introducing a moment of *bisociative* interdiscursivity (cf. Koestler 1976) which furthermore allows for implicitly promoting (mostly subversive) intentions. Using data mainly from casual face-to-face interaction of Russian interlocutors (NKruJaz, ORD, recordings by the author), we analyze what resources (elements of content, linguistic structures or chunks, pragmatic features, prosodic and visual cues) allow for the recognition of the quote and, thus, facilitate the evocation of another discursive context. This perspective focusing the means observable in the joking sequences themselves is complemented by a cognitive-semantic analysis (cf. Fauconnier/Turner 2003; Veal/Feyaerts/Forceville (eds.) 2013) which helps revealing the implicitly evoked meanings drawing on the activated cultural background knowledge and its interaction with the framing of the ongoing discourse. Here, a blending analysis helps revealing the fuller picture of the recontextualization of quotes.

[Nadine.Thielemann\[at\]wu.ac.at](mailto:Nadine.Thielemann@wu.ac.at)

Kateryna Zakharchuk (Hmel'nyc'kyj)

Потенциал неформального образования для формирования межкультурных компетенций у студентов экономических специальностей

Анализируется потенциал неформального образования для формирования, развития межкультурных компетенций (МК) у студентов экономических специальностей (на примере молодёжной международной программы "Erasmus+ Youth"). МК специалиста в сфере международной экономической деятельности представляют собой интегральные качества. Формировать и развивать эти качества является одной из приоритетных образовательных задач высших учебных заведений, готовящих таких специалистов. Современные форматы неформального образования, а именно интернациональные молодёжные встречи, предлагают академическому менеджменту, научно-педагогическим кадрам, студентам экономических специальностей эффективные инструменты развития профессиональных компетенций и раскрывают личностный потенциал участников неформального образования.

[katerynazak\[at\]gmail.com](mailto:katerynazak@gmail.com)

Yana Zubkova (Moskau)

Межкультурные компетенции: номинации преподавателей высшей школы Германии, Австрии, России

В докладе представлены современные номинации преподавательского состава в немецких, австрийских, российских университетах. Данные номинации рассматриваются в контексте академического дискурса с целью описания культурных и социальных особенностей университетского сообщества.

[yanazubkova\[at\]yandex.ru](mailto:yanazubkova@yandex.ru)

