

# Культура общения и ее формирование

Вып.6



**Воронеж  
1999**

Воронежский институт повышения квалификации  
и переподготовки работников образования  
Воронежский государственный университет  
Воронежская риторическая ассоциация  
Воронежская психолингвистическая ассоциация

# Культура общения и ее формирование

Вып.6

Научное издание



**Воронеж**  
**1999**

Шестой выпуск межвузовского научного сборника “Культура общения и ее формирование” включает как материалы, отражающие доклады и сообщения, сделанные на очередной региональной научно-методической конференции “Культура общения и ее формирование” (Воронеж, 19-20 апреля 1999 г.), так и результаты подготовленных в течение 1998 г. разработок в области речевого воздействия, риторики и культуры общения, культуры русской речи, выполненных членами Воронежской риторической ассоциации и Воронежской психолингвистической ассоциации. В сборник включены также сведения информационного характера о деятельности этих ассоциаций.

Для учителей русского языка, культуры общения, риторики, делового общения, преподавателей вузов, всех интересующихся проблемами речевого воздействия и культуры общения.

Составитель и научный редактор - И.А.Стернин

© Коллектив авторов, 1999

*Основная проблематика сборника:*

**Культура общения в регионе**

**Теоретические проблемы общения и речевого воздействия**

**Возрастные и социальные особенности общения**

**Национальные особенности общения**

**Культура речи и речевой этикет**

**Русская речь сегодня**

**Проблема общения в художественной литературе**

**Мастерская педагога**

**Речь и культура личности**

В январе 1999 г. в Москве прошла третья международная конференция по риторике, организованная Всероссийской ассоциацией исследователей,

преподавателей и учителей риторики. Проф. И.А.Стернин, президент Воронежской риторической ассоциации, после конференции взял интервью у ведущих российских специалистов в области русского языка, культуры речи и риторики - лауреата Государственной премии, доктора педагогических наук, профессора Таисы Алексеевны Ладыженской, автора более 200 научных работ и учебников по русскому языку и риторике, и доктора педагогических наук, профессора, заведующего кафедрой культуры речи учителя МПГУ, автора около 100 научных работ и учебных пособий Натальи Александровны Ипполитовой. Тема интервью - что такое культурный, интеллигентный человек и какова роль культуры речи в общей культуре человека. Приводим запись бесед с этими учеными.

### **Беседа с профессором Т.А.Ладыженской**

-Таиса Алексеевна, что такое, по Вашему мнению, культурный человек?

- Мне трудно ответить с помощью точного определения. Я бы сказала, что это человек типа Дмитрия Сергеевича Лихачева или моего мужа. О Дмитрие Сергеевиче все знают, а о своем муже мне вроде бы нетактично говорить... Но один пример его интеллигентности я приведу. Я часто говорила мужу: “Ты инвалид войны, тебе надо отдохнуть, попроси путевку”. Он мне всегда отвечал: “Другие тоже давно не отдыхали, *мне неудобно*”. Вот люди, у которых в лексиконе есть слова *удобно* и *неудобно*, и которые особенно часто говорят *мне неудобно*, вот это и есть интеллигентные люди.

- Вы, таким образом, отождествляете понятия *культурный человек* и *интеллигентный человек*?

- Да, я их отождествляю.

- А почему, по Вашему мнению, у нас сегодня так мало действительно культурных людей?

- Это такой непростой вопрос... Но если подходить к нему с наших, педагогических позиций, то, наверно, потому, что мы не даем культуру в школе. Ведь человек впитывает прежде всего культуру семейную, а у нас культурных семей мало, потому что мы в свое время что-то не додали будущим родителям - мы, школа. Сейчас нельзя надеяться на то искусство, которое питает нашу молодежь “по телевидению”. Мне кажется, что радио, когда я была подростком, в смысле культуры меня больше обогащало и воспитывало, больше направляло мои культурные интересы. Значит, все остальное ложится на плечи школы. А в школе учитель, который получает - сколько? Учитель, которому надо обязательно иметь репетиторство, надо подрабатывать на жизнь. Который говорит - и , наверно, справедливо - что

же я, за эти деньги буду еще с ними дополнительно заниматься?

Больше всего культуры мои мальчики (я привожу в пример мужскую школу, в которой работала в молодости, она более показательна) получали от меня не тогда, когда мы изучали суффиксы и даже не тогда, когда я им читала Лермонтова и т.д., а в том общении, которое у меня было с ними после уроков. Некоторые оставались после уроков, потому что я им должна была помочь, некоторых я наказывала за то, что они списывали, а некоторые оставались просто так, послушать, о чем я разговариваю. Разговаривали о собаках, о кошках, как были в зоопарке. Оказывалось в таких разговорах, например, что мои ленинградские ребята не знают, где находится “Медный всадник” и т.д. Я не спешила, никуда не убегала от них. Наоборот, они оставались и ждали меня, чтобы вместе идти домой и что-то еще узнать. Понимаете, отсутствие такого постоянного общения - вот в чем проблема. Мои мальчики были дети рабочих, рядовых служащих, из невысоких социальных слоев, у них дома почти ни у кого не было книг, но после войны - это был послевоенный класс- они очень хотели знать... Это то, чего сейчас нет.

Самое ценное у них было *знание*, больше всего в классе уважали того, кто знал, например, кто такой Кант - такой мальчик пользовался уважением и симпатией у девочек. А не тот, кто дальше прыгнет, к примеру... Это было другое поколение. Это - добавление к тому, что вы меня спрашивали о культурном человеке.

- Таиса Алексеевна, у нас большинство людей плохо говорят на своем родном языке. Уж о том, как большинство пишет, и говорить не будем. Как Вы полагаете, почему наши люди так плохо говорят?

- (Улыбается). Ну и вопросы вы задаете...

- Ну, кому же, как не Вам задавать такие вопросы, Таиса Алексеевна!

- Знаете, мне думается, что это не стало ценностью. Человек не считает, что знание родного языка ( я не говорю об иностранном) является его собственным и большим богатством, большой ценностью, которую он может увеличивать своими собственными усилиями. Для этого не надо ничего такого специального предпринимать. Надо просто читать, интересоваться русским словом, прислушиваться и т.д. У нас нет этой линии воспитания - воспитания отношения к языку как самому большому богатству, которое тебе подарили - господь Бог, Природа, не знаю кто еще... Но ведь это действительно так! А что у нас сейчас получается: ну так говорю, ну эдак говорю - неважно. И не стесняются наши руководители тоже говорить то так, то эдак, как получится.

- Сможем ли мы сдвинуть дело?

- (Улыбается)

- Ваши книги говорят, что можно. А Ваш личный жизненный опыт?

- Вы знаете, я училась в Ленинграде. Школу не успела закончить, война началась, когда я была в 9 классе. Помню, что это была обыкновенная школа, но в ней были очень хорошие учителя. Я приехала учиться с

Украины, и помню, как в классе надо мной смеялись, когда я говорила “И он встренулся” и что-то еще в этом роде. Это были украинизмы, и это все было в моей речи. Я поняла, что должна стать по языку *ленинградской*, иначе все время надо мной будут смеяться. И я действительно очень старалась. Поэтому мне кажется, что если человек захочет, он сможет овладеть языковой культурой. Но если это ему безразлично, и он, к тому же, бесконечно слышит, например - например, это выражение, что сейчас употребляют, вы его, наверно, знаете - “даром получить”...

- “На халяву”?

- Вот-вот, “на халяву”. Если он слышит не “Люблю тебя, Петра творенье, люблю твой строгий, стройный вид”, а “на халяву”, причем это не стесняются говорить, чтобы создать соответствующий речевой облик героя в театре, в кино, на телевидении (а таких слов стало невероятное количество!) - у такого человека не будет языкового вкуса, не будет способности отбора языковых единиц.

Мы часто ругаем телевидение, но ведь там не только “халява”, там часто бывают очень хорошие передачи, и говорят хорошим языком. А вот почему - то проявляется стремление такое - видимо, под влиянием западного образца - к “простоте”, грубости, стремление “называть вещи своими именами”. То, что у нас считалось долгие годы неприличным и называлось, в крайнем случае, эвфемизмами, теперь повторяют вслух. У нас нет строгости в отношении того, как надо говорить.

Как надо бороться с этой грубостью, как к ней надо относиться? Проблема в том, что у нас нет общественного мнения по этому вопросу. Его должно создавать прежде всего телевидение. Телевизор все время смотрят дети, они все тут же впитывают. Неназойливое отношение к этой грубости должно высказываться с экрана, иначе человек эту грубость просто усваивает и воспроизводит.

- Таиса Алексеевна, мы пользуемся в Воронеже Вашей “Детской риторикой”, эти книжки очень популярны. У нас в области введен региональный предмет “Культура общения”...

- Это очень большое достижение.

- Спасибо. Мы готовим учителей риторики и культуры общения в Институте повышения квалификации и переподготовки работников образования, в университете. Что бы вы пожелали воронежским учителям культуры общения, которые сегодня активно занимаются этой большой работой - формированием культуры общения молодого поколения?

- Вы знаете, мои наблюдения - а я каждую неделю бываю в школе, иначе мне трудно ориентироваться, как идет риторика по нашим учебникам - показывают, что трудность учителя сейчас не только в том, что он сам риторики не знает. Урок риторики имеет свою специфику, свою совершенно уникальную структуру - нигде, ни на каком уроке вы не найдете, чтобы дети пели, делали речевую зарядку, играли в речевые игры, изображали что-то, входя в определенную речевую ситуацию, и на этой базе делали какие-то

выводы об общении, о своей речи, этим обогащая свою культуру . Я еще многого не назвала специфического в уроке риторики. И вот выстроить эту структуру учителю пока очень трудно, и он переносит манеру обучения другим предметам, прежде всего - русскому языку - на урок риторики. Мы с этим все время сталкиваемся- он может и гавкнуть, и отметку поставить в середине урока, и доброжелательную тональность не выдержать... Дети на таких уроках должны сразу почувствовать, что к ним пришел ритор, а они этого не чувствуют, понимаете? С ними надо спеть, сделать разминку - но это очень трудно учителю, надо психологически измениться. У меня недовольство уроками риторики обычно бывает связано именно с этим - все вроде правильно, а это не риторика. Тональность надо учителю менять, выходя к ученику с риторикой ... Ведь когда я прихожу домой, я меняю тональность своего общения - у меня тональность другая, не такая, как на работе. Вот ко мне внуки пришли - я опять тональность меняю. Просто тренировать это надо, это очень важно... Без этого не научишься хорошо преподавать риторику, культуру общения не привьешь.

-Что же, пожелаем нашим учителям хорошего настроения и доброжелательной риторической тональности!

- Пожелаем, пожелаем и еще раз пожелаем! Не забывать о тональности!

-Большое Вам спасибо.

-И вам большое спасибо. Всего наилучшего воронежским учителям риторики и культуры общения! Я очень рада, что мы так пообщались с Воронежем.

### **Беседа с профессором Н.А.Ипполитовой**

- Наталья Александровна, а как бы Вы определили - что такое культурный человек?

- Это очень объемное понятие. Кратко - это человек, который стремится выполнять общечеловеческие заповеди, которые формировались в обществе годами, веками. Мне на помощь приходит Кант: "Нравственный закон внутри нас". Вот он, этот закон, и формирует культурного человека. Не знания, не образование, а внутренний закон. Культурный человек - это человек, который умеет использовать свои знания и умения на пользу не столько себе, сколько высокой цели.

- А почему у нас все-таки пока так мало истинно культурных людей?

- Потому что сейчас у людей нет никакой ценностной ориентации. Что такое хорошо и что такое плохо? Это стихотворение Маяковского сейчас очень актуально. Оказывается, *нужно говорить*, что такое хорошо и что такое плохо. Человек не знает, какими ценностями ему руководствоваться, чтобы что-то познать, чтобы выбрать какой-то вид деятельности, вид

образования. Он подчиняет все прагматическим целям. Отсутствие какой-либо ценностной ориентации, внутренней нравственности и есть причина. Зачем знать больше? Зачем делать лишнее? Если это прагматическую задачу не решает... О развитии своего Я никто не думает. Ценностные ориентации нарушены.

- Репин говорил, что большинству людей нужны “посильные добродетели”. Может быть, для некоторых людей культура - это непосильная добродетель?

- Сразу не скажешь... Наверно, да.... Зачем на себя брать лишние обязанности - в широком смысле? Зачем быть вежливым, добрым, культурным, знающим, когда можно без этого?

- А вообще - могут ли *все* быть культурными?

-В идеале, наверно, да. Но идеал-то недостижим... Я к афинской демократии отношусь осторожно. Я была шокирована, когда узнала, что кого-то из великих риториков при Александре Македонском обвиняли в том, что он открыл школы для варваров. Ему ставили в вину, что он пытался образовывать варваров...Но если брать не варваров, а греков, то они в своей массе в то время все были культурными.

- А почему у нас в обществе такая невысокая речевая культура? Мы что, не умеем учить речевой культуре?

- У Конфуция есть фраза: “Научить нельзя, можно только научиться”. Научить можно, если это востребовано. Я могу сколько угодно говорить, приводить способы убеждения, доказательства, объяснять, как надо правильно говорить. Но все это растворится, будет сотрясением воздуха. Заботиться надо не о том, чтобы научить человека хорошо говорить - надо менять мотивационную основу человека.

- Заинтересовывать его?

- Он сам должен захотеть. Надо стремиться именно к этому. Когда я работала в школе, я поняла свои неудачи как учителя - я стремилась научить, а надо было развивать потребность в учении. Когда ученик становится твоим союзником, практически каждого можно научить. Не до высот довести, может быть, но значительно повысить его уровень - это абсолютно реальная задача.

- Спасибо большое. Наталья Александровна, мы ввели в Воронеже региональный предмет “Культура общения”, уже подготовили около тысячи учителей этого предмета. Что бы вы пожелали нашим воронежским учителям?

- Чтобы теория и методика, которую вы преподаете на своих курсах подготовки учителей, была претворена учителями в практику. Чтобы эти знания остались у учителя не в личном багаже, не в его конспектах, а чтобы это все учителем транслировалось детям. И еще: если говоришь ученику “будь вежлив”, будь вежлив и сам, не ори на ученика; говоришь “соблюдай чувство меры” - сам его соблюдай во всем. Своим поведением и речевым поведением учитель должен быть образцом для подражания. А если ты еще



что-то интересное и полезное знаешь, то с тебя захочется взять пример. И вот тогда успех обеспечен. И учителю, и детям, и всем нам...

- Большое спасибо!

- Хочу пожелать воронежцам всяческих успехов. Надеюсь, что наша следующая встреча пройдет в Воронеже, где уже накоплен такой богатый опыт - мы часто пользуемся вашими книжками.

Беседовал И.А.Стернин

## ***Культура общения в регионе***

Е.И.Грищук

### **Преподавание культуры общения в Воронежской области**

В 1998 - 99 учебном году предмет “Культура общения”, уже шесть лет преподающийся в школах Воронежской области, был включен в региональный базисный учебный план общеобразовательных учреждений как предмет региональной компетенции в 1-9 классах (1 час в неделю); в 10-11 классах предмет “Культура общения” был рекомендован как предмет школьной компетенции (1 час в неделю).<sup>1</sup>

Организация контроля за исполнением приказа комитета по образованию - дело будущего учебного года. А в этом году изменившийся по сравнению с прошлыми годами статус предмета “Культура общения” поставил перед кафедрой теории и практики коммуникации ВОИПКиПРО новые задачи, многие из которых были успешно решены в течение этого учебного года.

Под общим руководством заведующего кафедрой теории и практики коммуникации ВОИПКиПРО профессора Стернина И.А. были подготовлены к печати и изданы дидактические материалы для учителей, преподающих культуру общения в 1-2, 3-4, 5,6,7,8,9 классах. В подготовке этих изданий приняли участие сотрудники кафедры ТПК доценты Новичихина М.Е. и Тихонов С.Е., доцент кафедры теории и методики начального образования Лемяскина Н.А. и учителя воронежских школ Мудрова Л.Д.(с.ш. № 36), Лазуренко Е.Ю. (с.ш. № 55), Мацуга В.Г. (лицей № 4), Тавдгиридзе Л.А.(ТЭК), С.В.Котова (лицей № 4). К началу следующего учебного года запланировано издание пособий по культуре общения для учащихся с практическими заданиями и упражнениями.

Завершается работа над обновленным вариантом программы предмета “Культура общения”, в которой учтен пятилетний опыт воронежских учителей, преподающих культуру общения. При незначительных изменениях

---

<sup>1</sup> Приказ № 37 комитета по образованию от 13. 02. 97 г.

в содержании программы, изменяется распределение материала по классам, усиливается практическая направленность изучаемого предмета.

Появилась возможность говорить о достигнутых успехах в преподавании культуры общения в области. В прошлом году девятиклассники нескольких учебных учреждений (Углянческий УВК, Каширская с.ш. №1), воспользовавшись правом сдачи экзамена по выбору, выбрали этот предмет. Сотрудники кафедры приняли участие в работе экзаменационной комиссии и были вполне удовлетворены результатами. Навыки, приобретаемые детьми на уроках культуры общения, при условии умелого компетентного руководства со стороны учителя и администрации, используются при организации и проведении самых разных мероприятий, при подготовке к учебным занятиям. Новым направлением работы кафедры в этом году стало совместное планирование работы с Областным советом творчества молодежи и областным центром Правового просвещения молодежи проведения такой интересной формы публичного обсуждения социально значимых проблем, как дебаты.

Учитывая специфику нового предмета, недостаточную информированность администрации многих учебных заведений об особенностях требований к уроку культуры общения, малый опыт большинства РМО в анализе уроков по КО, кафедра уделяет большое внимание организации встреч с директорами, администраторами, курирующими этот предмет в школах и РМО, проводит семинары, предлагает курсовую подготовку, в том числе и без отрыва от производства. Целый ряд директоров и заместителей директоров школ, методистов районных отделов образования сами прошли курсовую подготовку по культуре общения. Это не только позволяет им грамотно курировать предмет и вести его самим, но и использовать потенциал предмета в полной мере в своей профессиональной деятельности. К сожалению, школы нового типа, учебные заведения с углубленным изучением отдельных предметов не проявляют пока достаточной заинтересованности в введении этого предмета в своих учебных заведениях.

Понимая, как много в становлении нового предмета зависит не только от администрации учебных заведений, районных отделов образования, но, и прежде всего, от учителей, которым поручается вести этот предмет, институт большое внимание уделяет организации курсовой подготовки учителей культуры общения. В этом учебном году подготовка учителей культуры общения проводилась дифференцированно. Кафедрой были разработаны новые варианты программ проведения курсов, в том числе курсов *повышения квалификации* учителей культуры общения; экспериментальных курсов учителей *риторики*, курсы *учителей начальных классов*, преподающих культуру общения.

Программы курсов предполагают ознакомление учителей с обновленным содержанием предмета, обновленной программой и

планированием, новыми, изданными за последнее время учебными пособиями и новинками в методике преподавания предмета.

Кафедрой теории и практики коммуникации за последние два года разработаны новые активные методы обучения риторике - видеотренинг, дебаты, риторические упражнения, упражнения по аргументации. На курсах учителя знакомятся с этими методами и приемами, проходят тренинги, которые помогают им эффективно проводить аналогичную работу в классе.

Всего за последние два учебных года курсовую подготовку прошли 484 учителя. Учитывая опыт прошлого года, когда на летних курсах по культуре общения занималось 156 человек, можно предположить, что цифра эта значительно возрастет в 1999 году.

Начиная с 1996 года проводится аттестация учителей культуры общения. 57 учителей подтвердили заявленную категорию. В области уже есть два учителя высшей и 20 учителей первой категории.

Отработке новых эффективных методов и приемов обучения, практических навыков работы с учащимися по риторике, выразительному чтению, культуре речи, дебатированию посвящались и научно-методические семинары, которые проводились в этом году в соответствии с планом, составленным кафедрой ТПК совместно с ГМЦ. Значительно возросло число постоянных активных участников семинара, кафедра много внимания уделяет анализу и освоению передового опыта работы по преподаванию предмета с 1 по 11 класс и в дошкольных заведениях, тесно сотрудничает с педагогами, работающими на таких ее экспериментальных площадках как с.ш. № 36 г.Воронежа, Углянческий УВК, ТЭК, МОУ пос. Шилово.

О.Ю.Дуванова

### **Преподавание культуры общения в школах Аннинского района**

В 1998/99 учебном году, после введения в региональный учебный план нового предмета "Культура общения" отдел образования Аннинского района приступил к введению предмета в школах района. С первого же года предмет был введен во всех без исключения 50 школах района. По уровням обучения картина следующая: в начальном звене предмет введен во всех школах, в среднем звене - в 49 школах из 50, а в старшем звене, где предмет вводится за счет часов школьного компонента учебного плана, пока лишь в двух школах - Аннинской школе № 3 и Аннинской школе № 6.

Некоторый опыт преподавания культуры общения в районе уже есть, поскольку еще на стадии существования экспериментальной программы по культуре общения за счет часов школьной компетенции культуру общения уже преподавали в школах № 3 и 6 Анны.

Интересно, творчески работают в районе преподаватели культуры общения Светлана Ивановна Головина (с.ш. №3), Марианна Михайловна Степанова (с.ш.№ 6).

Создано районное методическое объединение учителей культуры общения, которое возглавляет М.М.Степанова. Составили план работы, уже провели открытый урок для учителей района, на очереди - видеосеминар по подготовке учащихся к фестивалю риторики.

Естественно, предмет новый, проблем много, а опыта работы у учителей мало. Появилась потребность в массовой подготовке учителей по культуре общения. С сентября 1998 г по февраль 1999 г. провели с помощью кафедры проф.И.А.Стернина курсы учителей культуры общения, подготовили 40 учителей, обеспечили учителей дидактическим материалами по культуре общения.

Отметим, что в тех школах, где предмет ведется с 1995-96 г.г., заметно повысился культурный уровень учащихся, стала более правильной и выразительной их речь, усилилось внимание детей к собственной речи. Перспективы у предмета “Культура общения” хорошие.

Е.В.Лысенко

### **Культура общения в Воронежском энергетическом техникуме**

Курсы по культуре общения при кафедре теории и практики коммуникации ВОИПКПРО дали мне ощутимую профессиональную поддержку в плане осуществления воспитательной работы в техникуме.

Неоценимую помощь оказывает теоретический курс культуры общения студентами. В техникуме сложилась система, при которой те занятия и умения, которые студенты получают на занятиях, они с успехом совершенствуют на внеклассных мероприятиях.

Новая гуманистическая концепция воспитания, реализуемая в настоящее время, дает студенту возможность проявить инициативу, наиболее полно реализовать себя, развить свои творческие способности.