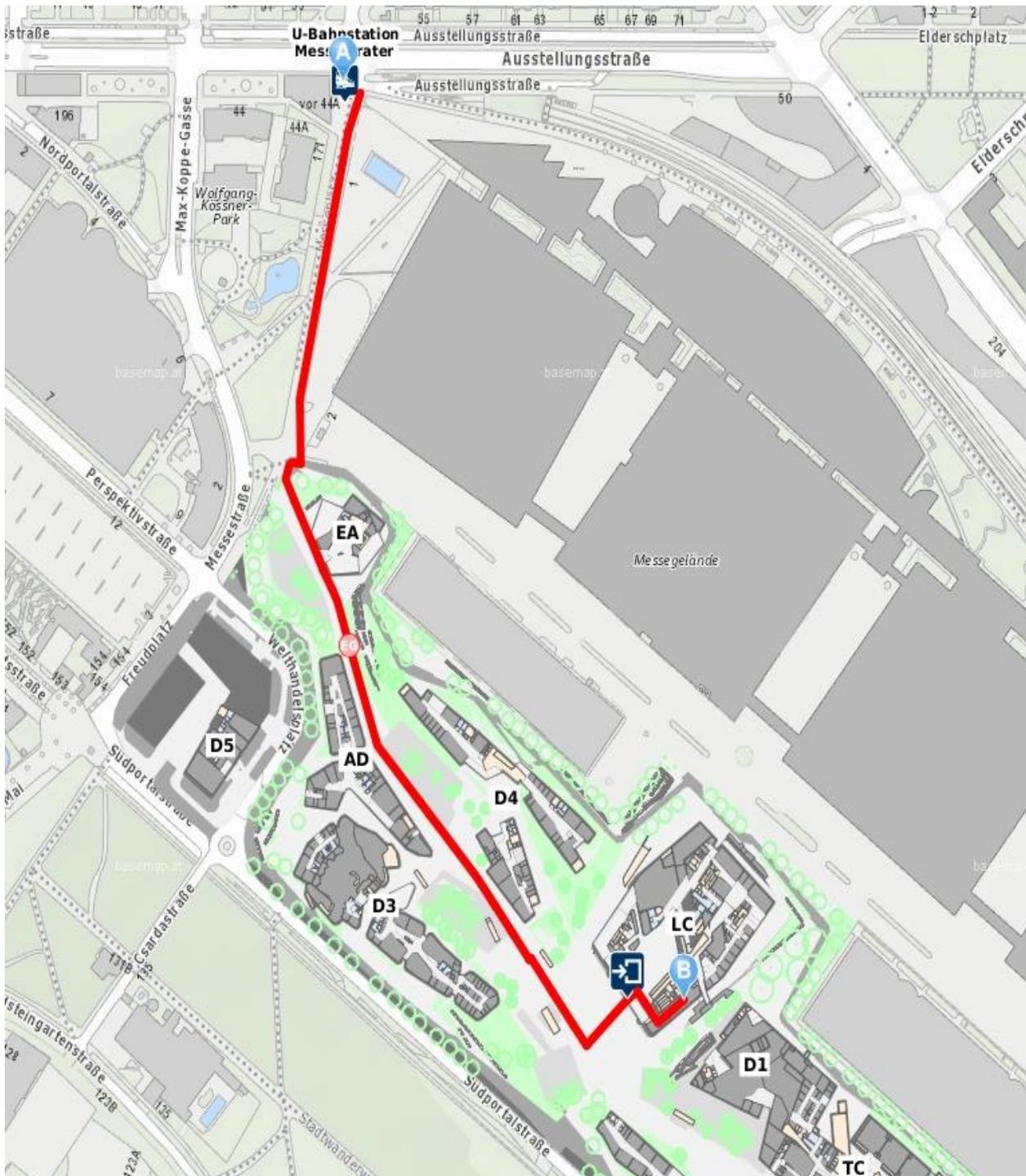
Praktische Hinweise

Anfahrt mit öffentlichen Verkehrsmitteln/ проезд на общественном транспорте

Fr./пятница, 16. und Sa./суббота 17.06.2017

U2 bis Station/метро У2 до станции „Prater/Messe“

Ausgang/выход „Messe“, 5-8 min Fußweg/пешком



Der Weg von der U-Bahn-Station Messe/Prater, Ausgang Messe (A) zum Tagungsort (B)/ дорога от станции метро Messe/Prater, выход Messe (A) до места заседания (B)

Anreise mit PKW

Donnerstag: Parkplätze entlang der U-Bahn-Station Krieau (kostenlos)

Freitag: Tiefgarage der WU, Trabrennstraße (Achtung: hohe Gebühren, Parkplätze entlang der U-Bahn-Station Krieau sind am Freitag kostenpflichtig und dürfen nur für max. 2 Stunden genutzt werden)

Samstag: Parkplätze entlang der U-Bahn-Station Krieau (kostenlos)

Telefon

Edgar Hoffmann +43 680 2029948

Angelika Hechtl +43 699 10806954

Internetzugang (WLAN)/доступ к Интернету (wifi)

eduroam-wu: für Gäste an der WU von anderen Unis (mit der Kennung der Heimatuniversität)

wu-conference: индивидуальный код доступа предоставляется в начале конференции в Ваших материалах.

Besonderer Dank geht an:



DEPARTMENT FÜR
FREMDSPRACHLICHE
WIRTSCHAFTSKOMMUNIKATION
DEPARTMENT OF FOREIGN LANGUAGE
BUSINESS COMMUNICATION

Austrian 
Official Carrier



Erasmus+

ÖFG  ÖSTERREICHISCHE
FORSCHUNGSGEMEINSCHAFT