В Воронежском энерготехникуме за многие годы сложился собственный стиль, говоря словами классика, собственный “дух школы”. Традиционными стали мероприятия, которые помогают студентам проявить себя, получить навыки общения. Такие мероприятия как лекции и беседы являются привычными для студентов. Другое дело – тематические викторины, конкурсы, игры: “Я и мои таланты”, “Студент года”, “Кто во что горазд”, “Клуб эрудитов”, “Улыбка – понятие растяжимое”, “Любовь с первого взгляда”, “Звезда тинэйджеров” и др. Все эти студенческие “праздники творчества” учат думать, заставляют фантазировать, творить. Но прежде всего - это школа общения.

Наряду с непосредственным общением, у студентов проявляется интерес и к письменному творчеству. Итогом такой формы работы является “Бестселлеры ВЭТ” (ежегодные сборники творческих изысканий).

Уроки культуры общения в техникуме теоретически и практически учат студента видеть другого человека, помогают ему “встроиться” в другого человека, наладить с любым человеком хорошие взаимоотношения.

Е.В Кулакова, О.А.Коротких

### **Из опыта преподавания предмета “Русский язык как средство общения” в Воронежском энергетическом техникуме**

В Воронежском энергетическом техникуме с 1996 года введен предмет “Русский язык как средство общения”. Программа этого курса предложена (в качестве экспериментальной) Главным управлением кадров и учебных заведений Минстроя РФ. Ряд разделов программы совпадает с темами предмета “Культура общения”. В частности, общими являются разделы “Риторика”, “Коммуникативные ситуации”, “Ведение спора”.

В техникуме на предмет “Русский язык как средство общения” отводится 76 часов, занятия проводятся один раз в неделю по два часа (1 пара). Ведут курс в техникуме в основном преподаватели-филологи.

Учитывая отведенное учебным планом время, приходится решать ряд проблем, связанных во-первых, с тем, что существенно различается уровень подготовки будущих студентов в школе вообще и по предмету “Культура общения” в частности; во-вторых, содержание некоторых разделов нашего курса повторяется в программах таких дисциплин как “Менеджмент”, “Праксеология”, “Делопроизводство”, и здесь важно избежать дублирования материала, а в ходе развития межпредметных связей углублять знания, умения, навыки студентов, соблюдать определенную преемственность.

В данной ситуации мы видим свою задачу в развитии практических навыков общения и поведения. С этой целью проводим ставшие уже традиционными уроки-зачеты в форме конкурса ораторов. Студенты сами предлагают темы будущих выступлений, изучают материал по выбранной теме, логически его выстраивают. Заранее обсуждаются критерии оценки публичного выступления. На выступление каждого оратора отводится 3 минуты, после каждого сообщения подводятся предварительные итоги в форме пожеланий, замечаний, одобрения всеми присутствующими. В конце урока выбирается лучший оратор, чье выступление в полной мере соответствовало всем параметрам оценки. Отдельно отмечается степень выраженности в выступлении личности самого автора. Лучшие выступления становятся сюжетами учебного видеофильма, который используется потом в качестве средства обучения на уроках по риторике и межличностному общению. Наиболее интересные тезисы выступлений публикуются в

студенческом журнале “Бестселлеры ВЭТа”, что является очень почетным для автора и повышает интерес к предмету.

Во время таких уроков студенты демонстрируют знания, умения, навыки, приобретение в ходе изучения курса “Русский язык как средство общения”: соблюдение норм русской речи, культуру межличностного общения и культуру поведения во время выступления. Развиваемые во время таких занятий навыки помогают студентам этично, грамотно выражать свою точку зрения во время защиты курсовых и дипломных проектов.

О.И.Гребенщикова

### **Преподавание культуры общения в средней школе № 36 г. Воронежа**

С 1998/99 учебного года предмет “Культура общения” введен в базисный учебный план. Введение этого предмета не случайно и очень своевременно, поскольку данный предмет способствует повышению культуры речи учащихся, помогает овладевать правилами поведения и общения в различных жизненных ситуациях. Уроки культуры общения дают детям возможность уверенно чувствовать себя как с собственными родителями и близкими, так и с окружающими их людьми.

По моему мнению, одного часа, отводимого на этот предмет в неделю, мало. Выход - в проведении интегрированных курсов, например - культура общения и чтение, музыка; культура общения и изобразительное искусство; культура общения, природоведение и музыка и др.

Очень важно, чтобы на уроках чтения учащиеся младших классов умели правильно строить свои рассуждения, приводить аргументы, обращать внимание на выступления своих одноклассников, уметь их правильно проанализировать и прокомментировать, отметить достоинства и недостатки в собственных ответах и ответах своих друзей. На уроках русского языка необходимо отрабатывать умение учащихся сравнивать особенности устной и письменной речи, умение передавать письменную речь своими словами. На уроках природоведения надо приучать детей к составлению законченных монологических высказываний, построенных на основе собственных наблюдений.

Учителем, ведущим культуру общения, необходима методическая поддержка со стороны администрации школы. Администрация должна следить за своевременным посещением учителями курсов ВОИПКИПРО, взаимопосещениями уроков учителей культуры общения в школе, районе, городе. Необходимо, чтобы учителя культуры общения обобщали опыт своих коллег. Большое значение имеют школьные фестивали риторики, которые проводятся как смотр итогов работы учителей по культуре общения.

В нашей школе № 36 уже три года проводятся школьные фестивали риторики. Мы считаем проведение таких фестивалей очень полезным - они

нравятся учащимся, с большим интересом воспринимаются родителями. Традицией стало приглашать на уроки культуры общения в младших классах учеников восьмых классов, изучающих культуру общения, которые с большим удовольствием проводят уроки, тем самым закрепляя собственные риторические навыки.

Мруць Н.А.

### **Орфоэпические трудности у учителей Воронежской области**

С 1993 года в ВОИПКиПРО проводится аттестация педагогических работников по культуре речи. В 1994 был выпущен первый словарь-минимум “Культура речи учителя”, насчитывающий около 200 слов и словоформ, правильное употребление которых обязательно для учителя. За последние годы пособие неоднократно переиздавалось с учетом изменяющейся языковой ситуации.

В настоящее время можно отметить, что среди тех категорий педагогических работников, которые не первый раз аттестуются, регулярно проходят тестирование по культуре речи, используют материалы словаря-минимума для самостоятельной подготовки, наблюдается заметное улучшение уровня владения орфоэпическими нормами. Среди учителей области, проходящих аттестацию впервые, отмечается низкий уровень культуры речи, недопустимый для педагогических работников.

Результаты тестирования показывают, что в настоящее время наиболее сложными для слушателей представляются следующие нормы, включенные в словарь-минимум:

от 10 до 20 % тестируемых допускают ошибки в словах и словоформах “беспрецедентный”, “вероисповедание”, “гусеница”, “звонит”, “инцидент”, “договоры”, “диспансер”, “компетентный”, “крапива”, “кухонный”, “млекопитающее”, “ по обеим сторонам улицы”, “призыв”, “сироты”, “сгибаться”, “скомпрометировать”, “табурет”;

от 20 до 30 % в словах “квартал”, “оптовый”, “поминки”, “приданое”, “премировать”, “сливовый”, “свекла”, “ходатайствовать”, “экспертный”;

от 30 до 40 % - “договор”, “дерматин”, “запломбировать”, “новорожденный”, “прогул”, “обеспечение”, “одеть - надеть”, “углубленный”;

от 40 до 50 % - “афера”, “валовой”, “коклюш”, “оплатить проезд”, “принудить”, “окончить вуз”, “обеспечение”; 61% учителей ошибается в словосочетании “скучать по вас”.

Представляют определенную трудность в области произношения и написания заимствованные слова “пертурбация” и “скрупулезный”, очень часто употребляемые в разговорной речи носителями русского языка.

Как правило, в речи учителей уже не наблюдается ошибок в следующих словах и словоформах : “партер”, “таможня”, “ он машет”, “гражданство”, “диалог”.

## Тестирование уровня культуры устной речи учителей-филологов Воронежской области

Воронежским институтом повышения квалификации и переподготовки работников образования в течение ряда лет ведется работа по повышению уровня культуры речи педагогических работников области.

В рамках этой программы кафедрой теории и практики коммуникации был разработан минимум по культуре речи для учителя, включающий около 350 трудностей в области орфоэпии, сочетаемости слов и употребления грамматических форм. В рамках этого минимума предъявляются требования к *учителям-нефилологам* в процессе прохождения курсовой подготовки и аттестации. Учителям предлагается тест на 50 произвольно избранных трудностей из вышеназванного минимума. Допустимый уровень ошибок для нефилологов принят в размере 20% (то есть допускается 10 ошибок из 50).

Был проведен эксперимент по применению разработанной методики к оценке уровня культуры речи *учителей-филологов* одного из районов области. Учитывая профессиональную подготовку учителей-филологов, допустимый уровень ошибок был принят в размере 10% (допускалось 5 ошибок из 50)

Результаты таковы: из 48 учителей-филологов в установленный норматив уложились 9 человек.

Анализ ошибок, допущенных филологами, показал следующее.

Сверхчастотные ошибки, допущенные более чем половиной учителей: оптовые закупки, валовой сбор, принудить (шесть процентов единиц, включенных в тест).

Высокочастотные ошибки, допущенные 20 - 50% учителей: запломбировать, новорожденный, обеспечение, кашлянуть, млекопитающее, скачаю по вас, ходатайствовать и др. (сорок два процента предложенных в тесте слов).

Редко встречающиеся ошибки, допущенные 5 - 20-тью процентами учителей: намерение, кухонный, квартал, инцидент, сироты, квартал и др. (34% слов теста)

Единичные ошибки, допущенные менее чем 5% учителей, представляют 18% слов теста - начать, прирост, по обеим сторонам улицы, таможня, гражданство и др.

Отметим, что почти половина единиц, включенных в тест (48%) оказалась для филологов "камнем преткновения", попав в категорию сверхчастотных и высокочастотных ошибок.

Таким образом, тестирование показало, что уровень культуры устной речи учителей-филологов исследуемой группы недостаточно высок, он, увы, сопоставим с уровнем нефилологов. Это подтверждает сделанный еще в



93-94 г.г. вывод лаборатории культуры речи учителя ВОИПКиПРО о том, что орфографические навыки учителей-филологов несравненно выше, чем орфографические навыки нефилологов, но в сфере культуры устной речи разница оказывается весьма незначительной, а то и полностью отсутствует.

Десятка слов, вызывающих наибольшие затруднения у учителей-филологов, выглядит следующим образом: оптовые закупки, принудить, валовой сбор, запломбировать, обеспечение, ходатайствовать, новорожденный, дерматин, скучаю по вас, надеть очки, нефтепровод. Именно на них нужно обратить особое внимание при повышении квалификации и переподготовке учителей-филологов.

Л.Г.Горькова

### **Формирование коммуникативного поведения детей в дошкольных образовательных учреждениях Воронежской области как важнейший компонент формирования личности ребенка**

Формирование личности ребенка является сверхзадачей дошкольного образования. Без умения ребенка строить взаимоотношения со сверстниками, взрослыми, налаживать контакты, самостоятельно решать возникающие конфликты, не может быть полноценной личности ребенка. В ходе развития внимания детей к речи окружающих, к собственной речи формируются коммуникативные нормы, навыки речевого и поведенческого этикета. Дети узнают правила общения, принятые в обществе, частичкой которого они готовятся стать, знакомятся с правилами речевого поведения во время знакомства, встречи на улице, учатся правильно вести себя за столом, в гостях, общественном месте. Они узнают этикетные требования к приветствию, поздравлению с каким-то событием, выражению вежливой просьбы, благодарности, извинения.

Для успешного усвоения речевых и поведенческих норм детям необходимо пережить конкретные ситуации и поупражняться в применении речевых формул с тем, чтобы они закрепились в активной речи, а затем вошли в привычку. Именно для реализации этих целей в подготовительных группах ДООУ создано специальное пособие по культуре общения “Азбука этикета” (Н.А.Купина, И.А.Стернин, Воронеж, 1998).

Однако не все дети имеют возможность познакомиться с правилами поведения, принятыми в обществе, так как только около 30 % детей посещают дошкольные образовательные учреждения. Остальные дети фактически не готовятся активно к жизни в обществе. У таких детей слабее развита речь, ибо невелик круг их общения и нет необходимости в партнерском диалоге. Придя в школу, эти дети будут испытывать трудности в адаптации к систематическому обучению, в общении со сверстниками и старшими.

Специально для этой категории детей сотрудниками ряда кафедр

Воронежского института повышения квалификации и переподготовки работников образования создана региональная программа

“ Первые шаги “, содержащая необходимый минимум знаний для подготовки детей к условиям школьной жизни и включающая, в частности, разделы : “Развитие речи” и “Я среди людей (культура общения)”.

Однако систематическое посещение дошкольного образовательного учреждения предпочтительнее для гармоничного формирования личности, для естественного восприятия жизненных ситуаций, связанных с общением, для природосообразного усвоения ребенком норм речевой и поведенческой деятельности.

## ***Теоретические проблемы общения и речевого воздействия***

О.Н. Морозова

### **К понятию “эффективность речевого воздействия”**

Речевое воздействие представляет собой прагматический аспект теории коммуникации. Именно прагматика языка, будучи отраслью языкознания, включает в себя изучение взаимодействия коммуникантов в процессе общения. Другими словами, прагматика определяет воздействие текста на адресата в соответствии с коммуникативным намерением адресанта. Сам процесс образования текста непосредственно связан с тем, что называется прагматикой, т.е. с реализацией направленности речевого воздействия.

В широком смысле слова любое речевое произведение не лишено прагматического аспекта. Ч. Филлмор, определяя значение прагматики по отношению к синтаксису и семантике, отмечает, что если синтаксис характеризует грамматические формы, а семантика связывает эти формы с потенциальной коммуникативной функцией, то прагматика объединяет воедино лингвистическую форму и коммуникативную функцию. Кроме того, прагматика как установка на воздействие в принципе присуща любому тексту уже потому, что во всяком акте коммуникации предполагается, что порожденное адресантом высказывание будет воспринято адресатом, т.е. так или иначе на него воздействует. Различия здесь носят, прежде всего, количественный характер (степень, интенсивность воздействия), различаются особенности типа воздействия - убеждение, побуждение, информирование и т.п.

В этой связи необходимо отметить, что теоретическое противопоставление таких функций речевого акта, как информирование и воздействие, абсолютно не отрицает наличия определенной связи между

ними. Как известно, в сфере коммуникации нет “чистой” информации, или, другими словами, информации, которая не передавала бы определенного намерения говорящего, не была бы направлена на целенаправленное воздействие. Уже само наличие той или иной фактуальной информации в речевом произведении можно рассматривать как некую оценку данной информации. В едином акте коммуникации собственно содержательное (смысловое) и воздействующее (тоже аспект содержания) нерасторжимы.

Манифестируя цель коммуникации, адресант сообщает высказыванию определенную иллокутивную силу, которая способствует реализации намерения адресанта получить некоторый конкретный результат, заставив слушающего опознать это намерение. Иллокутивность является обязательной характеристикой прагматического содержания речевого произведения, различия которой могут выражаться, например, в её “энергичности” для каждого конкретного текста, обуславливая его конечный прагматический эффект. Так, особенностью иллокутивной силы текстов с высокой степенью воздейственности является то, что она обладает некоторым перлокутивным эффектом.

Любой акт коммуникации, любой текст - будь он по своей целеустановке собственно побудительным, вопросительным или повествовательным - имеет своей конечной целью обеспечить воздействие, то есть побуждение в широком смысле. Направленное речевое воздействие представляет собой основу прагматического содержания речевого произведения и отражает все те отношения, в которые вступают в ходе коммуникативного действия как говорящий, так и слушающий.

Основными характеристиками речевого произведения являются:

содержательность - включает в себя весь объем выражаемых смыслов;

понятность - обеспечивается избирательным отбором материала и его языкового представления;

выразительность - связана с эмоциональной насыщенностью и манерой репрезентации;

действенность - определяется влиянием на мысли, чувства, поведение слушателя, учетом индивидуальных особенностей слушателей.

Речевое воздействие в строгом смысле никогда не носит одностороннего характера, а имеет сравнительно широкий спектр разнообразных механизмов, оказывающих влияние на психологическое состояние адресата. Трудно, однако, говорить об их четком разграничении, чаще всего они встречаются во взаимодействии и взаимопроникновении. Границы их взаимодействия в процессе функционирования очень подвижны и доля участия бывает различной в зависимости от целого комплекса причин как лингвистического, так и экстралингвистического порядка. В соответствии с психологической структурой человеческой личности можно выделить несколько видов воздействия, направленных на оказание влияния на конкретный участок сознания индивида.

Оказание влияния/воздействия на интеллектуальную сторону психики человека - это связано с убеждением, задача которого заключается в том, чтобы доказать правильность каких-либо положений путем конкретных доводов и умозаключений, имеет целью на основе определенным образом организованных аргументов и фактов изменить отношение слушателя к окружающей действительности в нужном адресанту направлении.

Одним из главных приемов убеждающего воздействия является информирование, которое характеризуется такими свойствами как объективность, краткость, отсутствие комментирования. Воздействие этого приема обусловлена непосредственно подбором и расстановкой фактуальной информации и направлена на обработку сознания реципиентов в соответствии с конкретной ситуацией, а в итоге - на получение необходимой реакции на то или иное событие, действие и т.п.

Понятия “информирование” и “воздействие” находятся в тесной взаимосвязи. Между ними существует диалектическая связь, которая выражается в использовании информирования в целях оказания социально-психологического воздействия и служит фоном для достижения конкретных установок: стимулирование, побуждение и др. “Информируя, текст обучает, ориентирует, формирует представления и образы, вырабатывает ценности и установки, программирует стратегию деятельности, закрепляет навыки поведения” /Дридзе, 1984, с. 254/.

Главным требованием организации убеждающего воздействия является использование различных способов развертывания темы речевого произведения, а именно:

дедуктивный или индуктивный методы - помогают развернуть процесс логического вывода на основе последовательного аргументирования выдвинутых в речи положений;

сопоставление аргументов “за” и “против” - позволяет легко следовать за развитием мысли говорящего, наиболее ярко показывает преимущества его позиции;

полемика - активизирует мышление адресата, вовлекая его в обсуждение и заражая отношением адресанта к той или иной проблеме;

доказательство от противоположного - разрушает неправильное представление о предмете речи, активизируя внимание слушателя;

причинно-следственное рассуждение - способствует активному следованию за ходом рассуждений говорящего, создает впечатление того, что слушающие самостоятельно приходят к предлагаемым выводам.

Внушение представляет собой процесс воздействия на психологическую сферу человеческого сознания и в противовес убеждению направлено на снижение сознательности и критичности при восприятии и реализации внушаемого содержания. Это связано с отсутствием целенаправленного и активного его понимания, развернутого логического анализа и оценки воспринятого содержания. По способам реализации внушение подразделяется на прямое (императивное) и косвенное.

Прямое внушение базируется на оказании “психологического нажима” на слушателя. Этот метод характеризуется такими качествами, как постоянство и интенсивность. Посредством повторения некоторых фактов, независимо от их структуры и истинности, говорящий при внушающей форме воздействия стремится привести своего партнера по коммуникации к усвоению сообщаемой информации. Заранее намеченное утверждение в различном сочетании и в различных условиях как бы “вколачивается в психику” человека для достижения желаемого результата.

Содержание косвенного внушения включено в сообщаемую информацию в скрытом, замаскированном виде и характеризуется произвольностью его усвоения реципиентом. Воздействие оказывается с помощью стимулов, которые, хотя и находятся за порогом сознательного наблюдения, тем не менее регистрируются сознанием. Такой метод позволяет внушаемой идее проникнуть в сознание человека без каких-либо препятствий или изменений. Основным качеством внушающего воздействия является использование различного рода символов для возбуждения требуемых социальных установок. На внушении отчасти основано воздействие некоторых средств массовой коммуникации, рекламы, моды, и т.п.

Воздействие на чувства, эмоции индивида чаще всего носит сопутствующий характер, выполняя вспомогательную роль, усиливая и дополняя общую ответственность речевого произведения. Это несколько не уменьшает значение эмоционального вида воздействия, но лишь определяет его место в речевом воздействии в целом.

Эмоциональное воздействие стимулирует возникновение соответствующих эмоциональных переживаний, выражающих отношение человека к окружающей его действительности, оставляет глубокие следы в психике человека и поэтому должно обязательно входить в прагматическое содержание речевого произведения. Однако необходимо помнить, что рамки эмоционального воздействия должны быть четко определены. Чрезмерное использование приемов воздействия на эмоциональное состояние индивида может привести к обратному результату, а именно, к действию аффекта, который затрудняет способность сознания воспринимать, а иногда и полностью перекрывает каналы восприятия.

Важность эмоционального воздействия как одного из механизмов речевого воздействия подчеркивается многими учеными. Так, В.Г. Костомаров, в частности, считает, что “любая убеждающе-организованная информация должна быть эмоционально заражающей, а не только содержательно-рациональной” /Костомаров, с. 257/.

Значение воздействия на эмоциональную сторону психики человека определяется теми установками, которые оно реализует в речевом воздействии в целом.

Контактность - установление и поддержание психологического контакта между партнерами по коммуникации для беспрепятственного

восприятия и усвоения представляемой в речевом произведении информации.

Эстетичность - апелляция к эмоциональной сфере психики и через неё к сознанию. При реализации этой установки адресант ссылается на какие-либо эстетические факторы, которые помогают ему сделать слушателя более чувствительным к восприятию последующей информации, способствовать утонченности восприятия, большему её воздействию на психику и поведение адресата.

Экспрессивность - использование особой выразительной силы языка, что служит оживлению речи, созданию эффекта новизны. Кроме того, экспрессивные языковые средства повышают патетику и возвышенность стиля речевого произведения.

Обладая большой воздействующей силой, эмоциональные средства языка положительно влияют на восприятие адресатом представляемой информации.

Основным критерием для выбора того или иного вида воздействия является непосредственная целеустановка речевого действия. Общее понимание речевого сообщения отнюдь не свидетельствует о его адекватном восприятии. Интерпретацию можно считать адекватной лишь в случае отвечающего замыслу коммуникатора истолковании его коммуникативного намерения реципиентом. Другими словами, речевое сообщение не сводится к простому перечислению фактов и событий, а имеет конкретную образную и эмоциональную сущность и воздействует на адресата, вызывая и развивая в нём одни эмоции и стремления и вытесняя и преодолевая другие. Определив основную целеустановку с учетом конкретных характеристик самого речевого общения и зная все виды речевого воздействия, становится возможным создание языковых моделей, способных определенным образом воздействовать на слушателя.

Кульминационным вопросом в теории речевого воздействия является вопрос о “воздейственности языка”, а также понятие эффективности воздействия. Изучение проблем речевого воздействия - искусства при помощи слова убеждать и побуждать к действию, всегда привлекало внимание лингвистов. Во многих работах делаются попытки разработать теоретические основы речевого воздействия, раскрыть категориальный аппарат. Нисколько не преуменьшая значение этих работ, необходимо, однако отметить, что современная теория речевого воздействия складывается довольно медленно, многие важные вопросы остаются без ответа.

Одним из основных недостатков многих работ, появившихся в 60-70 годы является полное или почти полное игнорирование экстралингвистических факторов в речевом воздействии, поиск причины речевого воздействия в системе языка, вера исключительно в так называемую “силу слова”, отсутствие единого понимания термина “воздейственность” языка.

Большие возможности для изучения проблем речевого воздействия дает подход, основанный на соотнесении двух аспектов речевого произведения: лингвистического и экстралингвистического. Введение в орбиту лингвистического исследования экстралингвистических факторов “означает одновременно выявление такого соотношения семантики и структуры текста, которое обуславливает не просто формирование смысла текста, но, прежде всего выполнение конечной цели коммуникации - воздействие на партнеров в процессе их речевой деятельности” /Колшанский, 1983, с.3/.

Любой речевой акт - это всегда социально-психологическая ситуация общения, центральным понятием которой является фактор речевой направленности, который наряду с другими экстралингвистическими факторами обуславливает коммуникативную природу любого речевого произведения, а также определяет его воздействующий аспект. На этом основании можно предположить, что достижение эффекта, запрограммированного адресатом, невозможно без знания объекта речевого воздействия. Именно глубокое изучение и учет особенностей объекта речевого воздействия позволяет придать речевому произведению конкретный, целенаправленный характер, повысить ответственность устного слова.

В основе формирования психологических особенностей объекта речевого воздействия лежат факторы как объективного, социального свойства, так и явления субъективного, психологического порядка. Факторы объективного характера включают в себя такие характеристики, как социальные и демографические сведения, уровень социально-образовательной подготовки, а также интересы, нужды и настроения адресата. Учет этих экстралингвистических факторов позволяет сориентироваться при реализации функции воздействия в языковых единицах разных уровней.

Действие же психологических механизмов, возникающих в процессе ситуации речевого общения - сопереживание, убеждение, волеизъявление и т.п. - играет вспомогательную, но весьма важную роль. Именно благодаря им создается общий эмоциональный настрой, укрепляющий чувство общности и усиливающий психологическую энергетику партнеров по коммуникации. Однако эти субъективные факторы реализуются и формируются в речи, усиливая эффективность восприятия речевого произведения в соответствии с коммуникативной целью.

Содержательные и структурные характеристики речевого произведения определяются его коммуникативностью - системно-обусловленным качеством - способностью обеспечить успешность речевого общения, осуществляемого в конкретных условиях и с конкретной целью. Можно выделить три основные цели речевого воздействия:

организация восприятия партнера по коммуникации, то есть привлечение внимания к воздействующему субъекту и сообщению с

установлением контактных отношений между коммуникаторами, с созданием атмосферы доверия к передаваемой информации и её источнику;

психологическое мотивирование сообщения - то есть подбор нужных для убеждения аргументов, актуализация потребностей человека, мотивация, что приводит к принятию предлагаемой информации, а затем к совершению новой деятельности;

выдача плана действия, то есть показ тех путей и способов, которыми достигается инспирируемая деятельность.

Таким образом, эффективное целенаправленное речевое общение - это такое общение, которое предполагает достижение запланированного субъектом речи эффекта, его регулятивного воздействия на адресата и в конечном итоге - достижение целенаправленного сдвига в восприятии той или иной информации слушателями. С эффектом речевого воздействия непосредственно связаны и функции текста речевого произведения: когнитивная, ориентирующая и программирующая, реализация которых определяет результативность речевого произведения.

Следует, однако, разграничивать понятия “эффективного” и “результативного” общения. Последнее представляет собой более широкое понятие, включающее в себя все речевые акты, в которых достигнута конечная коммуникативная цель, а именно, прагматическая установка адресанта вне зависимости от условий её реализации. Эффективное же общение входит в понятие результативного, но к нему “нужно подходить со стороны результата на фоне взаимоотношений участников акта общения” /Стернин, 1995, с. 5/. “Если результат достигнут, но отношения между собеседниками ухудшились речевое воздействие нельзя считать эффективным, хотя оно, и может дать результат. /.../ Только если баланс отношений соблюден, общение может считаться эффективным” /Там же, с. 7/.

Эффективность речевого воздействия может быть определена как отношение достигнутого результата к максимально возможному или заранее запланированному результату. В этом случае необходимо четко выделить количественные и качественные критерии как основания для сравнения результатов. Такими универсальными критериями для оценки эффективности могут быть:

продуктивность и результативность, то есть когда принимаемые для оценки эффективности критерии могут быть количественно измерены, например, по усвоенному объему информации;

удовлетворенность, которая связана с сохранением баланса отношений коммуникантов, и включает в себя ряд социально-психологических факторов, с помощью которых учитываются психологические аспекты результатов воздействия, а именно, отсутствие такой характеристики, как конфликтность.

Литература



Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. –М.: Наука, 1984. – 267 с.

Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. - М.: МГУ, 1971.- 267 с.

Колшанский Г.В. Прагматическая характеристика вербальной коммуникации // Лингвистика и методика в высшей школе (XI). – М., 1983.- Вып. 205. – С.3-12.

Стернин И.А. О понятии “эффективное общение” // Преподавание культуры общения в школе. Воронеж, 1995. С. 5 - 9.

И.А.Стернин

### **О понятии “коммуникативный эгоизм”**

При обучении эффективной коммуникации большое значение имеет обучение преодолению коммуникативного эгоизма.

Коммуникативный эгоизм - комплексное риторическое понятие, обобщающее различные проявления стремления говорящего или участника общения получить односторонние коммуникативные преимущества. Коммуникативный эгоизм любого участника общения исключительно болезненно воспринимается его собеседниками, а если коммуникативный эгоизм проявляют оба или несколько участников группового общения, сам процесс общения становится неэффективным.

Проявления коммуникативного эгоизма таковы.

В публичном выступлении:

- Несоблюдение регламента выступления, превышение установленного регламента.

Существует важнейший принцип “риторической демократии” - принцип равенства сторон перед регламентом, и он должен быть неукоснительно соблюден. Кстати, если выступающий заканчивает свое выступление несколько раньше установленного для него регламента, то на фоне остальных выступающих его выступление оценивается слушателями как более привлекательное.

- Нереагирование на замечание председательствующего об истечении регламента, продолжение выступления, даже сопровождаемое обещанием “сейчас закончить”.

Необходимо иметь в виду, что слушатели очень плохо воспринимают отрезок выступления, звучащий после истечения регламента, и особенно - после замечания ведущего о несоблюдении регламента.

- Претензия на право говорить дольше установленного для других регламента в силу тех или иных обстоятельств (своего высокого общественного, административного или научного статуса и т.д.).

- Продолжение выступления после подведения итога, произнесения заключительной фразы ( “да, я еще забыл упомянуть...”).
- Очень подробный ответ оратора на заданный вопрос.
- Сетования в ходе выступления на отсутствие времени, жесткость регламента, сожаления о том, что оратору отвели мало времени на выступление( “если бы у меня было больше времени, я бы рассказал о..., но поскольку времени мало, я об этом говорить не буду”).
- Подготовка письменного текста выступления , заведомо рассчитанного на больше время, чем определено регламентом.
- Включение в выступление большого количества отступлений личного характера.
- Плохая подготовка к выступлению, выступление без продуманного плана и общей идеи, что влечет увеличение объема выступления.
- Претензия на абсолютную тишину, абсолютное внимание аудитории, полная недопустимость для оратора каких-либо нарушений порядка в аудитории .
- Стремление сразу сесть в президиум ( оратора должны пригласить).
- Категоричный призыв предоставить вам слово вне очереди, вне регламента - “Дайте мне сказать!”
- Претензия на повторное выступление.
- Претензия на подведение итогов дискуссии, если не вы ее ведущий, попытка дополнительно ответить на критику в ваш адрес вне регламента обсуждения
- Покидание аудитории после своего выступления при наличии последующих выступлений и др.

В межличностном общении:

- Перебивание собеседника
- Повышенная громкость и эмоциональность выступления, приводящие к подавлению коммуникативной деятельности собеседника
- Призыв к собеседнику замолчать
- Неумеренное коммуникативное доминирование, стремление увеличить свой речевой вклад в обсуждении вопроса и др.

Проявление коммуникативного эгоизма - явное и грубое нарушение риторической этики, и при обучении риторике необходимо строго следить за тем, чтобы коммуникативный эгоизм не проявлялся в выступлениях. Особенно это важно в дебатах, полемике, групповых дискуссиях. Именно поэтому необходима активная деятельность ведущего подобных мероприятий, тренировка ораторов в соблюдении регламента, выработка у ораторов ощущения времени в процессе выступления, умения сокращать свое выступление по ходу речи. При подготовке письменного текста выступления оратор должен хорошо знать, сколько времени занимает у него

воспроизведение отдельной страницы текста, чтобы рассчитать время своего выступления и не превышать регламент.

Преодоление коммуникативного эгоизма оратора - важный путь повышения эффективности публичного выступления.

А.Е.Санникова

### **О понятии светского общения**

Функция поддержания коммуникативного контакта с собеседником реализуется в процессе светского общения, когда сам процесс общения оказывается важнее его содержания. Это разговор на общие темы (например, о погоде, о животных, об отдыхе, о любимом занятии, о спорте и т.д.). При знакомстве, установлении контакта подобные правила общения соблюдаются четко.

Речевой этикет в данном случае предписывает использование речевых формул, демонстрирующих вежливые, уважительные и дружеские отношения между коммуникантами. Поддержание контакта - необходимая часть светского общения и в современном обществе.

Имея свои правила и особенности в разных социальных группах, светское общение используется для знакомства людей, а в устойчивых группах общения, на презентациях, формальных празднованиях каких-либо событий призвано поддерживать отношения между членами группы общения.

Если в современном русском общении этикетные требования к светскому общению практически отсутствуют, то в Англии светское общение играет важную роль во взаимоотношениях людей и предполагает соблюдение строгих этикетных правил, исключающих нарушение мирного хода разговора. Это означает, что англичанин будет разговаривать в гостях, к примеру, о своих увлечениях, не касаясь того, что является главным делом его жизни. Считается дурным тоном проявлять свою эрудицию. В Англии принята легкая беседа, способствующая общему расслаблению, основанная на обмене ритуальными, ни к чему не обязывающими фразами.

У русских, напротив, не принят церемонный светский разговор, за столом, в компании могут горячо и эмоционально спорить. Однако существуют требования к соблюдению речевого этикета в конкретных ситуациях общения - прием гостей, приветствие, прощание и т.д.

Важным является соблюдение коммуникативных табу, ограничивающих употребление тех или иных выражений или тем общения в определенных коммуникативных ситуациях.

Светскому общению как одному из важнейших компонентов речевого этикета, можно дать следующее определение: светское общение представляет собой ритуальную беседу, которая, согласно принятому в обществе или определенной социальной группе этикету, ведется в официальной обстановке, и преследует цель провести время с

собеседником, оставаясь с ним в вербальном контакте.

Р.В.Серебрякова

### **Эффективность комплимента**

Эффективность комплимента определяется как степень его приятности, привлекательности для слушающего.

Экспериментальное исследование, проведенное в форме анкетирования, показало, что можно ранжировать сравнительную эффективность комплиментов. Испытуемым предлагался список комплиментов, выделенных из текстов современной художественной литературы, которые надо было ранжировать по убыванию “приятности”, “привлекательности” для собеседника.

Самым эффективным оказался комплимент “Ты сегодня отлично выглядишь!” – его эффективность подтверждена 93% испытуемых. Он является, по мнению опрошенных, самым приятным и искренним, абсолютное большинство испытуемых поставило его на первое место. Эффективность остальных комплиментов заметно ниже. По убыванию эффективности ( в порядке увеличения суммы мест) исследованные виды комплиментов расположились в следующем порядке:

2. “У тебя очень красивые глаза/волосы!”
3. “Как приятно с вами/тобой разговаривать!”
4. “Ты так хорошо сделал (-а) эту работу, я бы так не смог!”
5. “У тебя такая красивая мама!”
6. “Ты такая (-ой) красивая (-ый)!”
7. “А ты несколько не изменился (-лась)!”
8. “Какой вы умный человек!”
9. “Как хорошо ты вышел (-ла) на этой фотографии!”
10. “Ты себе цены не знаешь!”
11. “У тебя красивое имя!”
12. “Какой красивый свитер/платье!”
13. “У вас прелестный дом!”
14. “Как хорошо ты тогда танцевал (-а)!”
15. “Ты так хорошо поешь!”

Анализ полученных результатов показывает, что:  
среди наиболее эффективных комплиментов заметно преобладают комплименты внешности человека;

комплименты умственным способностям существенно уступают по эффективности комплинтам, характеризующим внешность человека;

оказался достаточно эффективным комплимент, отмечающий умение человека быть хорошим собеседником (третье место);

малоэффективны в русской аудитории комплименты, касающиеся

вещей, принадлежащих собеседнику, и комплименты, относящиеся к жилищу, домашней обстановке.

Отметим также, что большинство людей, хорошо поющих или танцующих, не считают искренними комплименты, характеризующие данные умения.

Н.Н.Скрипникова

### **О прагматических аспектах речевой деятельности**

Коммуникативный акт является актом общения социальных индивидов, отражающим те или иные общественные отношения. В процессе общения индивиды играют определенные роли, предписанные им общественными конвенциями. Когда на выработанную в социуме систему норм и оценок накладывается “человеческая личность”, включается субъективный фактор. Именно таким образом в речевой деятельности взаимодействуют общее и единичное, ибо она представляет собой диалектическое единство: присущее всем и всегда и характерное для одного индивида в конкретной ситуации.

В каждом речевом произведении проявляется универсальное для всех типов и форм речевой деятельности любого носителя языка и одновременно отдельное, характерное для индивидуального речевого производства. Современное понимание прагматического аспекта лингвистических исследований дает основание отнести к прагматическим параметрам личностные свойства коммуникантов, а их способность адекватно задачам общения организовать свое речевое поведение следует понимать как коммуникативную способность. Будучи релевантными условиями речевого акта, эти параметры определяют порождение и восприятие коммуникативного смысла высказываний.

Предпосылки формирования у человека коммуникативной способности как высшей психической функции создаются в процессе деятельности. Постановка проблемы коммуникативной способности как прагматической категории - это попытка вычлнить новый предмет в традиционном объекте лингвистики - речевом общении.

Проблема формирования коммуникативной способности может рассматриваться как попытка формирования методологического представления об экстралингвистических компонентах языковых знаний и правил их использования. В настоящее время является общепризнанной регулярность речевой вариативности - когда разные носители языка в сходных речевых ситуациях по-разному порождают (и воспринимают) текст.

Смысловой контекст конкретного человека представляет собой открытую систему, постоянно изменяющуюся: увеличивается жизненный опыт, появляются новые знания, принимаются новые или корректируются ментальные постулаты, изменяется отношение к тем или иным вещам и т.п.

Поэтому актуальным остается анализ зависимости понимания текста от интеллектуальных параметров личности, особенностей познавательных психических процессов, функционирования единой “сенсорно-когнитивно-эмоциональной системы”. Представляется, что процессы понимания речевых текстов важны в равной мере как для лингвистики, так и для психологии речи.

Современное состояние прагматики и психолингвистики отражает закономерности нынешнего этапа лингвистического познания личности. Как прагматика, так и психолингвистика каждая согласно своим задачам, выводят вопрос о языке и человеке на уровень общей теории, решающей проблемы порождения речи как деятельности. Это дает возможность заново осознать и само понятие “человеческая личность” с языковой точки зрения, отнести к ней как к полноценному объекту лингвистической теории.

С.В. Меликян

### **Молчание слушателя (экспериментальное исследование)**

Исследование функций молчания слушателя позволяет говорить о наличии следующих его функционально-прагматических разновидностей:

- дисконтактная функция, желание уклониться от общения с конкретным собеседником или от общения на конкретную тему;
- эмотивно-оценочная функция, демонстрация негативного эмоционального отношения к сказанному;
- медитативная функция - собеседник собирается с мыслями, обдумывает ответ;
- терминационная функция, сигнализирующая об окончании разговора на данную тему;
- функция выражения недоверия, демонстрация сомнения в искренности слов собеседника.

Нами было проведено экспериментальное исследование с целью проверки реальности разграничения выделенных нами функций молчания слушателя в языковом сознании носителей русского языка.

Исследование проводилось следующим образом: реципиентам были предложены отрывки из художественных произведений, в которых молчание выполняет различные функции, и список возможных функций, которые может выполнять речевой акт молчания в данной ситуации. Реципиенты должны были выбрать один или несколько предложенных вариантов, опираясь на свое восприятие данной коммуникативной ситуации.

Результаты исследования таковы.

При анализе реципиентами письменно предъявленных текстов нашло подтверждение наличие чистых типов молчания, функции которых участники эксперимента легко определяют. Например:

Угаров: А что вы, собственно, хотите ?

Хомутов: Хотел вам помочь. Но я вижу, что вы пошутили... Что ж. Возможно, это смешно... Извините. ( Идет к двери. )

Анчугин: Подожди. А зачем приходил ?

Хомутов: ( остановился ) Я же говорю: собрался вас выручить.

Анчугин: ( усмехнулся ) Хотел нам дать денег ?

Хомутов: Да.

Маленькая пауза.

Угаров: Вы что, шутите? А может, издеваетесь?

Хомутов: Да нет, выходит, вы надо мной подшутили.

В данном случае функцию выражения недоверия правильно определили 85% опрошенных.

Усредненные данные по различным типам речевых актов молчания таковы: дисконтактную функцию опознали в эксперименте 49% опрошенных, терминационную - 53% , эмотивно-оценочную - 55% , выражения недоверия - 59%, медитативную функцию - 32,5% опрошенных.

Затруднения испытуемых объясняются, по-видимому, отсутствием в тексте формальных показателей для определения смысловой функции молчания. Большое значение имеет интонация.

Наиболее часто пересекаются ( не разграничиваются, смешиваются) дисконтактная и терминационная функции. Видимо, это происходит потому, что и в том и в другом случае общение прерывается, поэтому информанты воспринимают эти функции как близкие.

Функции молчания слушателя в письменном тексте передаются гораздо точнее, чем функции молчания говорящего.

М.Е.Новичихина

### **О специфике коммерческих названий**

Коммерческая номинация выполняет целый ряд взаимопроникающих функций: информационную, эстетическую, дифференцирующую, коммуникативную, рекомендательную, манипулятивную и многие другие и является, таким образом, мощным средством воздействия на потенциального клиента.

При этом современную коммерческую номинацию отличает следующее:

1. Приверженность моде, с одной стороны, и традициям - с другой. (Ср.: традиционные русские наименования “У дяди Кости”, “На Беговой” и такие навеянные временем наименования как “Мэтр”, “Солярис”, “Квант” и др.)

2. Гиперболизация (“На любой вкус”, “Все для вас”).
  3. Обращенность к адресату (“Только для вас”, “Ваш уют”, “Твой выбор”).
  4. Рекомендательность, рост числа наименований-предписаний (“Плати меньше”).
  5. Ориентация современной коммерческой номинации, в первую очередь, на план выражения. Отсюда - неожиданность некоторых наименований, их “экзотичность” (“Верона”, “Ланда” и др.).
  6. Отсутствие адресато-адресантного единства восприятия коммерческого наименования.
  7. Обращенность коммерческой номинации к прошлому и, одновременно, устремленность в будущее (ср.: “Трактир” и “Видео- 2000”).
  8. Рост несоответствия и даже противоречия коммерческого наименования характеру предлагаемого товара (“Дизайн” - продукты, “Фемида” - трикотаж, “Монолит” - продукты и т.п.)
  9. Сочетание национального и универсального в коммерческой номинации. Наряду с широким использованием наименований, отразивших менталитет русского человека (“Стимул”, “Сделай сам”, “Отчий край”) достаточно часто встречаются вполне интернациональные названия.
  10. Отражение в коммерческих названиях веяний времени и, одновременно, особенностей личности самого номинатора.
  11. Нарушение эстетической нормы, неблагозвучность некоторых наименований (“Торгарт”, “Весотра - прим”, “Воронежшина” и др.).
  12. Семантическая переключка имен собственных (магазины “Двенадцать стульев”, “Колобок”, “Санта-Барбара”, “Слон и Моська” и др.).
  13. Увеличение доли абстрактных наименований.
  14. Появление уменьшительно-ласкательных наименований (“Домовенок”, “Башмачок”, “Беконка”, “Черноземочка” и др.).
  15. Актуализация арифметической тематики в коммерческой номинации (“3+2”, “666”, “33” и др.).
  16. Неоправданное дублирование коммерческих наименований. Так, например, слова “Вояж”, “Наташа”, “Витязь” и др. используются для номинации торговых учреждений разных профилей, что создает путаницу и дезориентирует потенциального покупателя. Думается, что названия коммерческих организаций не должны повторяться в одном регионе.
- Имеет смысл, видимо, говорить об имидже торгового учреждения, равно как и об имидже того или иного товара; думается, что существенная роль в формировании имиджа будет принадлежать коммерческому наименованию.

Е.В.Маслова

**Коммуникативная эффективность рекламных текстов**



Рекламный текст (РТ), как правило, призван убедить группу или группы читателей в необходимости совершения действия для удовлетворения их потребностей или является напоминанием о таком действии. Поэтому основная цель РТ состоит в привлечении внимания.

Наиболее важный элемент РТ - заголовок. Анализ РТ в местных воронежских изданиях выявил наиболее типичные ошибки в написании заголовков, снижающие коммуникативную эффективность текста в целом, в том числе:

- \* “слепые” заголовки,
- \* употребление отрицаний и отрицательных форм,
- \* использование каламбуров и других неясностей, многословность (фразы превышающие 10-12 слов).

Главное требование к информационному блоку РТ - дать читателям определенной целевой группы ключевую информацию, необходимую для принятия решения. Повышению коммуникативной эффективности этого блока РТ способствуют:

- \* использование стиля, адекватного установкам и ожиданиям целевой читательской аудитории;
- \* отсутствие аналогий типа “точно так, как”, “так же, как”, т.к. двухступенчатые аргументы часто понимаются неправильно;
- \* включение в текст отзывов о товаре, полезных советов и т.п.;
- \* использование средств экспрессивного синтаксиса;
- \* употребление стилистических приемов, повышающих стройность, логичность текста;
- \* использование в тексте неожиданного сочетания слов, игры слов и т.п.

В настоящее время не сложилось единого подхода к оценке нормативности рекламного текста. Ряд исследователей допускает мотивированное отклонение от языковых норм в РТ. Другие считают, что РТ имеет строго нормативный характер. Представляется правомерным рассмотрение специфической нормативности РТ и трансформации понятия “языковая норма” применительно к РТ.

Оценка коммуникативной эффективности РТ должна осуществляться по нескольким направлениям. При этом необходимо определить эффекты:

- \* словесной наглядности,
- \* эмоционального сопереживания,
- \* обманутого ожидания,
- \* постепенного усиления,
- \* доверия,
- \* “первого и последнего места”,
- \* размышления.

## **К вопросу обращенности сообщения ( на материале текстов сказок для театра Л.Филатова ).**

Автор изначально (сознательно или интуитивно) определяет адресат своего произведения. Текст создается с установкой на коммуникантов. Принято выделять два типа обращенности сообщения – коллективную и личную. При этом обычно полагают, что тексты художественных произведений характеризуются именно коллективной обращенностью сообщения. Полагаем, что это излишне обобщенное утверждение.

Об ориентации на разнородные группы коммуникантов свидетельствует структурно-семантическая организация текстов. Это связано и с тем, что отличительной чертой текста художественной литературы является поливариантность его понимания. Выбор типа обращенности сообщения полностью ориентирован на конечный результат коммуникации – понимание. Так, личное письмо и публичная лекция ощутимо отличаются по своей структурно-семантической организации. Хотя хорошо продуманная лекция будет ориентирована не только на коллективную обращенность, но и включит элементы личностной адресованности. Текст художественного произведения сложен и в содержательном и в конструктивном плане. Он одновременно направлен и на широкую аудиторию, и на небольшой круг людей, который может быть сведен до одной личности.

Примером могут послужить проанализированные нами тексты. Так, жанр, соблюдение его законов, узнаваемые персонажи, привычный мелодико-ритмический ряд реализуют коллективную обращенность сообщения. В общее поле информации вступают все зрители, без учета их личностных характеристик ( возраст, образование, социальная активность).

Высокая частотность употребления специальной и терминологической лексики, в основном иноязычного происхождения, сужает круг реципиентов сообщения, а также делит их на различные группы по степени восприятия. Для детей и подростков количественная и качественная стороны лексики не являются значимыми. Для людей старшего возраста само количество заимствований является знаком места и времени происходящего. Для этой группы коммуникантов семантика неважна, важно, что это слова иноязычные и их много ( черта нашего времени! ).

Следующий, еще более узкий круг отличает людей грамотных, читающих, социально активных. Воспринимая означенную лексику, они реконструируют не только время и место, но и ситуацию и действующих лиц. Используя имена собственные ( Кафка, Песталоцци, Гомер ), автор использует аллюзии, которые используются им в текстах сказок, - знак не столько времени, изображаемого на сцене, сколько знак поколения, к которому принадлежит сам автор.

## **Своеобразие приемов воздействия на читателя одической лирике А.Н.Плещеева**

При знакомстве с гражданским содержанием лирики А.Н. Плещеева в первую очередь возникают ассоциации с жанром оды.

В своих одических стихах поэт обращается к широкой аудитории, и поэтому его лирический герой принимает облик народного глашатая.

Одическим стихам Плещеева присуща ораторская убежденность в правоте проповедуемых им идей, которая во многом определяет силу воздействия поэзии на читателя. Но не стоит умалять и собственно лингвистический аспект организации текста стихотворения, так как от того, какое словесное воплощение обретут мысли поэта, насколько понятны и убедительны они будут, зависит эффект сопереживания, которое возникает у людей, подчас с очень разными убеждениями.

Чтобы привлечь внимание читателей, поэт большое внимание уделяет организации “зачина” в стихотворении. Большинство стихов предваряет эпитафия, взятая поэтом из произведений Г. Гейне, А. Мюссе, В. Шекспира, А. Пушкина и др. Этой же цели подчинено использование в начале стихотворений императивных форм (“О, не забудь, что ты должник // Того, кто сир, и наг, и беден”). Нередко стихотворение начинается с восклицания, что сразу же помогает автору настроить читателя на нужный лад.

В силу публичной ориентации оды концовка чаще бывает либо афористической, либо эмоциональной – “акцентированной” с расчетом на психологически взволнованную реакцию слушателя.

Оды Плещеева отличаются краткостью и ясностью мысли, им не присущи длинные периоды с обилием придаточных конструкций, причастных и деепричастных оборотов. Упрощает Плещеев и композицию оды.

В своих стихах Плещеев стремится к наглядности. Пытаясь сделать свою мысль наиболее понятной читателям, поэт сопоставляет ее с распространенным явлением или чувством, знакомым каждому. Экономность, структурная простота помогают быстрее и целенаправленнее довести до читателей свою мысль.

В одах Плещеева нет “гигантизма” образов, в них все естественно, реально. Лирический герой Плещеева – обычный человек с обычными человеческими страстями и желаниями. Для поддержания постоянной связи с аудиторией поэт как бы “индивидуализирует” свои размышления, обращая их к конкретному “частному” лицу. Вот почему поэт использует обращения, среди которых чаще всего встречаются: “друг”, “друзья”.

Одические стихи Плещеева тяготеют к законченности, в них нет ничего недосказанного, в результате чего усиливается не столько эмоциональный элемент, сколько ораторски - патетический.

Показательны рефрены – повторы, которые акцентируют внимание, усиливают значимость сказанного.

Все перечисленные здесь приемы позволяют Плещееву лучше донести до читателя свою мысль, сделать общение с ним максимально продуктивным, отвечающим задачам поэта.

В.Н.Пугач

### **Роль широкого контекста в понимании художественного слова**

В устной речи достижение понимания происходит, как правило, в узком контексте. Практически в пределах одной фразы говорящий реализует выбранный им смысл слова, и если этот смысл собеседником все же не понят, то он (смысл) *целенаправленно* объясняется в последующих фразах.

Необходимость понимания правильного смысла слова именно из *узкого* контекста является необходимым условием устного общения, что объясняется ограниченными возможностями слушателя, в частности, невозможностью хранить в памяти полный объем услышанного текста.

Речь письменная, а именно художественное произведение, характеризуется зримостью полного объема текста, возможностью его повторного прочтения и переосмысления. Последнее создает условия, во-первых, для восприятия художественного слова как в *узком*, так и в *широком* контексте и, во-вторых, для понимания этого слова в разных (порой противоречивых) смыслах.

Непревзойденным мастером двусмысленного употребления слова является А.С.Пушкин. Как бы надеясь на чувство языка у читателя, Пушкин приглашает его к размышлению над словом, например над словом *влюблен* в повести "Барышня-крестьянка".

Слово *влюблен* в повести *трижды* называет чувства Алексея Берестова к Лизе-Акулине. В каждом из этих употреблений слово *влюблен* имеет различное информационное наполнение, которое проявляется не в *узком* контексте (в пределах одного предложения), а в *широком* (в пределах абзаца и повести в целом). Уже во второй встрече с Лизой-Акулиной Алексей *"говорил языком истинной страсти и в эту минуту был точно влюблен"*. Утверждающий смысл слов *точно влюблен* подчеркивается в предложении словосочетанием *истинная страсть*. Однако через несколько строк автор замечает, что отношения молодого Берестова с Лизой-Акулиной *"имели для него прелесть новизны"*. Следовательно, *влюблен* в первом употреблении обозначает лишь внешнее проявление чувства, состояние влюбленности, но не любовь как истинно глубокое чувство. Узкий контекст, в пределах одного предложения, не проявляет скрытого смысла слова *влюблен* и во втором его употреблении: *"...не прошло еще и двух месяцев, а мой Алексей был уж влюблен без памяти..."*. Фразеологическое сочетание *влюблен без памяти*, имеющее усилительное значение, в узком контексте передает действительно

глубокое чувство героя. И все же широкий контекст повести заставляет усомниться в этом. Лишь после того, как И.П.Берестов предлагает Алексею жениться на богатой соседке, автор замечает о чувстве Алексея к Лизе-Акулине: "*В первый раз видел он ясно, что он в нее страстно влюблен*". В этом предложении слово *влюблен*, имея определитель *страстно* и взаимодействуя со словосочетанием *видел ясно*, обретает смысл "пылкое и осознанное чувство". В сравнении с третьим употреблением слова *влюблен*, усилительное значение фразеологизма *влюблен без памяти* отходит на второй план, а в качестве основного проявляется смысл "безотчетность чувств".

Таким образом, *узкий* контекст пушкинского повествования показывает читателю только явление, а сущность его раскрывается при рассмотрении слова в *широком* контексте повести.

Разумеется, восприятие художественного слова через "призму" *широкого* контекста требует от читателя активной мыслительной деятельности, а главное, *желания* проникнуть в глубинные смыслы художественного слова.

М.А.Сердюк

### **Виды диалога в русской народной песне (лирическая необрядовая песня)**

Диалог играет важную роль в построении композиции традиционной лирической песни. В необрядовой песне он может служить основой построения целого текста (песня – диалог) либо организовывать отдельный ее фрагмент (композиционная форма "описательно-повествовательная часть + диалог"). Диалогическая форма композиции значительно усиливает драматизм выражаемого песней лирического содержания, способствует более яркой передаче мыслей и чувств лирического героя.

В русской необрядовой песне можно выделить по крайней мере два типа диалога с точки зрения характеристики его участников.

Во-первых, это диалог в его канонической форме "*реальный говорящий ↔ реальный адресат*", широко представленный в тексте с четкой ролевой атрибуцией персонажей. Характер ситуации общения здесь существенным образом отличается от классической речевой ситуации, когда участники диалога – реально присутствующие лица и речь идет о явлениях и событиях, действительно происходящих в процессе общения, а также от подобной ситуации в обрядовой песне, где стороны, ведущие диалог, представляют собой реальных участников обряда и речь идет о событиях, происходящих в процессе обряда: рукобитье, расплетание косы невесты и т.п. В последнем случае это реальный диалог, но реальный лишь в контексте данной песни, т.е. при условии, когда "я", "ты" – герои произведения. Такие диалогические тексты характеризуются взаимозаменой форм 1-го и 2-го лица, говорящий и

адресат здесь равноправны ( $G \Leftrightarrow A$ ).

Другой тип диалога обнаруживается в текстах, в которых одна сторона лишена определенной ролевой атрибутики, а вторую представляет ролевой персонаж. Участники такого диалога неравноправны. Ведущие позиции здесь всегда занимает персонаж, лишенный ролевой атрибутики, именно он задает тон всей ситуации общения, его речь ориентирована на собеседника, непосредственно обращена к адресату. Другой же участник диалога – ролевой персонаж – всегда зависим, его функция – отвечать, а его речь, лишенная показателей 2-го лица, не ориентирована на адресата, однако именно его ответы составляют основное содержание песни. Диалог имеет форму *"реальный говорящий ↔ условный адресат"*, а ситуация общения является вымышленной и способствует созданию иллюзии общения между певцом-исполнителем и ролевым персонажем. Такая имитация ситуации живого общения служит конкретным художественным целям, вытекающим из жанровой специфики народной песни – субъективированной формы подачи материала.

В качестве адресата в диалоге рассматриваемого типа может выступать как вымышленное или отсутствующее, отдаленное в пространстве или во времени лицо (обобщенный образ девицы, молодца и т.п.), так и не лицо, неантропоморфный объект (растение, животное, птица), наличие которого, с одной стороны, подтверждает вымышленный характер ситуации общения и, с другой стороны, выполняет самостоятельную эстетическую функцию – является одним из средств введения образного параллелизма.

Е.К.Московченко

### **О понятии “привлекательность публичного выступления”**

Понятие привлекательности публичного выступления представляет собой одно из центральных понятий риторики и речевого воздействия. Вместе с тем указанное понятие еще крайне слабо изучено.

Привлекательность публичного выступления является важной составляющей эффективности публичного выступления. Эффективность публичного выступления представляет собой сложное многоаспектное явление, которое определяется степенью успешности достижения оратором поставленных в данном выступлении целей.

Выявление эмоциональной привлекательности публичного выступления связано с анализом компонентов вербального и невербального поведения оратора, вызывающих положительную реакцию аудитории определенного типа. На связь определенных аспектов выступления с достижением эффекта эмоционального воздействия неоднократно указывалось в научных исследованиях.

Понятие эмоциональной привлекательности используется в работе Е.А.Ножина “Основы советского ораторского искусства”. С помощью

данного определения автор работы указывает на способность некоторого публичного выступления вызывать положительную эмоциональную реакцию аудитории, связывая ее с категорией интереса, проявляемого аудиторией к определенному выступлению<sup>1</sup>. Согласно мнению Н.Н.Кохтева, высказанному в работе “Ораторская речь: стиль и композиция”, эффект эмоционального воздействия обуславливается определенными аспектами формы подачи и языковой актуализацией материала (в том числе и использованием конкретных языковых средств изобразительности и выразительности); определенными аспектами содержания речи, поскольку по мнению автора “важнейшую играет содержание и тоже влияет на чувства людей”<sup>2</sup>; особенности собственно темы выступления; учетом непосредственных интересов слушателей.

Т.В.Анисимова и Е.Г.Гимпельсон в работе “Современная деловая риторика” обращают внимание на связь достижения эффекта эмоционального воздействия с рядом особенностей говорящего и его аудитории<sup>3</sup>. Авторы выделяют следующие эмоционально воздействующие аспекты выступления, связанные с говорящим:

социальное положение говорящего;

демонстрацию говорящим определенных коммуникативных качеств, таких, как а) степень компетенции; б) уверенность в себе; в) уважение оратора к аудитории.

Из особенностей аудитории указанные авторы выделяют, прежде всего “степень сопротивляемости аудитории”<sup>4</sup>, которая зависит от наличия или отсутствия предварительной негативной информации об обсуждаемом предмете.

Нас прежде всего интересует выявление определенных аспектов поведения и речи оратора, которые имеют устойчивую положительную оценку в аудитории определенного типа – то есть факторов привлекательности публичного выступления. Под устойчивой положительной оценкой следует понимать что положительную эмоциональную значимость некоторого компонента выступления, рассматриваемую не в рамках какого-то одного публичного выступления, где успешность того или иного приема может быть следствием его удачного взаимодействия с другими компонентами публичного выступления, а выявляемую на основе устойчивой положительной оценки данного приема в ряде публичных выступлений, предъявляемых представителям аудитории определенного типа.

Изучение факторов, определяющих привлекательность публичного выступления, осуществляется методом психолингвистического эксперимента. Указанный эксперимент осуществляется поэтапно, с использованием анкетирования и опроса с предъявлением видеозаписей выступлений ораторов.

Первым этапом исследований было анкетирование представителей мужской и женской аудиторий, молодежной аудитории и аудитории

среднего и старшего возраста с целью выявления риторических ожиданий аудиторий указанного типа. На данном этапе мы исходили из следующих допущений:

представители определенных социальных групп (мужчины, женщины, молодежь, люди среднего и старшего возраста) имеют свои особые риторические ожидания (т.е. предполагаемые у “идеального” партнера по коммуникации особенности поведения речи), поэтому возможно экспериментальное выявление “идеального”, с точки зрения представителей данных групп, оратора;

представление об “идеальном” ораторе существует в виде отдельных предпочтений, присутствующих у представителей аудитории определенного типа; будучи выявленной, совокупность отдельно высказываемых предпочтений позволит получить некоторое представление о риторических ожиданиях, существующих в аудитории данного типа в целом;

выявление риторических ожиданий способствует получению информации о том, какие компоненты поведения речи оратора по мнению представителей каждого исследуемого типа аудитории, способствуют повышению эмоциональной привлекательности сообщения для данной аудитории.

Вторым этапом исследования был опрос с предъявлением видеозаписей выступлений шести ораторов, направленный на выявление компонентов поведения и речи оратора, имеющих устойчивую положительную оценку мужской и женской аудиторий, молодежной аудитории и аудитории среднего и старшего возраста.

В результате сопоставления результатов анкетирования с результатами опроса с предъявлением видеозаписей определен ряд аспектов публичного выступления (компоненты внешнего вида оратора, компоненты поведения оратора в аудитории, ряд особенностей произнесения речи, определенные аспекты построения речи, содержания речи, приемы языковой актуализации), формирующих привлекательность выступления для разных типов аудиторий.

На основе полученных результатов на третьем этапе эксперимента проводится анкетирование представителей мужской и женской аудиторий, молодежной аудитории и аудитории среднего и старшего возраста по разработанному перечню релевантных признаков с предъявлением видеозаписей с целью уточнения значимости выявленных признаков для аудитории данного типа.

Анализ привлекательности публичного выступления базируется на двух макрофакторах: 1) личной (персональной) привлекательности, связанной с личностью оратора; 2) дискурсивной (речевой) привлекательности, связанной с текстом выступления.

Личная (персональная) привлекательность основывается на трех основных факторах: 1) внешняя привлекательность говорящего; 2) социально-психологической привлекательности оратора; 3)



коммуникативно-психологической привлекательности оратора.

Дискурсивная (речевая) привлекательность основывается на двух факторах: 1) предметной привлекательности, т.е. привлекательности темы, 2) содержательной привлекательности.

Внешняя привлекательность оратора формируется с помощью: 1) определенных визуально воспринимаемых особенностей оратора, таких как пол (русскоязычная аудитория в большей степени доверяет оратору-мужчине), возраст (предпочтительный возраст 30-40 лет), одежда, обувь, прическа, аксессуары; 2) особенности условий выступлений, таких как подготовленность помещения, интенсивность и направление света, цвет фона, на котором выступает говорящий.

Социально-психологическая привлекательность оратора связана 1) с собственно социальной ролью говорящего (если данная роль статусно превосходит аудиторию), 2) с соответствием выступающего а) стереотипным представлениям о данной роли (“учителя”, “профессора” и т.д.) и б) эталоном культурных стандартов.

Коммуникативно-психологическая привлекательность как фактор включает два основных параметра: 1) “превосходство” над аудиторией, более значимое для большинства представителей мужской аудитории и 2) личное обаяние оратора, более значимое для большинства представителей женской аудитории.

“Преимущество” оратора над аудиторией складывается из таких компонентов как:

доминирование, средствами формирования которого являются: силуэт одежды (приближающийся к прямоугольному), цвета одежды (неяркие), расположение оратора в аудитории (вертикальное), краткое однократное мимическое акцентирование сказанного (поднятие одной брови, краткая улыбка уголком рта, сопровождающаяся легким кивком);

уверенность, средствами формирования которой являются тон говорящего (энергичный, напористый), жесты (широкие, неторопливые, эпизодически акцентирующие слова и обороты), использование сопровождаемых голосовым акцентированием “ритмических” жестов, подчеркивающих значимость тех или иных положений (но данный прием следует употреблять не более одного-двух раз в одном выступлении, т.к. в противном случае может возникнуть иллюзия так называемых “навязчивых движений”), использование утвердительных конструкций;

компетентность оратора, формируемая путем использования так называемых “сильных” аргументов - цифр, статистических данных;

серьезность оратора (особо значимая для аудитории старшего возраста) складывается из тона говорящего (спокойного, “рассудительного”) и умеренной мимической и жестикуляционной активности.

Обаяние оратора как фактор привлекательности публичного выступления складывается из таких компонентов как:

естественность оратора, которую формирует умеренная мимическая и жестикуляционная активность, использование разговорного стиля как базового;

интеллигентность (т.е. интеллигентная манера речи), формируемая с помощью нерезкого тембра голоса, умеренной громкости, нормативности;

дружелюбие оратора, формируемое с помощью эпизодической “адресованной” улыбки и т.н. открытых жестов;

искренность оратора, реализующаяся с помощью оживленной мимики, “открытого” (поднятого) взгляда, “доверительного” тона (т.е. голос слегка смягчен, тембр и громкость понижены);

эмоциональность оратора ( что особо значимо для женской аудитории), формируемая активностью мимики и жестикуляции, изменениями громкости голоса оратора, изменениями тона, использованием риторических восклицаний, нарушением членения предложения (т.е. “самоперебиванием”); “прерывистостью” речи (т.е. паузацией в качестве “поиска слова”); отметим, что два последних приема положительно оцениваются . если они употреблены не чаще одного-двух раз в одном выступлении;

артистичность оратора, формируемая активной мимикой и жестикуляцией, использованием выразительных и изобразительных жестов, разнообразием интонационного рисунка, изменениями громкости и тона голоса, использованием приема драматизации речи;

умением контактировать с аудиторией, которое складывается из 1) общей контактности поведения оратора; 2) умения “разрядить” обстановку; 3) умения нейтрализовать помехи, неблагоприятное поведение аудитории, снять напряжение. Контактность оратора реализуется с помощью расположения говорящего в аудитории, перемещения оратора по аудитории (отметим, что женская аудитория предпочитает приближение оратора во время выступления); формы обращения оратора к аудитории, использование “указывающих” местоимений (идентификационного – “мы” и персонифицирующего – “вы”); использования указующих жестов; умение “разрядить” обстановку может реализовываться в виде краткой шутки, пословицы, юмористического сравнения; умение нейтрализовать помехи может заключаться в прямом игнорировании данных помех, в изменении громкости голоса, в виде краткой шутки, в виде краткого однократного замечания.

Предметная (тематическая) привлекательность публичного выступления складывается из:

задействования интересов аудитории, причем как общечеловеческих интересов (жизнь, смерть, здоровье), так и интересов данной конкретной аудитории (например, проблема засорения русского языка в аудитории учителей среднего и старшего возраста, проблема сквернословия девушек в аудитории молодых людей, проблемы коррекции веса в женской аудитории); новизны информации;

актуализации информации; “смелости” темы (т.е. непрерывности самого факта обсуждения данной темы).

Содержательная привлекательность складывается из 1) четкости композиции; 2) убедительности; 3) объективности изложения; 4) легкости для восприятия; 5) образности; 6) присутствия авторских оценок и 7) этичности.

Композиционная четкость достигается путем заметного разграничения начала, середины и конца выступления.

Убедительность достигается путем использования цифр, статистических данных и использования приемов усиления аргументации 1) т.н. “направленной” аргументации, в частности, аргументов “к невежеству”, “к авторитету” и “к традиции” (последнее более актуально в женской аудитории и в аудитории старшего возраста и 2) ссылок на источник получения информации, например: “по мнению психологов...” (конкретно данный прием хорош для женской аудитории среднего возраста).

Объективность речи достигается путем 1) задействия противоположного мнения (т.е. путем использования двусторонней аргументации) и 2) задействия негативных сторон проблемы.

Легкость для восприятия как фактор привлекательности публичного выступления складывается из доступности информации и наглядности ее подачи. Доступность достигается путем использования говорящим разговорного стиля как основного, путем использования предложений с ясной и чуткой структурой, преобладания простых и сложных-сложносочиненных предложений, использования частотной общеупотребительной лексики, использования терминов и иностранных слов с объяснением. Наглядность в выступлении достигается с помощью использования “устных иллюстраций” (примеров), демонстрации наглядных пособий и приведения цифр (в сравнении или сопоставлении).

Образность речи представляет собой значимый фактор привлекательности публичного выступления, формируемый путем применения широкого спектра фигур речи и языковых приемов. Данное исследование позволило установить особую роль таких приемов как пример, метафора, олицетворение (особенно привлекательны метафора и олицетворение с использованием наименований колющих и режущих предметов для отрицательной характеристики предметов и явлений, например: “сесть на “иглу” останкинской телебашни”, “ветер – лезвием по нервам”); “юмористический” эвфемизм (например: “тронное место” – зад); сравнения; афоризмы.

Присутствие авторской оценки как фактор привлекательности публичного выступления включает уважительную оценку адресата (в форме похвалы или благодарности аудитории); критическую, но не самоуничижительную самооценку оратора, косвенную положительную или отрицательную оценку сообщаемого (в форме сравнения, сопоставления, намек, иронии) и прямую позитивную или негативную оценку сообщаемого

(данный прием, как и прием “выведения морали” в вербальной форме хорош для аудитории старшего возраста).

Эстетический аспект речи формируется путем 1) соответствия речи оратора нормам русского литературного языка и 2) присутствия семантически привлекательных (т.е. красивых по смыслу) и фоносемантически привлекательных (т.е. красивых по звучанию) слов и выражений.

Выявление факторов привлекательности публичного выступления, осуществляемое в процессе экспериментального исследования, предполагает их дальнейшее обобщение и классификацию с целью создания модели риторического идеала аудитории того или иного типа и разработки практических рекомендаций ораторам, выступающим в аудитории того или иного типа.

### Литература

1. Ножин Е.А. Основы советского ораторского искусства. М.: Знание, 1981. С.62.
2. Кохтев Н.Н. Ораторская речь: стиль и композиция. М.: Изд-во МГУ, 1992. С.17.
3. Анисимова Т.В., Гимпельсон Е.Г. Современная деловая риторика: Учеб. пособие. В 2 ч. Ч.1. – Волгогр. юрид. ин-т МВД России, 1998. С.78.
4. Там же.

С.А. Минеева

### **Риторическая культура человека Аудитория и адресат**

Риторическую культуру человека представим в самом общем виде как владение способами создания риторического текста (РТ), его исполнения в конкретной аудитории и рефлексии замысленного и исполненного по канонам риторики. Риторическая деятельность по существу включает три различающихся между собой способности: а) культуру создания риторического текста; б) культуру его исполнения (публичного общения) и в) культуру его рефлексии (мышления, самосовершенствования). На всех трех этапах речь идет о действиях, связанных с текстом.

Одной из характеристик текста, определяющих степень его “риторичности”, является *адресность*. Культура создания РТ включает умение учитывать параметры потенциальной (реальной) аудитории при разработке замысла. Культура исполнения РТ включает умение адресоваться, управлять поведением слушателей. Культура рефлексии – умение осмыслить и понять причины состоявшегося или не состоявшегося влияния на аудиторию, адресата.

Разведем понятия “аудитория” и “адресат”. “Аудитория” – это группа

людей, которая может присутствовать на выступлении (*потенциальная*, ее учитывает (представляет себе) автор в процессе замысливания РТ; *реальная*, выступать в которой приглашают); а также та, которая присутствует (*конкретная*, т.е. слушатели, оказавшиеся в зале). “Адресат” – те слушатели, которые могут потенциально или реально вступают в диалог с автором РТ в процессе публичного взаимодействия. Если речь идет о письменном РТ, то “аудиторию” и “адресат” можно не разделять. Письменный РТ, как правило, создается для определенного адресата.

В современной риторике достаточно подробно описаны действия по учету аудитории, результатом которых является “портрет” будущих слушателей и даже “чучело” оппонента, однако мало материалов, помогающих разработать а) целевую установку речи, которая одновременно включала бы реализацию интенций автора и ожиданий возможного адресата; б) тезис, в котором учитывались бы возможности интерпретации и принятия идеи расположенными к диалогу слушателями; в) систему аргументации (топосы), без которой нет результативности выступления. Практика обучения педагогов и школьников основам риторической деятельности показывает, что именно в этом самые большие трудности.

Анализ устных и письменных РТ позволяет сделать еще один неутешительный вывод. Даже выполнение всех необходимых действий по учету аудитории на этапе разработки замысла не обязательно приводит к адресации в процессе общения. Способность создать “мысленный диалог”, его материальное воплощение в композицию (для устного общения) или письменный текст, не гарантирует результативного управления реальным диалогом.

С.Е.Тихонов

### **О причинах сверхволнения оратора**

Одним из факторов, в немалой степени обуславливающих трудности оратора в ходе публичного выступления, можно считать *сверхволнение*, которое охватывает ратора непосредственно перед выступлением, на его начальной стадии или на других этапах произнесения речи. *Сверхволнение* в качестве особого психологического состояния следует отличать от того, что мы определяем как *творческое волнение*. Под творческим волнением можно понимать такое эмоциональное состояние, при котором оратор чувствует прилив сил и следствием которого является усиление вербального и невербального воздействия на аудиторию. Сверхволнение, напротив, как правило, приводит к снижению эффективности выступления, а иногда к фактическому отказу от него или его срыву. Нельзя не отметить явно недостаточную степень изученности данного вопроса в научной и научно-методической литературе.

В связи с этим перед исследователем и преподавателем риторики встают следующие задачи: 1) найти причины и проявления сверхволнения, 2)

определить пути преодоления названного состояния, 3) выработать у ораторов умение избавляться или результативно “бороться” с ним.

Наши наблюдения свидетельствуют о том, что ораторской лихорадке могут быть подвержены не только учащиеся, начинающие овладевать риторическими знаниями, умениями и навыками, но даже и опытные педагоги или представители других профессий в том случае, если им приходится выступать в непривычной для них аудитории, например, перед малознакомыми коллегами (например, многие учителя в условиях курсов повышения квалификации.)

Причины сверхволнения различны. Среди них выделяются *психологические*, *профессиональные* и *собственно риторические* (данная классификация разработана нами совместно с преподавателем из Перми В.И. Сыропятовым).

В качестве психологических, очевидно, следует рассматривать повышенную возбудимость, установку ратора на заведомую неудачу, возможную заниженную самооценку как качества личности.

К профессиональным можно отнести полную или частичную некомпетентность и неопытность выступающего.

В число собственно риторических включаем причины, связанные с речью, риторическим текстом и аудиторией.

Речевые причины связаны с неправильным, не соответствующим нормам современного русского литературного языка произношением, обусловленным недостаточным знанием и/или индивидуальными особенностями речепроизводства (в том случае, если сам выступающий это осознает и/или акцентирует на этом собственное внимание).

Причинами, связанными с созданием риторического текста, вызывающими волнение и снижающими степень эффективности выступления, можно считать:

- отсутствие соотнесенности темы с интересами и объемом знаний оратора в данной проблемной области,
- несвязанность темы с заинтересованностью, уровнем подготовки слушателей,
- отсутствие тезиса (или его неполная сформированность),
- отсутствие выразительности (в плане выбора грамматико-стилистических языковых средств),
- неуместность обсуждения темы здесь и сейчас (при недостаточном учете ситуации общения);
- нечеткость в постановке и формулировании цели речи (или ее отсутствие);

К разряду причин, связанных с аудиторией относятся:

- отсутствие адресности (например, расчет на другую аудиторию),
- неверное представление о размерах аудитории, о слушателях (пол, возраст, национальность, уровень образования, профессиональная принадлежность, степень мотивированности к восприятию речи);

- неточный выбор тактики выступления;
- аудиторный шок (боязнь аудитории) как особое психофизическое состояние, возникающее у оратора в тот момент, когда ему лишь сообщают о необходимости выступить публично и зачастую не позволяющее полноценно подготовиться.

Б.Г. Бобылев

### **О риторическом идеале слушателей Орловской академии госслужбы**

Согласно риторической традиции, восходящей к Аристотелю, общественное государственное устройство есть прежде всего речевая организация общества. Именно этот принцип был положен в основу курса “Культура языка государственного служащего”, проведенного в текущем учебном году на экспериментальном отделении Орловской академии госслужбы. Одной из главных задач курса было формирование навыков риторической рефлексии - контроля за порождением и восприятием речи с учетом различных аспектов проявления личности человека в слове / этос-пафос-логос /.

В начале и конце курса было проведено два письменных опроса. На первом этапе оценивалось речевое поведение известных политиков / по выбору /, на втором проводилась риторическая оценка образов популярных тележурналистов. Ответы слушателей на первом этапе обучения свидетельствуют о значительном влиянии на них стереотипов массового сознания, их высокой внушаемости, готовности к некритическому приятию директивно-монологической риторики, эксплуатирующей глубоко укоренившееся стремление русских людей к достижению предельной, конечной ясности, которая уже не допускает дальнейших вопросов.

Приведем характерные примеры из работ слушателей. О Фиделе Кастро: “мне импонирует его самоуверенность / уверенность в собственной правоте /, эмоциональность, темпераментность”. О Григории Явлинском: “ему невозможно навязать свои правила, свой план дискуссии”: “есть люди в России, которые не поддаются панике и имеют логику в своих поступках”. О Владимире Жириновском:

“ мне импонирует его самоуверенность, эмоциональность”; “он уверен в себе, эмоционален”.

Анализ работ, выполненных на втором этапе, свидетельствует о некоторых положительных изменениях в риторической компетенции слушателей. В ряде работ проявляется установка на поиск скрытой внутренней пружины речи, на определение коммуникативной стратегии и тактики раторов. Так, например, оценивая речевое поведение Сергея Доренко, слушатели связывают его успех у зрителей с удачно выбранным имиджем: “бывалый человек из народа”, “свой парень”, “бескорыстный

борец за правду”. Высоким авторитетом и доверием у слушателей пользуются Эдуард Радзинский и Владимир Познер, среди их положительных свойств как ораторов отмечаются искренность, естественность, “чуждость практике имиджмейкерства”.

Вместе с тем и на этом этапе многие слушатели, уже хорошо понимая значение риторических уловок для воздействия на аудиторию, далеко не всегда могут различить эти уловки на практике и попадают “под гипноз” умелых риторов-телеведущих.

Л.В.Ухова

### **Особенности анализа авторского намерения в жанре телеинтервью**

Всё, что известно сегодня о соотносительности речи с партнером, заставляет предполагать, что важнейшей составляющей стоящего за речью интенционального состояния является направленность говорящего на собеседника - диалогическая интенция.

Анализ диалогических интенций образует отдельную тему, для разработки которой требуются специальные методики. Такие методики были разработаны применительно к анализу опосредованного общения - предвыборных телевизионных выступлений политиков [Ушакова и др., в печати]. Но наибольший интерес представляет анализ ситуации непосредственного общения, в которой направленность на адресата проявляется не только в особенностях высказываний, но и в организации разговора.

Сущность дискурса, как известно, предполагает, что в процессе диалога человек стремится достичь определенных целей, так или иначе связанных с собеседником. В одном случае он просит, приказывает, умоляет, побуждая партнера к желаемым действиям. В другом - пытается отстоять свои взгляды и убеждения, в третьем - стремится вербализовать свое отношение к собеседнику. Чаще всего все эти цели преследуются одновременно, хотя намерения партнеров могут не совпадать.

Находясь в непосредственном контакте, коммуниканты имеют возможность постоянно реагировать на происходящее. При этом очевидны перебивания, наложения высказываний. Сама структура диалога может быть очень сложной, лишь в известном приближении она укладывается в те схемы, которые предложены для ее описания и объяснения. Динамика разговора регулируется прежде всего лежащими в основе речевых актов намерениями коммуникантов - именно они образуют психологический подтекст, который определяет поведение партнеров. Восстановить этот подтекст, "выявив не только то, что человек формально сказал, но и то, что он хотел или имел ввиду сказать, то есть мотив и цель его речи,



определяющие ее внутренний смысл" [Рубинштейн, 1974], - такую задачу ставит перед собой анализ авторского намерения или интен-анализ.

Применительно к анализу диалога это требует не только специальной техники, которая позволила бы классифицировать интенции собеседников. Необходимо показать, как в зависимости от намерений коммуникантов меняется их поведение и как это отражается на протекании разговора.

Исходя из этой задачи, мы обратились к диалогам регулярных телевизионных передач "Мужчина и женщина" и "Момент истины". Выбор этот не случаен. *Во-первых*, обе программы авторские, проблемно-тематические; *во-вторых*, в обеих программах проблема заявлена уже в названии. *В-третьих*, оба автора выбирают для диалога очень яркие персоналии. *В-четвертых*, оба интервьюера имеют свою, особую речевую тактику. *В-пятых*, каждая из рассматриваемых программ имеет свой, особый, неповторимый стиль.

Однако эти программы имеют и ряд существенных различий, что также представляет, на наш взгляд, интерес для исследователей. И прежде всего они принципиально отличаются по жанровым признакам. Кроме того, разнятся также и структуры обеих передач. Если у Караулова диалог идет как бы вдвоем, то у Прошутинской - это публичный диалог, который происходит в присутствии зрителей.

Как организуются эти диалоги? Как в зависимости от того, кто выступает собеседником обоих ведущих, выстраивается разговор?

Стандартизируя условия коммуникации, передачи позволят сравнить диалоги и поведение участников. На основании сопоставления можно выявить отличающие их характеристики и поставить вопрос о специфике диалогических интенций собеседников и их влиянии на организацию разговора

Диалоги записывались на видеопленку, а затем расшифровывались с учетом наложения реплик, пауз и др. особенностей устной формы [Устная разговорная речь, 1996].

За основу представленной ниже *технологии* анализа была взята методика Н.Д.Павловой "Интен-анализ телеинтервью" (1998 г.), в которую мы, руководствуясь своими целями и задачами, внесли ряд изменений и дополнений.

*Технология* предусматривает трехступенчатую схему анализа.

*На первой ступени* разграничивались диалоги, соответствующие вопросно-ответной схеме интервью, и диалоги, имеющие иную организацию. Жанр интервью предполагает, что ведущий задает вопросы и предоставляет слово собеседнику; тот в свою очередь формально обязан высказаться и говорит обычно достаточно пространно.

*Вопросы* интервьюера либо *принимаются* собеседником, и тогда он дает достаточно протяженные ответы, либо *не принимаются*, и тогда ответные реплики односложны, отрывочны, незавершенны и т.д. Подобное нарушение принятого стереотипа структуры интервью является значащей

особенностью разговора.

*На второй ступени* производилась классификация ответных реплик собеседника.

**1. Развернутый ответ** - собеседник отвечает на поставленный вопрос, и делает это достаточно пространно (реплика не ограничивается единичным высказыванием, а состоит обычно из нескольких, многих высказываний).

**2. Односложный ответ** - отвечая на заданный вопрос, собеседник не склонен распространяться; он ограничивается лаконичной формулировкой, одним, максимум двумя короткими высказываниями.

**3. Уклонение от ответа** - собеседник уходит от ответа на вопрос, прибегая к риторическим вопросам, не проясняющим точку зрения рассуждениям, уклончивым формулировкам.

**4. Отказ от ответа** - собеседник напрямую отклоняет поставленный вопрос, не желая отвечать.

**5. Оспаривание** - собеседник не соглашается с репликой ведущего, оспаривает ее содержание: возражает против приведенных фактов, оценок, умозаключений.

**6. Вопрос-уточнение** - собеседник отвечает вопросом не вопрос, уточняя содержание инициирующей реплики.

**7. Встречный вопрос** - собеседник отвечает вопросом на вопрос, стремясь не столько уйти от ответа, сколько выявить свою принципиальную позицию по тому или иному вопросу.

**8. Вторящие реплики** - внеочередные, обычно накладывающиеся на высказывания ведущего реплики собеседника, которые означают понимание, согласие, наличие контакта.

**9. Параллельные реплики** - высказывания собеседника, идущие не вразрез с инициирующими, а существующие одновременно в одной плоскости диалога.

**10. Перебивание спрашивающего** - собеседник прерывает ведущего внеочередной репликой, которая может остаться незаконченной или приобретает обычный завершенный характер.

Задача третьей ступени анализа состояла в классификации инициирующих вопросов ведущего. Каков бы ни был характер диалога, он напрямую связан с тактикой ведущего, основная задача которого - организация разговора. Исходя из этого нами выделены следующие категории вопросов.

**1. Проработка принятой темы** - реплика ведущего развивает начатую им ранее тему, поднимает ее новый аспект, нередко весьма проблемный; в этом случае проработка нацелена как на продвижение разговора, так и на его обострение.

Побочными вариантами проработки темы выступают "вторящие реплики", "настаивание на вопросе" и "возвращенные реплики".

**2. Настаивание на вопросе** - это серия бьющих в одну точку реплик,

цель которых - добиться того, о чем собеседник предпочитает умалчивать.

3. Если предыдущая форма идет по существу вразрез с интересами партнера, то *вторящие реплики*, напротив, демонстрируют консолидацию.

4. *Возвращенные реплики* - ведущий возвращается к заданной ранее теме, чтобы поставить точку, лишней раз акцентировать внимание аудитории на ответе собеседника (цели при этом могут преследоваться абсолютно различные).

5. *Введение новой темы*. Довольно регулярно следующий вопрос не просто продолжает предыдущие, а открывает новую тему, что, как и проработка, может служить обострению разговора.

Если рассмотренные выше формы активности соотносятся прежде всего с собственной линией ведущего, то следующие связаны с высказываниями партнера. Это "комментирование", "развитие темы, поднятой собеседником" и "разъяснение сказанного собеседником".

6. *Комментирование* предполагает не столько уточнение того, что понимается под сказанным, сколько выражение своего отношения к этому. Это выводы, оценки, умозаключения, которыми ведущий сопровождает реплику партнера.

7. *Развитие темы, поднятой собеседником* - ведущий принимает тему, предложенную собеседником, и меняет линию своих вопросов.

8. *Разъяснение сказанного собеседником* - это уточнение высказывания собеседника для аудитории.

9. *Перебивание собеседника* - ведущий прерывает собеседника внеочередной репликой. Если собеседник не реагирует и реплику завершить не удастся, непонятно, ради чего перехватывается речевой канал. Если же реплика получает завершение, то ее можно квалифицировать как разъяснение, комментирование и т.д.

Рассмотренная трехступенчатая схема анализа использовалась для сравнительной характеристики диалогов и обнаружения специфики поведения участников. Подчеркивались количественные показатели: частота вопросно-ответных реплик (развернутый ответ, настаивание на вопросе и пр.), а также число переключений говорящий / слушающий, средний объем реплик, число перебиваний партнерами друг друга, число накладывающихся реплик и др. показатели, характеризующие структуру диалогов в целом.

Е. Ю.Гетте

### **Ассоциативные связи лексем в тематической группе "Общение"**

Целью проведенного нами ассоциативного эксперимента являлось моделирование лексической памяти человека. Эксперимент позволил выявить связи лексем тематической группы "Общение" в сознании носителей русского языка.

На первом этапе работы с помощью "Лексической основы русского языка" под ред. В. В. Морковкина и "Частотного словаря" под ред. Л. Н.

Засориной мы определили состав лексическое поле "Общение" в русском языке. Из ядра и ближней периферии, в которых насчитывалось 239 лексем, мы отобрали 55 репрезентативных слов-стимулов для нашего эксперимента.

В эксперименте приняли участие 215 человек: 85 девушек и 62 юношей в возрасте в возрасте от 16 до 25 лет, 30 мужчин и 38 женщин старше 25 лет.

Следующий этап работы включил обработку экспериментальных данных и составление ассоциативных словарных статей. К исследованию было привлечено также 46 слов-стимулов и реакций, относящихся к группе "Общение", из "Русского ассоциативного словаря" под ред. Ю. Н. Караулова.

Используя данные нашего эксперимента и данные ассоциативного словаря, мы построили схему лексических связей поля "Общение". В схему вошло 160 лексем - стимулов и реакций. Лексемы объединяются в блоки, как правило, вокруг 1-2 интегрирующих лексем, которые служат условным названием блока.

В схеме выделяется 3 зоны: ядро ближняя и крайняя периферия. Ядерную зону формирует 3 блока: "Говорить", "Слово" и "Разговор". Эти блоки ассоциативно связаны между собой и имеют связи с блоками из ближней периферии.

В зону ближней периферии входит 11 блоков, которые примыкают к ядерным блокам. Блок "Договориться" связан с двумя ядерными блоками ("Говорить" и "Разговор") и выполняет функцию укрепления ядерных связей. Многие блоки, взаимодействуя с ядерными блоками, связаны также и между собой. Следовательно, они играют двойную роль: во-первых, укрепляют связи внутри своей зоны, во-вторых, объединяют зоны ядра и ближней периферии. Так, к ядерному блоку "Говорить" примыкают блок "Новость", имеющий связь с блоками "Передать", "Письмо" и "Слушать" (ближняя периферия), "Слушать", объединяющий блоки "Письмо" и "Новость" (ближняя периферия), "Рассказывать", соотносящийся с блоком "Письмо" (ближняя периферия). Блок "Звонить" (ближняя периферия) интегрирует блоки "Разговор" (ядро) и "Письмо" (ближняя периферия).

Некоторые блоки из ближней периферии связывают все 3 зоны схемы. Блок "Передать" взаимодействует с блоками "Слово" (ядро), "Новость", "Вопрос-ответ" (бл. пер.) и "Помощь" (кр. пер.). Блок "Вопрос-ответ" соотносится с блоками "Говорить" (ядро), "Письмо", "Передать" (бл. пер.) и "Мнение" (кр. пер.). Блок "Звать" объединяет блоки "Говорить" (ядро), "Письмо" (бл. пер.), "Помощь" и "Мнение" (кр. пер.). Блок "Письмо" соединяет "Говорить", "Слово" (ядро), "Новость", "Рассказывать", "Слушать", "Звать", "Вопрос - ответ", "Передать", "Звонить" (бл. пер.), "Помощь" и "Мнение" (кр. пер.). Блок "Спор" связывает "Разговор" (ядро) и "Мнение" (кр. пер.).

В зоне крайней периферии находится четыре блока: "Мнение" и "Помощь" примыкают к блокам из ближней периферии, а блоки "Шутка" и "Приказать" обособлены (относительно обособлены, так как имеют связи

низкой частоты).

Все внешние и внутренние связи являются смысловыми (искл. ответ - привет), синтагматического и парадигматического типа.

В блоках с преобладанием синтагматического типа связи глаголы - стимулы, как правило, дают ряд сходных ассоциативных реакций. Например, рассказывать, рассказать - историю, сказку, анекдот...

Таким образом организованы блоки "Звать", "Слушать", "Говорить", "Разговор", "Звонить", "Письмо", "Передать", "Спор" и "Шутка".

В блоках с синтагматическим и парадигматическим типом связи интегрирующую функцию выполняют ассоциативные реакции, притягивая к себе слова-стимулы. Например, сообщение, сообщить, сообщать, весть, телеграмма - новость. Так организованы блоки "Звать", "Слово", "Письмо", "Договориться", "Новость", "Помощь" и "Мнение".

Блоки преимущественно с парадигматическим типом связи отражают ассоциативные связи, состоящие из равнозначных звеньев. Лексемы ассоциируются друг с другом по подобию и контрасту. Например, вопрос - ответ, спросить - ответить, обман - ложь, враньё - ложь, обман... Таковы связи в блоках "Вопрос - ответ" и "Ложь".

Связи между блоками осуществляются непосредственно, когда стимул из одного блока вызывает ассоциативную реакцию, находящуюся в другом. Например, проговорить ("Говорить") - слово. В других случаях связь осуществляется опосредованно, когда стимулы из разных блоков дают одинаковую реакцию, которая выполняет интегрирующую функцию. Например, ассоциация "с другом" объединяет три блока: "Говорить", "Разговор", "Договориться".

Г.В.Быкова

### **Лакунарность как категория лексической системологии**

Обучение любому языку наталкивается на проблему выявления и элиминирования лакун. Лакунарность - универсальное для любого языка явление.

Лексико-семантическая система языка является не только наименее жесткой, но и наиболее подвижной и сложной по своей организации и структуре, где наблюдаются многочисленные случаи асимметрии формы и содержания, борьба консервативной тенденции (устойчивости) с факторами языковой эволюции (такими, как стремление к экономии, к проведению аналогий и достижению регулярности).

В отличие от других подсистем языка лексика тесно связана с внешними, экстралингвистическими факторами. Она непосредственно отражает изменения, происходящие в окружающей действительности. Именно лексика с ее многочисленностью элементов, многомерностью, открытостью, перекрещивающимися и взаимодействующими подсистемами,

подвижностью смыслов и единиц, является ядром коммуникативной системы, имя которой - язык и которая создана, существует и функционирует в первую очередь в целях общения.

Когнитивная лингвистика, изучающая ментальные образы на уровне смыслового и вербального кодов, а также теория коммуникации наших дней, сделав ставку на “фактор человека”, позволили по-новому посмотреть на связи языка, мышления и коммуникации: мир отражает не язык, а мышление, которое и создает структуры знаний.

Концепты, не имеющие средств языкового выражения в национальной языковой системе (лакуны - Г.Б.), тем не менее существуют в национальной концептосфере и обеспечивают национальную мыслительную деятельность в той же степени, что и концепты, названные языковыми знаками национального языка.

Наличие или отсутствие концепта никак не связано с наличием или отсутствием называющих его единиц, т.к. мыслительные образы возникают как результат отражения действительности сознанием индивида и зависят от нее, а не от языка, удовлетворяя потребности мышления. Языковые единицы номинируют и актуализируют в речи только такие мыслительные концепты, которые в данной лингво-культурной общности являются релевантными для общения. Если какой-то концепт не назван (выражен лакуной), это свидетельствует не об его отсутствии в национальном сознании носителей языка, а о его коммуникативной нерелевантности.

Национальная система концептов - основа языкового образа мира - включает как имеющие номинативное выражение концепты, так и концепты, не выраженные средствами национального языка - внутриязыковые лексические лакуны.

Таким образом, с точки зрения выраженности/невыраженности концептов лексическими единицами выделяются два их типа: вербализованные и невербализованные. Среди концептов, не имеющих стандартного узуального языкового выражения, обнаруживаются два вида: 1) выявляемые в группах и классах слов (понятийные, категориальные и классификационные лакуны) и 2) не представленные в лексико-фразеологической системе языка вообще - внутриязыковые лексические лакуны, которые и являются предметом нашего исследования.

Мы предполагаем, что значимое отсутствие номинативных средств в национальной картине мира - лексическая лакунарность - представляет собой лингво-психологический феномен: в условиях одноязычной ситуации общения он как бы не замечается носителями языка, оставаясь за пределами “светлого поля” сознания. Область его “бытия” - потенциальная сфера языка, виртуальные единицы которой в случае коммуникативной релевантности неноминированного концепта актуализируются на уровне синтаксической объективации или окказиональной номинации, а также могут универбализоваться.

Исследование проблемы лакунарности в аспекте лингвистической системологии предполагает установление соотношения понятий *межъязыковая лакунарность, безэквивалентная лексика, национальная специфика семантики слова*; систематизацию типов лакун, оценку их по признаку большей/меньшей глубины, рассмотрение лакунарности в ракурсе моделей системы языка, анализ способов элиминирования лакун в условиях дву- и полиязычной ситуации, выявление зависимости феномена лакунарности от антиномий системы языка, экстралингвистических факторов, внутрисистемных преобразований, наличия/отсутствия концепта.

Анализ лакунарности как категории лексической системологии показывает неоднородность “пустых клеток” системы, наличие ирреальных (иллогизмы) и виртуальных (лакуны) единиц системы языка.

Лакуны - это виртуальные семантические единицы (существующие на границе есть/нет), кванты, сгустки смыслов (означаемые в ожидании своих означаемых), кристаллы информации, рассеянные в семантическом пространстве и, по мнению И.Пригожина, способные к самопорождению. Оформить, “упаковать” и закрепить смысловой сгусток можно либо словом или устойчивым словосочетанием (заполнение лакуны, ее исчезновение), либо расчлененным наименованием (компенсация и фиксация лакуны); последнее распадается сразу после акта коммуникации.

Основой кристаллизации смыслов является закон асимметричного дуализма языкового знака (С.Карцевский). С постоянным стремительным возрастанием экстралингвистического опыта человека растет число концептов, которых гораздо больше двусторонних знаков (слов). Следовательно, лакун - невербализованных квантов культурно-ментального пространства (А.Ченки) больше, чем универбов, они обеспечивают динамизм развития и функционирования лексической системы языка. Лакуны предопределяют открытость и динамизм лексики, “придают ей качества неограниченной системы” (Э.В.Кузнецова).

“Белые пятна” языковой семантики принципиально неоднородны и представлены ирреальными (иллогизмы) и виртуальными (лакуны) единицами. Пустоты-иллогизмы обусловлены абсолютным запретом семантики и коммуникативно не востребованы. Пустоты-лакуны - это скрытые “заместители, подстановки, некоторые потенции значений” (Д.С.Лихачев), не имеющие физического воплощения в виде лексем, но в случае коммуникативной релевантности концепта способные вербализовываться либо однословным, либо расчлененным наименованиями.

Действующая в языке тенденция не оставлять существующие возможности нереализованными (а это и есть лакуны) обуславливает постоянное появление неологизмов, определение статуса которых (конкретизация по параметрам “время” и “языковое пространство”) методом ретроспективного анализа позволяет визуально установить время, причины и

место появления лакун, а также выделить разновидности и способы их элиминирования.

Причины и сущность феномена лакунарности обусловлены и объяснимы антиномиями языковой системы (асимметрией языкового знака, узуса и возможностями языковой системы, кода и текста, говорящего и слушающего, двух функций языка - информационной и экспрессивной).

Автономные процессы внутрилексической системы языка, стимулируемые данными антиномиями и направленные на совершенствование системы обозначений, приняты нами как исходные моменты типологии лексических лакун.

Исследование лакунарности в любом языке ставит на повестку дня вопрос о разработке методов выявления и способов фиксации лакун. Методический аспект проблемы требует дальнейшей разработки. Необходимо разработать методику обнаружения лакун разных типов выявленных типов и систематизировать способы заполнения и компенсации лакун.

О.Л.Стурова, О.Ф.Красова

### **Права человека через диалог**

Право на свободу убеждений и на свободное их выражение – одно из фундаментальных прав человека. Реализовать и защитить это и другие свои права человек может, только овладев навыками монологического высказывания и умением вести диалог - ведь свободное и эффективное выражение наших взглядов возможно только в том случае, если они получают адекватное словесное оформление.

Основные цели деятельности воронежского Центра правового просвещения молодежи, который мы представляем - воспитание молодых людей в духе уважения гуманистических ценностей и фундаментальных прав человека, реализация права молодежи знать права человека и уметь их защищать.

Центр готовит с учащимся уроки по проблемам прав человека. По нашему мнению, урок в рамках курса "Права человека" должен представлять собой, прежде всего, диалог учителя и учеников. Их отношения должны быть отношениями свободных и равных собеседников, уважающих мнение друг друга. Таким образом, одной из важнейших задач курса является формирование у учащихся умения свободно и грамотно общаться на правовые темы, что предполагает воспитание у учащихся культуры демократического общения.

Подобная организация урока позволит ученикам приобрести опыт, который значительно упростит процесс их социализации, будет способствовать снижению социальной напряженности, мирному и демократическому преодолению конфликтных ситуаций в области



соблюдения прав человека.

В качестве учебных материалов на уроках нами используются преимущественно литературные произведения, затрагивающие тему прав человека, а также документы международного права. Важно при этом, чтобы любой используемый материал рассматривался только как еще одна точка зрения на проблему. В основе его обсуждения – выражение самостоятельного и искреннего мнения каждого ученика, причем мнения обязательно мотивированного, осмысленного. Обсуждение, дискуссия – это прекрасное средство проверить и развить полученные знания.

Право на слово – это и право на мысль. исключительно важно учить будущее поколение думать и говорить. Через слово мы помогаем молодым людям им обрести подлинную свободу – свободу говорить то, что думаешь.

Свобода – это право не лгать. Не бояться реализовать, отстаивать это важнейшее право свободной, демократической личности – этому тоже нужно учить. Преодолевать социальное давление и справляться с психологическими трудностями выступления перед аудиторией нужно учить в той же мере, как и вообще говорить, логически выстраивать собственные мысли.

## ***Возрастные и социальные особенности общения***

Н.А. Лемяскина

### **Коммуникативное поведение младшего школьника в общении со сверстниками**

Исследование коммуникативного поведения первоклассников показывает, что они чаще всего общаются со сверстниками (54% опрошенных), причем предпочитают общение не с одним из друзей, а с группой ребят (64%). У детей этого возраста существует потребность общаться с друзьями еще чаще - 40% хотели бы увеличить объем своего общения. Характеристика предпочтительных мест общения такова: 46% любят общаться с друзьями на улице, 24% - дома, 15% - у друга, 13% - в школе.

Материалы исследования показывают, что со сверстниками дети семилетнего возраста чаще всего говорят об играх и игрушках (58%): “у тебя новый конструктор”; о школе (44%): “а мы сегодня букву А учили”; о фильмах и мультфильмах (21%): “а я смотрел вчера боевик классный”, о

друзьях (10%): “мы играли в игру и Андрей придумал план”, о семейных событиях: “а я с мамой в зоопарке был”. Большинство очень любит любят рассказывать анекдоты (70%) , часто рассказывают их друзьям (это отмечает 57% детей) и чаще всего от сверстников их и слышат (43%).

Первоклассники (30%) утверждают, что замечают у одноклассников ошибки в речи; исправляют и ошибки собеседников 52% детей, говоря: “нужно говорить так...”; но довольно большое количество детей (21%) говорят, что “не обращают на ошибки внимания”. В общении со сверстниками младшие школьники используют вежливые слова: “спасибо” (20%), “привет” (36%), “пожалуйста”, “до свидания”, “пока” (9%), “до завтра”, хотя и не очень часто. Дети (30%) отождествляют вежливость с добрым отношением, т.е. считают, что если говорят “добрый”, “хорошая”, “красавица”, “милая”, “цыпленок”, “молодец”, “настоящий друг”, то это означает вежливость, это и есть вежливые слова.

Общаются друг с другом дети семи лет более раскованно и эмоционально, чем со взрослыми. Они (54%) говорят быстро, перебивая друг друга и не до конца выслушивая товарища. Первокласснику важнее высказаться самому. Результаты исследования показывают, что со сверстниками дети демонстрируют устойчивую тенденцию больше говорить (59%), чем слушать (35%).

Первокласснику, как показывает исследование, важно получить положительную оценку не только от взрослых, но и от сверстников. Он ждет и получает ее довольно часто. На вопрос: “Друзья часто хвалят?” дети (61%) ответили утвердительно. Младшие школьники хвалят друг друга: “за пятерки” (17%), “за помощь” (9%), “за гол”, “за то, что дружу”, “за победу”, “в игре “магазин” хорошо покупаю”, “потому что весело”. Когда хвалят, говорят: “молодец” (45%), “хорошо” (40%), “умница” (23%), “спасибо” (15%), “красивая” (7%), “умная”, “добрая”, “поздравляю”, “отлично”, “милая”, “пятерочник”, “какой умный” (4%), “замечательно”, “лучше тебя нет”, “ты настоящий друг”, “славная”.

Ссорятся со сверстниками младшие школьники (59%) часто: “из-за игрушки” (7%), “из-за кошки”, “не дают куклу” (4%), “не принимают в игру”, “не выслушивают меня”, “из-за двоек”, “обзывается”, “не играет”, “задает много вопросов”, “выбирает сам игру”. Когда ребенок обижен, он ведет себя так: “плачу” (38%), “даю сдачи” (15%), “обижаюсь” (10%), “злюсь” (5%), “горюю” (4%), “терплю”, “зову сестру”, “обзываюсь”, “краснею”, “иду домой”. Когда сверстников обижают, младшие школьники проявляют сочувствие, утешают: “не плачь” (12%), “что случилось?”, “что с тобой?”, “кто тебя обидел?”, “успокойся”, “ничего, до свадьбы заживет”, “я его смешу”, “скажу “уговорительные” слова”, “пожалую”. Несмотря на то, что дети часто ссорятся, они быстро забывают обиды и хотят помириться: “давай помиримся” (15%), “давай подружиться”, “извини, пожалуйста”, “зачем мы поссорились?”, “извини меня”, “прости”, “поиграем?”

Взрослые должны опираться на положительное в ребенке: его умение

сопереживать, прощать, и не только рассказывать о нормах и правилах поведения и общения, но и учить (в деятельности - игровой, учебной) адекватному коммуникативному поведению с окружающими.

Е.Б.Чернышова

### **Особенности этикетного общения шестилетних детей с различными категориями собеседников**

Наблюдения за общением шестилетних детей с такими категориями собеседников как мать, отец, бабушка, дедушка, знакомые и незнакомые взрослые, старшие и младшие братья и сестры показали, что дети активно используют в общении как вербальные, так и невербальные средства.

Вербальные средства включают в себя этикетные формулы, различные по структуре, а невербальные – такие действия как объятие, поцелуй, улыбка.

Количество используемых вербальных и невербальных средств, их разнообразие изменяется в зависимости от общения с той или иной категорией собеседника.

Рассматривая такую речевую ситуацию как приветствие, мы видим, что самое большое количество различных по структуре вербальных средств дети используют при общении с матерью и отцом. Но невербальные формы - поцелуи, объятия, улыбки чаще адресуются маме и бабушке.

Интересно заметить, что при приветствии невербальные формы практические не проявляются при общении детей с дедушкой, знакомыми и незнакомыми взрослыми, старшими и младшими братьями и сестрами.

Дети чаще всего используют короткие формулы приветствия: “Привет” – при общении с матерью, отцом, бабушкой, дедушкой, младшими и старшими братьями и сестрами и “Здравствуйте” – при общении со знакомыми и незнакомыми взрослыми.

Такая формула как “Доброе утро (день, вечер)” чаще адресуются более близким людям – маме, папе, бабушке и дедушке.

Вместо этикетных формул приветствия дети, в силу своей импульсивности, используют такие выражения: “Мама пришла!”, “Что купила?”.

Чаще всего шестилетние дети не приветствуют незнакомых взрослых.

Наблюдение за детьми в ситуации извинения показали, что они также пользуются вербальными и невербальными средствами. Более разнообразные по структуре этикетные формулы адресуются маме и бабушке (до 14 формул), а также папе и дедушке (до 10 формул). Самое маленькое количество этикетных формул (5) используется детьми при общении с младшими братьями и сестрами, но в данном случае наблюдается самое большое количество невербальных форм. Невербальные реакции отсутствуют в ситуации извинения перед знакомыми и незнакомыми

взрослыми.

Чаще всего шестилетками используются короткие формулы “Прости”, “Простите”, “Извини”, “Извините”.

Формула извинения, включающая в себя обещание “Я больше не буду” чаще звучит при общении с мамой, папой и бабушкой, но и незнакомым взрослым дети могут дать такое обещание, что несвойственно коммуникативному поведению взрослых.

Проявление благодарности также выражается в двух формах: вербальной и невербальной, но интересно то, что в данной ситуации довольно часто дети используют вербальные и невербальные средства одновременно. Например, благодаря маму, папу, бабушку, дедушку, дети целуют их и говорят “Спасибо”. Чаще всего используется этикетная формула “Спасибо”. При общении с матерью дети адресуют ей и оценочные высказывания: “Спасибо, ты у меня хорошая.”.

Рассматривая невербальные средства выражения благодарности, можно заметить, что объятия и поцелуи присутствуют при общении с матерью, отцом, бабушкой, дедушкой, знакомыми взрослыми, старшими братьями и сестрами и не используются при общении с незнакомыми взрослыми и младшими братьями и сестрами.

Шестилетние дети обычно не благодарят незнакомых взрослых и старших братьев и сестер.

Ю.М.Кухальская

### **Отражение типов детской психологии в общении персонажей книг о Винни-Пухе**

Среди различных средств изображения персонажа, таких как описание наружности, обстановки, жестов, поступков, переживаний, особое место принадлежит речевой характеристике действующих лиц. Прямая речь, по словам Л.Гинзбург, обладает возможностями непосредственного и как бы особенно достоверного свидетельства психологических состояний персонажа.

Использование прямой речи в детской литературе играет большую роль и имеет своё своеобразие. В своих книгах “Винни-Пух” (1926) и “Дом на Пуховой Опушке” (1928) А.А.Милн (1882-1956) изображает большое количество персонажей, в которых воплощаются различные типы детской психологии. Прежде всего, это сам Винни-Пух, особенность речи которого - способность думать в виде своеобразных умозаключений, в которых на первый взгляд, нет логики, но с точки зрения ребёнка они вполне логичны. Другая особенность его речи – это знаменитые песенки-ворчалки, отражающие своеобразие его внутреннего мира. Речевое поведение Пятачка формируется под действием других причин. Будучи “очень маленьким существом”, он постоянно боится попасть в ситуацию, в которой ему

пришлось бы “очень трудно”, поэтому большинство его поступков и высказываний продиктованы прежде всего жалостью к себе и стремлением вызвать её в других. Речь Иа-Иа - прямое отражение его меланхолического характера; его манера говорить, язвительные замечания напоминают капризного, вечно всем недовольного ребёнка. Совсем другой характер представляет собой Кролик. Это ребёнок, пытающийся подражать речи взрослых людей, следовать правилам речевого этикета. В результате его речь, да и некоторые действия, становятся своеобразной пародией на пресловутую английскую чопорность, поскольку он заимствует только шаблон речи взрослых - разговоры о здоровье, погоде и т. д. Именно такой шаблон берёт за образец своей речи Кролик.

Анализ речевого поведения героев в книгах Милна помогает выявить замысел автора. Персонажи представляют собой определённые детские характеры, каждый со своими особенностями. Милн стремился создать идеальный мир детства, где герои, внешне копирующие образ жизни взрослых и его каноны, на самом деле живут по своим, детским законам миропонимания. Законам, которые свойственны, прежде всего, мышлению ребёнка. Так как мышление отражается, в первую очередь, в поступках и речи героев, а книги о Винни-Пухе принадлежат детской литературе, то речевая характеристика героев, наряду с их поступками, оказывается важнее других способов создания образов. В связи с этим большое значение приобретает анализ диалогов и речи героев детской литературы.

Л.В.Татаринцева

### **Эмоциональное воздействие в процессе педагогического общения в начальной школе**

Начальная школа представляет собой особое звено в процессе педагогического общения. Это, прежде всего, связано с психологическими особенностями детей данного возраста. Как известно, педагогическое общение направлено на создание условий для оказания целенаправленного воздействия на личность и на управление социально-психологическими процессами коллектива.

Для учащихся младших классов (7-10 лет) более эффективно прямое речевое воздействие. Однако, такое воздействие не всегда оказывается корректным, и, в связи с этим, оно не должно быть постоянным и единственным. Выходом из данной ситуации может быть использование форм эмоционального воздействия.

Большое значение для организации учебно-воспитательного процесса в начальной школе, как показывает опыт, отводится психологическим механизмам воздействия, таким, например, как сопереживание, поощрение, юмор и другие. Благодаря им создается эмоциональный настрой, укрепляющий чувство общности и усиливающий психологическую

энергетику учителя и учеников.

Эмоциональное воздействие важно на всех этапах урока. Например, в начале занятия оно помогает подготовить детей к восприятию материала, организовать коммуникативную деятельность педагога, направленную на установление контактных отношений с учащимися и управление процессом общения внутри коллектива детей.

Далее в ходе работы над учебным материалом включение форм эмоционального воздействия помогает оживить восприятие учащихся и способствует лучшему усвоению материала. Смена видов деятельности на уроке часто требует применения новых форм воздействия, и эмоциональное воздействие способствует снятию усталости, повышению концентрации внимания и т.д.

В заключительной части урока эмоциональные средства воздействия помогают снять напряженность, свойственную детям младшего школьного возраста при анализе и оценке работы учеников.

Таким образом, эмоциональное воздействие стимулирует возникновение у учащихся эмоциональных переживаний, выражающих отношение ученика к учебной деятельности и окружающей его действительности.

А.И. Шмойлов

### **Коммуникативность в художественном восприятии народного искусства младшими школьниками**

Художественное восприятие относится к числу недостаточно разработанных в педагогике проблем. Предлагаемый нами подход основан на специфике народного декоративного искусства и возрастных особенностях учащихся.

Для успешного развития художественного восприятия необходимо расширение знаний учащихся об искусстве, развитие их эмоциональной отзывчивости и способности выразить свое отношение к произведению. Последнее предполагает наличие навыков речевого общения по поводу искусства.

Опыт показывает, что в речевом общении с младшими школьниками обычно используется метод словесного описания произведений, заимствованный из уроков развития речи. Этот метод неприемлем для занятий искусством. При его использовании происходит лишь описание и перечисление отдельных сторон произведения и не развивается способность к обобщению, лежащему в основе художественного образа.

Внутренне младшие школьники подготовлены к обобщенному восприятию произведений. Но особенности их мышления таковы, что ребятам нужны средства, помогающие вывести их переживания на уровень “актуального” сознания. Эти средства являются способами активизации художественного восприятия и должны развивать у детей способность к

размышлению, анализу, сравнениям, выработке активного отношения к эстетическим качествам произведений в процессе общения с другими людьми.

Из сказанного следует, что в начальной школе необходима особая методика знакомства с народным декоративным искусством, направленная на развитие способов речевого выражения детьми своих мыслей и переживаний. Суть этой методики следующая.

1. Учитель должен развивать у детей умение рассказывать о произведениях искусства, эмоционально откликаясь на разные выразительные средства.

2. Следует развивать навыки общения и способность мыслить в области искусства. Важно, чтобы разговор об искусстве был результатом организованного процесса, который должен строиться на основе возрастных особенностей восприятия детей и специфике искусства.

3. Необходимо учить детей использовать собственный опыт, наблюдение действительности при восприятии и рассказе о произведении искусства.

4. В начальной школе дети учатся анализировать произведения народного декоративного искусства на основе сопоставления их образов с аналогичными образами поэзии, музыки, изобразительного искусства. Младшие школьники учатся чувствовать общие связи образов произведений разных искусств.

5. Важно учить детей “графической речи”, т.е. умению рассказывать и передавать собственное впечатление о произведении при помощи изображения. Этот метод имеет непосредственное отношение к развитию образного мышления, зрительно-образной памяти, подвижности реакции восприятия. Рассказ с помощью изображения дает часто более интересные результаты, чем только словесный отчет о произведении.

Таким образом, одним из способов развития художественного восприятия младшими школьниками произведений народного декоративного искусства является направленное развитие коммуникативных навыков детей в сфере названного искусства.

О.В.Высочина

### **Возрастные особенности восприятия иноязычных слов носителями русского языка**

Нашей задачей являлось экспериментальное выявление возрастных особенностей понимания и интерпретации значений иноязычных слов в русском языке. Для проведения эксперимента было отобрано 20 слов иноязычного происхождения. Все исследуемые слова часто употребляются в современных СМИ.

Всего в эксперименте приняло участие 100 информантов, которые

были разделены на 3 возрастные группы: молодежь (от 17 до 25 лет), представители среднего возраста (от 25 до 45) и старшее поколение (от 45 до 80 лет). Результаты эксперимента таковы.

Выявились слова, которые неизвестны большинству опрошенных, независимо от возраста: спич (не знают 65 % опрошенных), секвестр (83 %), дефолт (81 %). Известны всем информантам (100 %) два слова из предъявленного списка: спонсор и экспорт.

Самый высокий уровень знаний иностранных слов показали представители среднего возраста. Им известно 85 % всех предложенных слов. На втором месте старшее поколение. Ему известно 70 % слов. Молодежь знает лишь 55 % предъявленных слов.

Выделились слова, значение которых известны лишь людям среднего возраста: транш и хоспис (65 %). Слова, значения которых известны старшему и среднему поколению, но вызывают затруднение у молодых: спикер, олигарх, фракция, продюсер.

Эксперимент выявил наличие слова, значение которого неизвестно только старшему поколению. Из его представителей 58 % не знают, что такое “хит”.

Возраст влияет не только на знание значения слова, но и на его интерпретацию. Показательными стали слова “рокер” и “секс”.

Слово “рокер” представители старшего и среднего возраста интерпретировали либо только на уровне его архисемы: “представитель молодежного течения”, либо, основываясь на ложной этимологии, считали, что это “человек, который увлекается рок-музыкой”. Молодежь же не только выделяет главную дифференциальную сему слова: “тот, кто ездит на мотоцикле”, но и добавляет различные факультативные семы, например, “носит кожаную куртку”, “с бородой” и т.п.

Слово “секс” молодежь интерпретирует как “половые или интимные отношения” (так ответило более 50 % опрошенных). Представители среднего возраста дают разнообразные определения, но доминирующая сема такая: “способ получения удовольствия”. Что же касается старшего поколения, то 50 % опрошенных к общему определению типа “половая связь” по-прежнему настойчиво добавляют семы “нечистота”, “отсутствие любви” и т.п.

Е.И.Гришук

### **Понимание культурологической лексики старшеклассниками**

На уроках “Культуры общения” предполагается частое употребление ряда абстрактных понятий, которые можно объединить в культурологический блок. Многие из них вводятся в лексикон подростка впервые, некоторые так и не становятся словами, популярными в ученической среде (такт, молва, невежество, человечность, угнетение и др.)



Особое внимание следует уделить словам, часто и охотно используемым подростками. Учитель должен достаточно точно знать, насколько адекватно представляют себе значения этих слов дети. С этой целью был проведен эксперимент. Ученикам 8-х классов (102 человека) был предложен список из 39 слов: авторитет, анархия, благодарность, болтовня, взаимопонимание, грубость, добро, долг, достоинство, жалость, зависть, коллектив, культура, любовь, молва, насилие, невежество, нежность, неловкость, ненависть, несправедливость, несчастье, обида, общение, ответственность, популярность, порабощение, равенство, ревность, репутация, симпатия, сочувствие, такт, традиция, уважение, угнетение, удовольствие, хамство, человечность.

Анкетированные должны были выписать из этого списка слова, часто употребляемые ими в общении друг с другом, и дать толкование этим словам.

Почти все слова из списка оказались хотя бы в одном из списков часто используемых, за исключением слова *угнетение*, которое не упомянул ни один из опрошенных восьмиклассников. Одни слова используют в общении друг с другом 70-80% опрошенных, другие - 2-4%.

Можно выделить самые частотные слова, употребляемые в речи и девочек, и мальчиков: *любовь, уважение, общение, долг, добро, благодарность, обида*.

Интересно, что слова эти выстроились в разном порядке в зависимости от пола анкетированных. У девочек: *любовь* (73,6%), *уважение* (71,7%), *общение* (69,8%), *добро* (68%), *благодарность* (66%), *обида* (64,2%), *удовольствие* (56,6%). У мальчиков: *удовольствие* (67,3%), *добро* (53,1%), *благодарность* (51%), *любовь* (51%), *уважение* (43,3%), *общение* (42,9%), *обида* (42,9%).

В десятку самых частотных употреблений у девочек в отличие от мальчиков вошли слова *симпатия* (54,7%), *ответственность*, *несправедливость* (49,1%). У мальчиков в отличие от девочек - *долг* (65,3%), *авторитет* (44,9%), *болтовня* (42,9%).

Особый интерес в проводимом эксперименте представляли толкования учащимися слов, часто употребляемыми в общении подростков друг с другом. Можно отметить, во-первых, что слова, имеющие несколько значений, определяются учениками только в каком-то одном из них (*добро, долг*); во-вторых, опрошиваемые, зная, что существуют и другие значения слова, указывают только те из них, которые используют в своей среде. Эти толкования не имеют ничего общего со словарными дефинициями этих понятий (*достоинство, авторитет*).

Р.В.Серебрякова

**Восприятие комплиментов мужчинами и женщинами**

Было проведено экспериментальное исследование восприятия комплиментов мужчинами и женщинами.

На вопрос “Какой комплимент из предлагаемого вам списка вы сочли бы наиболее приятным для себя?” испытуемые ответили следующим образом:

Комплимент	Мужчины	Женщины
“Ты сегодня отлично выглядишь!”	89%	94%
“А ты несколько не изменился (-лась)!”	89%	36%
“Как приятно с вами разговаривать!”	73%	67%
“Ты такой (-ая) красивый (-ая)!”	40%	64%
“У тебя очень красивые глаза/волосы!”	58%	76%
“Как хорошо ты вышел (-ла) на этой фотографии!”	51%	51%
“У тебя такая красивая мама!”	60%	61%
“Какой вы умный человек! ”	38%	59%
“У вас прелестный дом!”	40%	23%
Как хорошо ты тогда танцевал(-а)!”	24%	42%
Какое у тебя красивое имя!	51%	31%
“Ты себе цены не знаешь!”	44%	50%

Результаты сопоставления показывают, что можно выделить мужские комплименты (приятные мужчинам, эффективные в общении с мужчинами) и женские комплименты (эффективные в общении с женщинами).

Чисто мужским можно считать комплимент А ты несколько не изменился!

Преимущественно мужскими являются комплименты: Какое у тебя красивое имя! У вас прелестный дом! Как приятно с вами разговаривать!

Преимущественно женские комплименты: Как хорошо ты тогда танцевала! Какой ты умный человек! У тебя очень красивые глаза/волосы! Ты такая красивая!

Н.В.Багрянская

## Тематика речевого общения военнослужащих

При исследовании особенностей общения военнослужащих, целью которого является разработка оптимальных методов обучения военных эффективному общению в профессиональной и непрофессиональной сферах, было установлено как наличие тем, на которые любят говорить военные, так и тем, которых военные стараются избегать в общении.

Было проведено анкетирование, в процессе которого респондентам-военнослужащим был предложен перечень тем (51 тема) и необходимо было отметить частоту ее обсуждения в их среде: а) часто б) иногда в) редко г) никогда. На первые места по частоте обсуждения во всех возрастных группах выходят темы, связанные с повседневной военной службой и бытом военнослужащих. Возрастные особенности общения нашли свое отражение в выделении курсантами таким тем, как “спорт”, “учеба”, “мотоцикл/автомобиль” среди часто обсуждаемых и в почти полном игнорировании ими тем “проблемы с родителями/детьми” и “здоровье/болезни”. Более того, курсанты 1 курса (17-18 лет) меньше общаются на такие темы, как “контрактная военная служба”, “семья и семейные отношения” в отличие от старшекурсников (21-22 года), которые выделяют среди нелюбимых такие темы: “дисциплинарные взыскания”, “повышение по службе”, “ностальгия по дому”.

Из особенностей тематики речевого общения военнослужащих можно указать на определенную аполитичность респондентов (лишь иногда/редко обсуждаются темы : “внутренняя политика России”, “международная политика”, “политические/общественные деятели России”), сравнительно невысокую актуальность тем, связанных с реформой армии (эти темы *часто* затрагивают от 8% до 45% респондентов), пониженную остроту тематики конфликтов в военных вузах (примерно 1/5 опрошенных никогда не касаются в своем общении тем: “производственные конфликты”, “национальные проблемы”, “проблемы воинской дисциплины”), достаточно высокий интерес к просмотру телевизионных программ, чтению газет и журналов, обсуждению прочитанных книг (около 67% говорят об этом часто/иногда).

О.М.Дедова

### Речевое воздействие в коммуникативной ситуации “врач-больной”

В ситуации общения “врач-больной” затрагиваются три известные сферы воздействия: интеллектуальная, эмоциональная и поведенческая. Однако, в зависимости от конкретных условий и личностных ориентировок, врач может сконцентрировать коммуникативные усилия на одной из них.

Интересно, что на первом месте по частоте стоит акцентуация эмоционально-волевой сферы (“Мы можем вместе бороться с этой болезнью”, “Вы сильный и терпеливый, все будет хорошо”, “У вас должно получиться, и все пройдет”, “Не стоит волноваться, все будет лучше, чем вы думаете”, “У кошки боли, у собаки боли, а у Лены заживи” и т.д.).

На втором месте идет словесное моделирование поведенческих реакций (“Пройдите обследование”, “Вам нужно соблюдать диету”, “Больше внимания себе”). Интересно, что по поводу жалобы на постоянное состояние тревожности один авторитетный врач посоветовал: “Попробуйте отключить сознание”.

Интеллектуальная сфера может быть задействована врачом лишь в общении с пациентом-коллегой, с родственниками больного при разъяснении причин, процесса заболевания и особенностей ухода и лишь в некоторых случаях - при настоятельных просьбах самого пациента.

Наиболее эффективным способом речевого воздействия на больного является внушение словом. При этом, делая ставку на престиж личности врача, необходимо учитывать степень воздействия на эмоционально-волевою поведенческую сферы пациента авторитета предыдущего коллеги. Неуместными бывают открытая критика или категоричное отрицание прежних методов лечения.

Как показывают результаты опросов, в экстренных ситуациях наиболее результативен такой способ внушения, как эмоциональное давление на самого больного либо на его родственников (“Вы губите своего ребенка”, “Не хочешь не лечись, но...”, “Каждая сигарета сокращает его жизнь”, “Вы держитесь молодцом, потерпите еще”, “если вы будете нарушать режим, то..” и др.).

Врач должен уметь использовать в клинической практике и такой способ внушения, как установление соответствия между мнениями говорящего врача и тем, что ожидает от него слушатель (пациент). Больной ожидает от врача, в первую очередь, слов понимания, сочувствия, сострадания. Получив их, он часто не сознавая этого, надеется на речевое подтверждение своей невиновности в том, что с ним произошло. Нельзя говорить пациенту: “Вы ели слишком много сладкого, жирного, поэтому...” Уместнее применить ссылку на экологические трудности, занятость, условия труда и т.д., а затем, в качестве твердой рекомендации, указать на то, какие изменения нужно произвести в своем образе жизни. Очень болезненно относятся пациенты и к открытой критике врачом их методов самолечения, предпочитая скрывать эти факты, что затрудняет и диагностику, и лечение. Цель врача - не отпугнуть больного резкой критикой, а в общем признать его предыдущее поведение приемлемым, но твердо потребовать изменения поведения, режима, диеты и т.д. в соответствии с назначенным методом лечения (“Давайте подумаем вместе: вы делали прогревание дома, пили травяные отвары, но этого оказалось недостаточно. Болезнь продолжала развиваться. Прогреться дома больше не будем, чтобы не разносить

инфекцию, и к травмам добавим инъекции антибиотиков, физиотерапию и т.д.”). Врач должен учитывать, что больные, особенно старики и женщины, часто подражают поведению окружающих, оттягивая момент посещения лечебного заведения. Традиционные речевые конструкции указывают на то, что ориентация идет на чужое мнение (“Это многим помогало ...”, “Это всегда помогало моей бабушке ...”, “У соседки болело точно так же, она пила это..”, “По телевизору говорили, что это помогает как раз от ...” и т.д.).

В исключительных случаях, особенно в ситуации “Скорой помощи”, применяется и принуждение. Здесь уместны и резкие речевые формы (“Не будешь лежать спокойно, я не смогу поставить капельницу и опять будет кровотечение”) и использование сильной коммуникативной позиции (“нависание” над лежащим строптивым пациентом, привлечение 2-3 врачей), воздействие коллектива (соседей по палате) и т.д.

Сложность работы врача в плане речевого воздействия на пациента состоит в том, что врач должен применять все правила, приемы и методы речевого воздействия, риторические приемы без предварительной подготовки, общаясь с пациентом один на один.

Н.А.Корвякова, О.К.Попова

### **Модель семейного общения в малочисленных школах и специальных школах-интернатах**

Большая семья - идеальная и естественная среда воспитания ребенка, где он ежедневно общается с людьми разных возрастов, характеров, жизненного опыта.

Модель семейного воспитания и общения неприменима в обычной школе, где дети отобраны в классы по возрасту, но может быть успешно использована в малочисленных школах и специальных школах-интернатах. В этих образовательных учреждениях, как правило, наполняемость классов невелика, нет параллелей. Отсюда возникает ряд коммуникативных особенностей:

- низка вариативность суждений учащихся, т.к. сужен круг общения;
- чаще возникают тупиковые ситуации;
- каждый ученик несет на себе больше эмоциональной нагрузки, чем в обычной школе;
- затруднено общение мальчиков и девочек в связи с тем, что у ребят мнение о всех девочках (а у девочек - о мальчиках) складывается на основе впечатлений от учениц (или учеников) своего класса (а их 2-5).

Все это требует от учителя и воспитателя особого подхода к учащимся и к организации их общения. В малочисленных школах учителя, как правило, хорошо знают проблемы каждого ребенка и его семьи. Опираясь на это знание и модель семейного воспитания, можно расширять круг

разновозрастного общения учащихся. Например, хорошо зарекомендовало себя создание педотрядов, организованных по принципу: старшеклассник-наставник, малыш-подопечный. Этой же цели может служить посещение всем классом урока в другой школе, проведение совместных уроков разных классов по одному предмету или интегрированных уроков по разным предметам.

Модель семейного общения имеет хорошие перспективы для использования и развития в условиях малочисленных школ и специальных школ-интернатов.

Н. Е. Ясинский

### **Образ учителя в восприятии родителей и учеников**

Каков образ учителя в современном мире? Именно этому вопросу и посвящена проведенная нами работа. Мы провели опрос учащихся 6-11 классов, с одной стороны, и их родителей и медицинских работников областного военкомата города Липецка, с другой стороны ( по сто человек из каждой возрастной группы ). Было задано три вопроса. Первый - “назовите основные качества, которыми, на ваш взгляд, должен обладать современный учитель”. Качества подразделялись на моральные, личностные, коммуникативные и деловые.

Первый вопрос показал, что из моральных качеств для родителей важнее честность- 66% и справедливость- 63%, для учеников- доброта- 72% и справедливость- 63%, менее важны для обеих возрастных групп строгость, порядочность, понимание и другие.

Из личностных качеств для родителей важнее любовь к детям- 76%, интеллигентность- 65%, для учеников - любовь к детям- 61%, доброжелательность- 56%, а за ними идут мягкость, искренность и другие.

Из коммуникативных качеств для родителей наиболее важны умение выслушать- 62%, воспитанность- 57%, для учеников - умение выслушать- 62%, культура - 58%, далее - общительность, умение поддержать разговор и другие

Из деловых качеств для всех важен профессионализм- 100%.

Второй вопрос- “был ли в вашей жизни учитель, обладающий требуемыми качествами”. 71% родителей ответили “да”, 29%- “нет”, 97% учеников сказали “да”, 3%- “нет”.

Третий вопрос - “назовите основные положительные и отрицательные качества, присущие, по вашему мнению, типичному реальному современному учителю”.

Из положительных качеств родители назвали строгость - 19%, профессионализм и любовь к детям- по 17%, также честность, порядочность и другие, из отрицательных - грубость- 11%, корысть- 10%, дилетантизм, несправедливость и другие, а 29% не смогли ответить вообще. Ученики же

из положительных отметили доброту- 51%, справедливость- 32%, а также честность, профессионализм и другие, из отрицательных - непонимание- 23%, несправедливость - 14%, злость, корысть; 6% не ответили на вопрос.

Анкетирование показало, что и в наше тяжелое время идеал учителя в обществе не потерян.

И.Ф.Водяникова

### **Проблемы агрессивного общения в спорте**

Агрессивность – это преднамеренное поведение, причиняющее вред другому человеку. Это может быть как физическое нападение одного человека на другого, так и вербальная агрессия (оскорбление, унижение). А в спорте еще и невербальная агрессия - специальные агрессивные движения, оказывающие подавляющее и угнетающее воздействие на противника.

Сегодня в спорте агрессивному поведению специально обучают, поскольку считается, что агрессивное общение способствует успешному выступлению спортсмена. Если агрессивность спортсмена проявляется без нарушения правил, то это считается его положительным качеством .

Исследователями подчеркивается, что у спортсмена высокого класса агрессивность почти всегда находится под контролем и может поддаваться коррекции. Американские психологи в агрессивном поведении спортсмена видят серьезную социальную проблему, поскольку у спортсменов формируется жесткий стереотип агрессивного поведения и подобное поведение начинает переноситься с ситуаций тренировочных, соревновательных в социальную жизнь, а затем начинает проявляться и в ситуациях достаточно безобидных, в повседневной жизни. Оказывается, что контроль за агрессивностью не столь надежен, поскольку тренер обучает агрессивному поведению, но не контролю над ним.

Агрессивное общение характерно для спортсменов с завышенной самооценкой, а направлена агрессивность бывает, помимо соперника, на спортсменов с выраженной тревожностью в межличностном общении - агрессивный спортсмен уверенно выбирает безмолвную жертву. У спортсменов с высокой тревожностью, как результат общения с агрессивными спортсменами, возникают еще большие затруднения в межличностном общении, избегание контактов там, где они необходимы. Случаются и серьезные психические травмы, затрудняющие дальнейшую спортивную карьеру.

В связи с этим в практике тренерской работы должны присутствовать жесткие требования к моральной ответственности тренера за оказание помощи в социальной адаптации спортсменов и по окончании спортивной карьеры. Подобная перестройка для спортсмена сложна и может требовать профессиональной помощи со стороны психологов или психиатров.

# ***Национальные особенности общения***

А.Б. Ботникова

## **Общение по-английски**

Вопрос о национальной ментальности все чаще становится предметом научных дискуссий. Бытующие клише, представляющие ту или иную нацию, лишь частично отражают особенности национального характера и национальной культуры. Общение людей в Англии, особенности их поведения в общественных местах, негласные запреты рассматриваются, в частности, в исследовании профессора Свободного университета в Берлине Ханса Дитера Гельферта “Типично английское”. (Gelfert H.D. *Tipisch englisch. Wie die Briten Werden, was sie sind.*-Munchen, 1998. – 176 S.).

Культура общения у англичан, по мысли автора, сродни ритуалу. Представляясь другому лицу, англичанин обязательно должен произнести: *How do you do?* Рекомендуется говорить негромко, воздерживаться от жестикуляции и слишком длинных речей. Даже интонация английской фразы исполнена значения: если в конце ее говорящий понижает голос, это означает желание окончить разговор, в случае повышения голоса разговор можно продолжить. Все парламентские заседания церемонны и ритуализованы. Даже открытие паба совершается по определенному ритуалу.

Отличительной чертой англичан является вежливость, почтительное отношение к сфере частной жизни. Англичане охотно говорят о погоде и спорте, поскольку эти области далеки от частных проблем и изначально бесконфликтны, что демонстрирует и присущую нации склонность к компромиссам.

Англичанам свойственно рационалистическое отношение к жизни. Даже известную любовь к спорту автор объясняет стремлением к преодолению кровавых рыцарских поединков. Англичанин внутренне дисциплинирован, внешне всегда спокоен, полон доброжелательности и доверия к людям. Автор объясняет эти качества рано сформировавшимся уважением к свободе индивидуума. У англичан особое отношение к работе, она не принадлежит к числу их “жизненных потребностей”, является лишь “профессией”, поэтому они так любят “чайные паузы”, свидетельствующие о свободном отношении к труду.

Уважение к свободе рождает индивидуализм, который часто выражается в эксцентрическом поведении. Индивидуализмом объясняется и стремление англичан к обособленному житью, и слабая социальная политика, и отсутствие выборов по партийным спискам, и даже “иммунитет” ко всякому тоталитаризму.

Все названные свойства получают в книге развернутое и интересное историческое истолкование.

О.В.Наролина



## Коммуникативное поведение французов в общественном транспорте

Наблюдения, сделанные нами в провинции Бретань, показывают, что услугами общественного транспорта в этой провинции Франции пользуются преимущественно пожилые люди и молодежь (студенты, учащиеся). Остальное население провинции предпочитает личный транспорт.

Общий культурный уровень населения, пользующегося общественным транспортом, должен быть признан низким. На велюровые сиденья в автобусе могут положить ноги в грязных ботинках. Не принято уступать места пожилым людям и пассажирам с маленькими детьми. Правда, такие люди могут попросить уступить им место - в таком случае им уступают, но просят об этом крайне редко, предпочитая ждать, пока место освободится.

Вошедшие пассажиры могут остановиться прямо у двери, создавая этим препятствие для других входящих, но им не принято говорить "Пройдите, пожалуйста, дальше", как в России - входящие предпочитают протискиваться стороной со словами Pardon. То же самое можно сказать и о личных вещах пассажиров - они могут быть оставлены в любом месте автобуса, и их принято обходить со словами Pardon.

В общественном транспорте вообще не делаются какие-либо замечания в адрес других пассажиров, не предполагается никаких замечаний ни в чей адрес.

Не принято ни о чем просить других пассажиров. Не принято просить кого-либо закомпостировать билет - каждый пассажир делает это самостоятельно, независимо от того, сколько людей находится в автобусе и сколько усилий надо потратить, чтобы самому протолкнуться к компостеру.

Никогда не спрашивают "Вы выходите?" - выходящий молча пробирается к выходу, извиняясь перед теми, кого он обходит.

Если автобус переполнен, никто не просит уже вошедших "Пройдите, пожалуйста, в середину", как в русской коммуникативной традиции, так как французы избегают стоять слишком близко друг к другу, стараясь сохранить дистанцию, чтобы не прикасаться друг к другу.

Контролеры обычно проверяют билеты вдвоем, и делается это очень корректно. Обращение к каждому пассажиру начинается словами: "Здравствуйте! Ваш билет, пожалуйста!" С контролерами не спорят, это бесполезно, и если билета нет, то сразу платят штраф. Водители никогда не проверяют билеты, но продают их на остановках.

Молодые люди в автобусах могут вести себя очень шумно, пожилые ведут себя сдержанно.

Французы редко предлагают незнакомым свои услуги (помочь открыть дверь, помочь войти женщине с ребенком и т.д.), но и сами обычно не рассчитывают на чью-то помощь.

## **Коммуникативное поведение американцев в общении с противоположным полом**

На коммуникативное поведение современных американских мужчин и женщин накладывает заметный отпечаток общественная ситуация в США.

В 60–е годы нашего столетия в США произошла своеобразная социальная революция, именуемая Женское Освободительное Движение (Women's Liberation Movement). Одной из целей этого движения было обеспечение женщинам равных с мужчинами прав на получение образования и продвижение по службе. Благодаря этому движению американки коренным образом изменили свое положение в обществе и даже стали “более равны” в своих правах, чем мужчины.

Современная американка хочет, чтобы как и мужчине, брак не мешал ей проявлять себя как личность. Большинство американок, даже имеющих детей, работают вне дома. В результате, представление о том, что работа по дому, приготовление еды и уход за детьми – это чисто женская работа, с современной Америке рассматривается как устаревшее.

В современной американской семье жена и муж делят как финансовые, так и домашние обязанности. Во многих семьях работающая жена выполняет большую долю домашних дел, но муж обычно помогает ей больше, чем в тех семьях, где жена не работает. Как правило, такое положение вещей вполне устраивает и мужа и жену, т.к. оно обеспечивает более высокий уровень жизни семьи и более разнообразную жизнь обоих супругов. Сегодня в Америке среднегодовой доход в семьях с двумя работающими родителями составляет \$ 40.000.

Образованная американская жена получает удовольствие от пребывания в рабочем мире. Ее муж открывает для себя, что забота о детях и приготовление еды может доставлять радость и сближать его с семьей.

Современная американская семья также характеризуется отношениями равенства и равноправия в принятии решений. Большинство американских женщин не потерпят сегодня мужа, считающего себя хозяином.

Американская девочка получает воспитание, образование и свободу наравне с мальчиком. После окончания школы она может получить работу и быть самостоятельной. У нее нет необходимости выходить замуж из финансовых соображений. Она самостоятельная личность и не примет подчиненной роли в браке. Она хочет, чтобы у нее был муж, которого она может уважать, но она не хочет, чтобы он командовал ею. Ей хочется демократического супружества, в котором у нее есть право голоса при принятии решений.

При этом в США высокий процент разводов - разводится каждая четвертая американская семья. Однако этот факт не означает, что американцы относятся к браку несерьезно - как раз наоборот. Американцы ожидают от брака очень много, они ищут физической, эмоциональной и

интеллектуальной совместимости. Именно потому, что они так много ждут от брака, у них так много разводов. Они считают, что лучше не состоять в браке вообще, чем жить в условиях несовместимости. С типичным американским оптимизмом они разводятся в надежде, что следующий брак будет более счастливым. Около 80% разведенных снова вступают в брак. И это стало в Америке настолько распространенным, что в одной американской шутке говорится: жена звонит своему первому мужу и говорит: “Джон, приходи скорее. Помоги мне. Твои дети и мои дети бьют наших детей.”

Изменившееся положение американской женщины внесло неразбериху в общение между мужчинами и женщинами. Раньше, когда мужчины рассматривались как “сильный пол”, этикет требовал от них покровительственного отношения к женщинам как к так называемому “слабому” полу. Это значило, что следует помогать даме надевать/снимать пальто, зажечь сигарету, надо открывать перед ней дверь, пропускать женщину вперед и т. д.

Сегодня американки, которые живут на семь лет дольше мужчин, не считают себя слабым полом, и, в общем, не чувствуют необходимости в мужской опеке. Их самостоятельность привела к тому, что американские мужчины задают себе вопрос: “Надо ли придерживаться традиционного этикета в отношениях с женщинами или, может, это обидит независимую, уверенную в себе американку?”

Большинство мужчин придерживаются традиционных норм этикета, но как мужчины, так и женщины, в последнее время относятся к этому все менее формально. Если мужчина не поможет своей спутнице в ресторане сесть за стол и выйти из-за стола, никто не посчитает, что он не вежлив.

Традиционно, когда мужчина приглашает женщину на свидание, он заходит за ней домой, оплачивает все расходы за вечер и провожает её домой в конце вечера. До Женского Освободительного Движения предполагалось, что женщина должна сидеть дома у телефона, ждать и надеяться, что мужчина её мечты позвонит ей. Сегодня свободная и равноправная американка может взять инициативу в свои руки и пригласить понравившегося ей мужчину на вечеринку, в театр, на ужин домой или в ресторан. Если приглашает женщина, то она оплачивает, по крайней мере, часть расходов за вечер. Часто мужчины и женщины, состоящие в дружеских, а не романтических отношениях, приглашают друг друга на условиях Dutch treat, что означает, что каждый платит за себя.

Сегодня у многих мужчин, работающих в США, начальником является женщина. Мужчинам, приехавшим из стран, в которых считается, что единственное место женщины - дом, бывает трудно выполнять приказы, отданные начальником - женщиной. Но в США 44% рабочей силы - женщины, многие из них - судьи, врачи, президенты компаний, предприниматели. В сегодняшней Америке относиться к женщине как к более низшему существу только потому, что она женщина, не только

оскорбительно и не современно, но и не безопасно. Сейчас есть ряд законов, которые защищают женщин от дискриминации, от сексуальных домогательств (*sexual harassment*). Женщина может подать иск в суд о том, например, что мужчине было отдано предпочтение при предоставлении какой-либо должности, хотя у них были равные квалификации. Или подать в суд на начальника (включая президента) за сексуальные домогательства.

Как отмечали побывавшие в Америке наши студенты и аспиранты (мужчины), заговаривать или пытаться помочь незнакомой женщине надо с осторожностью, т.к. если она усмотрит в этом попытку приставания, мужчину могут привлечь к ответственности. Правда, ни один из опрошенных мною не отметил, что лично у него был такой эпизод в Америке. Им говорили, что такое может иметь место, особенно в отдельных штатах (например, Висконсин). Пытаясь ухаживать за незнакомой женщиной в Америке, мужчина должен убедиться, что он ей “не неприятен” (как выразился один из опрошенных мною студентов). Если же женщина держится холодно - официально, лучше эти попытки ухаживания прекратить, т.к. у женщин есть в таких случаях право пожаловаться в полицию и “яркие феминистки” этим правом пользуются. Проявлять в этих случаях настойчивость, как бывает в России, не рекомендуется. Если женщина говорит “нет”, мужчина не должен воспринимать это как кокетство. То есть, можно сказать, что в общении между мужчинами и женщинами (как вообще при общении в Америке) характерны более прямые взаимоотношения, чем у нас.

Считается даже более предпочтительным, если женщина сама проявит инициативу при знакомстве. Знакомства могут происходить на вечеринке, в баре, ресторане. В студенческой среде распространено знакомство по типу *hook-up*, когда девушка приводит с собой на свидание свою подругу, а ее парень приводит своего друга и они их знакомят.

Если женщина сидит одна в баре или ресторане, это не расценивается у них, как в России, как повод для навязывания ей знакомства.

Рукопожатиями раньше обменивались только мужчины. Сегодня женщина также может подать руку мужчине при знакомстве. Кто первым подает руку (мужчина или женщина), у американцев не акцентируется, т.е. это не рассматривается как привилегия в общении.

Отвечая на вопросы об ограничениях на тематику общения между мужчинами и женщинами, опрошенные мною как (американцы, так и русские) заявили, что эти ограничения зависят не от пола общающихся, а от степени знакомства, уровня образования и культуры. Большинство взрослых американцев не любят обсуждать свой возраст, вес и доходы. Не принято рассказывать обидные анекдоты на национальную тематику. Такие анекдоты существуют, но они все старые, 2-3 поколения иммигрантов уже не стараются выдавать себя за “коренных” американцев, сейчас модно подчеркивать свои корни.

Особой дистанции при общении мужчин и женщин не существует,

дистанция зависят от степени знакомства.

Предлагать незнакомой женщине помощь на улице, уступать ей место в транспорте не принято, но пожилой женщине или женщине - инвалиду могут и уступить и помочь, хотя американки этого не ждут, в отличие от русских женщин.

Пропускать женщин вперед по этикету положено, но на практике это не делается, по крайней мере, это наблюдается гораздо реже, чем в России. Хорошо воспитанные мужчины помогают надеть/снять женщине верхнюю одежду.

Американцы обычно не предлагают знакомой женщине руку при ходьбе. Прогуливаться под руку, как у нас, у них не принято. Влюбленные (молодежь) обычно держатся за руки.

Не ожидается, что мужчина должен ухаживать за женщиной за столом. Четких правил, кто за кем ухаживает, наливает вино и т.д. американцы не придерживаются, каждый предоставлен сам себе. Если же это интимный ужин, то ухаживает и развлекает тот, кто пригласил. Выбирает блюдо в ресторане, как правило, каждый себе, головные уборы могут не снимать как женщины так и мужчины. В школе, в классах все в головных уборах, бейсболках.

На танец может пригласить и мужчина и женщина. Женщина может отвергнуть приглашение, если она по какой-либо причине не хочет танцевать.

Женщина может пригласить провожатого зайти к ней домой, часто в целях безопасности, чтобы он удостоверился, что там все в порядке, и он при этом не должен воспринимать это приглашение как намек на возможность перехода к более близким отношениям, как в России.

Инициатива в ведении разговора может быть на любой стороне. Традиционных мест общения, как и чисто мужских или женских поз/жестов не отметил никто.

Анекдоты и шутки на сексуальные и физиологические темы и обсуждение их в смешанной компании допустимы (особенно в молодежной), но в незнакомой компании это не принято, особенно в присутствии детей.

К хорошо знакомой женщине мужчина может обратиться с любым вопросом. Делать замечания незнакомым людям (и мужчинам и женщинам) в Америке не принято.

Женщина за столом может произносить тосты, но более привычно, если это делает мужчина.

Н. Ф. Хренова

### **Коммуникативное поведение американцев в ресторане**

Опрос около 20 американцев и столько же жителей России, побывавших в Соединенных Штатах, показал, что для американцев в

ресторанах и кафе характерны следующие особенности коммуникативного поведения.

Американцы любят есть “не дома” и часто ходят в рестораны и кафе. Гамбургер, чизбургер или кинсбургер и кофе, сок, мороженое - общепринятый ланч работающего американца, в отличие от экономного британца, который предпочитает принести бутерброды в коробочке, а кофе или сок в термосе из дома.

Ресторан/ кафе являются как официальным, так и неофициальным местом общения. Там отмечают как семейные события, так и официальные. Там ведутся деловые переговоры, отмечается завершение переговоров и сделок (но сначала люди едят, а потом приступают к делу). За столом, как правило, просматривают бумаги, газеты, но не читают книги.

К приглашению в ресторан люди относятся спокойно, это не является особо торжественным событием. Чаще каждый платит за себя, за исключением случаев, когда приглашает деловой партнер, когда ужинают молодые люди, находящиеся в близких отношениях или жених и невеста. Если в ресторан идет компания - каждый платит за себя. В Нью-Йорке же, в частности в академической среде, за еду каждый платит сам, а за спиртное общая сумма делится на всех, независимо от того, сколько ты выпил и пил ли вообще. Как бы то ни было, споров, кто будет платить не бывает. Если есть необходимость, детали оговариваются заранее.

Куриль в ресторане/ кафе, как и в любом другом общественном месте, не принято, зато совершенно спокойно туда можно прийти одному. Причем женщины ходят в ресторан без мужчин, если им этого хочется.

За столом можно смотреть документы, бумаги, а знакомиться в ресторане не принято. Без особой необходимости к вам за столик не посадят постороннего человека.

Посетители в ресторане никогда не поют, артисты выступают только в некоторых ресторанах. Танцевать можно далеко не во всех ресторанах. Есть предпочитают не спеша и не отвлекаясь. В игры за столом не играют. Алкоголь употребляют, но не часто и не много - чаще в особо торжественных случаях. Это дорого. Глоток крепкого алкоголя разбавляют водой. Студенты пьют больше всего пиво.

Официанта можно попросить о мелкой услуге: подогреть блюдо, принести еще лед, телефон, заказать такси, упаковать остатки еды и т.д. Чаевые - традиция. В определенных типах ресторанов в различных городах установлен свой процент чаевых. В целом минимум составляет 10% от стоимости заказа, максимум не ограничен, но как правило не больше 25%. Сколько вы дадите, зависит от ваших возможностей, характера, настроения. В некоторых ресторанах чаевые включаются в счет, в других - добавляются к счету, когда расплачиваются. Нужно спросить у официанта, включены ли в счет чаевые, но он может и сам сказать вам об этом. В кафе чаевых не дают.

Задержаться в ресторане/ кафе можно на сколько угодно, но не стоит сидеть перед пустым столом. Попросите принести хотя бы чашечку кофе,

стакан сока или воды со льдом.

В кафе и рестораны можно ходить с детьми, но не следует брать с собой животных. В гостиничных ресторанах можно устроиться даже с грудными детьми.

Вечерние туалеты и макияж приняты только в очень дорогих ресторанах. В японские и китайские ресторанчики можно прийти даже в шортах.

Разговоры в ресторане ведутся негромко. В целом же - чем провинциальнее городок, тем строже и консервативнее правила.

И.М.Правшина

### **Особенности общения американцев в условиях школы**

Наши дети по обмену ездят в Америку и учатся там целый год. Воронежская девочка попала в штат Канзас, в маленький городок, где 2 школы – одна начальная – дети с 6 до 14; другая – high school – с 14 до 17 лет; взрослое население – это фермеры; и обслуживающие их мастерские, магазины, базы. Полину поместили в семью, где были 4 мальчика от 10 до 2 лет. Девочка пожила там 3 дня и приемные родители были ею очень недовольны – не улыбается, с мальчиками не играет. Семья фермеров не могла понять, что девочка не американка, она плохо понимает американский вариант английского языка, а детский лепет ей вообще плохо понятен. Потом координатор поместила ее в семью, где были две девочки ее возраста, а “приемные родители” – преподаватели из начальной школы. Здесь был другой психологический климат, и она в этой семье прижилась.

Школа начиналась в 8.30, уроки по 55 минут с 5 минутными перерывами, уроков 7-8 в день, есть большой перерыв – можно пойти поесть в столовой, как правило - гамбургер и сок. Уроки кончаются в 15.30, но редко кто идет домой. Многие идут в физкультурный зал – занимаются шейпингом, другие идут на крикетное поле, бегут заниматься футболом, бейсболом, бегом. Полина первый семестр занималась бегом, второй – шейпингом. Это обязательно. Предметы, которые она выбрала по совету директора, были английский, история Америки, история Канзаса – это предметы для всех, и предметы по выбору – алгебра, диетология, шитье, кулинария, бег – 8 предметов должны быть у каждого ученика 11-12 класса. Уроки шли в основном на лекционной основе (если это не бег и т.д.), после 2-3 лекций – тест; результаты вслух не говорят, просто отдают листок, или повесят отметки. Кто и как учится, никто не знает. Класса как такового нет, собираются те, кто включил себе эти предметы в личный план; поведение обычно спокойное, можно встать, подойти к столу, попить, взять ручку. Если кто шумит, его могут записать в особый журнал, если там 3 замечания, вызовет директор для беседы. Уроков на дом мало; по математике учат в 11-ом классе то, что в наших школах в 7-8 классах учат. Если тесты с “choice” –

то все справляются, если тесты без “choice” – впадают в тихую панику. Много испаноязычных, темнокожих мало. Все общаются друг с другом доброжелательно.

Полину донимали: почему не улыбаешься, разве тебе не нравится Америка? К зиме Полина улыбалась – аж скулы болели. Дети одеты очень просто – джинсы - футболка, джинсы - свитер. Преподаватели тоже одеты почти так же. Особенной стороной жизни школы был спорт. Книга о школе за 1997/98 учебный год содержит сплошь фотографии о спортивной жизни – герой, забивший гол в бейсболе, команда, выигравшая турнир, девочка из команды cheer-girls, сообщающая о своем безумном счастье быть в следующем семестре flag-girl. Праздники каждую неделю: то мальчишки, одетые как девочки, приходят в школу и в этом облики сидят все 7-8 уроков, то девочки, переодетые мальчишками, то праздник “пижам” – все пришли в школу в пижамах – приз за лучшую пижаму, все это отражено на фотографии на красивой бумаге, все улыбаются, смеются хохочут – прямо школа смеха. Уровень общей культуры и знаний о мире невысок. Девочка спрашивает: “ Говорят там у вас берлинская стена рухнула? – Это в Германии! – Германия, Россия – это одно и то же”. Во всех книгах одна фотография ученика с колбой – на уроке химии, и то потому, что он был выбран королем на карнавале, король и королева на карнавале запечатлены с коронами и всем прочим.

Что хорошего в американской школе? – Уважительное отношение к ученику, боязнь подвергнуть его дискриминации из-за объявления вслух плохой отметки. Никто не поднимает на ученика голос, нет жесткой дисциплины на уроке, ребенок может встать, попить, сесть, поза свободная, и когда звенит звонок, никто не срывается, как безумный.

Конечно, сомнительно, чтобы многие из этой школы поступили в престижные университеты, но общий дух школы, то, что ни один ребенок не будет обижен, унижен, что никого не назовут “придурком”, что ты в этой школе и в этом мире “человек” – это 10-12 лет счастья. Вот почему американские дети любят школу, а наши ненавидят.

М.А.Стрельникова

### **О модели сопоставительного описания коммуникативного поведения**

Современная действительность создает большое разнообразие коммуникативных ситуаций. Одной из самых активных форм коммуникации в наши дни становится устная публичная коммуникация и в первую очередь



– публичный диалог.

Интервью как один из самых распространенных типов устного публичного диалога дает возможность увидеть и зафиксировать новые тенденции развития устной публичной речи. Тексты современных интервью отражают значительные изменения в языковых вкусах и речевом поведении нашего современника.

Вследствие относительной незапрограммированности речи языковую ситуацию теледиалога можно представить как спонтанную, а зафиксировав, можно проанализировать как образец реальной речевой коммуникации.

Важным представляется создание моделей сопоставительного анализа языковых явлений, в частности, моделей, позволяющих описывать, анализировать и сравнивать характерные особенности коммуникации представителей различных этнических групп.

До недавнего времени (ввиду недостатка фактического материала) наблюдение аутентичного речевого поведения было затруднено. С появлением спутникового телевидения для российского зрителя открылись широкие возможности присоединения к мировой аудитории телезрителей, наблюдения образцов американской, английской, немецкой, испанской, итальянской и французской языковой ситуации.

Работа по созданию сопоставительной модели американского и русского коммуникативного поведения является составной частью научно-исследовательского проекта, проводимого преподавателями и студентами Воронежского госуниверситета и их американскими коллегами. Нами разрабатывается модель описания коммуникативного поведения русских и американцев в речевом жанре “интервью”.

Исследование выявляет национальное своеобразие коммуникативного поведения русских и американцев в данной ситуации. Так, темп речи в американском интервью почти в два раза выше, чем в русском. Продолжительность интервью у американцев не более 5 минут, у русских до 40 минут. У американцев очень конкретно ставятся проблемы, в русском интервью обсуждаются самый широкий круг вопросов. Американские журналисты ориентируются на получение конкретной информации, а русские скорее стремятся всесторонне познакомиться с собеседником и представить его зрителям с разных сторон.

Л.В.Серебрякова

### **О некоторых особенностях английского этикета**

Анализ литературы по английскому этикету, изданной в начале века, в сопоставлении с последними книгами по этикету не показал сколько-нибудь значимых различий, что свидетельствует о консерватизме и устойчивости английского этикета.

Сопоставление английского этикета с русским показывает, что

английский этикет содержит целый ряд правил, отсутствующих в русском этикете.

Основные из них следующие:

этикет употребления различных титулов, различающихся по *degree of nobility*: таких уровней иерархии в английском этикета семь;

гостиничный этикет;

этикет чаевых;

этикет пользования визитными карточками;

этикет приглашения на обед, который во многих книгах по этикету назван “самой важной формой развлечения”;

этикет общения с королевской семьей;

этикет обращения со слугами.

Указанные виды этикета должны усваиваться иностранцами, посещающими Англию., чтобы предотвратить возможные недоразумения.

З.Е.Фомина

### **О некоторых особенностях немецкого коммуникативного поведения**

Одной из характерных черт немецкой коммуникативной культуры является вежливость, которая проявляется во всех сферах речевой коммуникации и находит свое выражение в любых типах речевых актов.

Для коммуникативного поведения немцев весьма характерно использование разнообразных эмоциональных восклицаний, главным образом для выражения эмоционально-оценочного отношения к реалиям окружающей действительности ( ср. *Super! Alles ist OK! Klasse! Tierisch!*( букв. Животно! - высшая степень одобрения, особенно в молодежной среде); *Ganz gewaltiges Dankeschon!* (преогромнейшее спасибо!) и т.п.

Немецкий язык располагает обширным классом слов для экспликации эмоциональных оценок, причем в своем большинстве это лексемы с позитивным общеоценочным значением ( *Fabelhaft! Mdrchenhaft! Wahnsinnig schon! Perfekt! Fascinierend! Phantastich!* ).

Немецкое коммуникативное поведение включает, как правило, элементы юмора, придающего ситуации доброжелательную окраску. Так , например, о женщине зрелого возраста могут сказать: *Sie ist 80 Jahre jung* (Она 80 лет молода). Мягкий юмор прослеживается и в пожеланиях простудившемуся человеку, которому после чихания желают не только здоровья (*Gesundheit!*), но и *Langes leben!* (Долгой жизни!), *Viele Kinder!* (Много детей!) и т.п.

Особое место в немецкой коммуникативной культуре занимает такая распространенная и популярная форма прощания как *Tschuss!*, которая в русском языке не имеет эквивалента. Лексема *Tschuss!* исторически восходит к французскому слову *adieu*, которое служило популярной формой

прощания в Германии вплоть до 19 века. Наряду с разнообразием диалектных вариантов лексемы atus, adjos, schuss, tschuss наиболее активно стала использоваться лексема Tschuss. Замена формы auf Wiedersehen на Tschuss во второй половине двадцатого века объясняется активным использованием неформальных средств в общении, позволяющих избежать высокопарных и отчасти громоздких форм общения, заменяя их на более краткие и доверительные формулы.

Возрастающая степень употребления характерна для слова-приветствия Hallo! . Лексема имеет длительную историю и первоначально означала обращение к паромщику: Hol uber! (Перевези!). В качестве приветствия оно стало использоваться в Германии после второй мировой войны. Несомненно, усилению этой формулы способствовало и телефонное обращение - Hallo!

А.О.Стеблецова

### **Деловое письмо внутри предприятия: национально-культурные особенности, сходства и различия**

В обширной сфере деловой корреспонденции можно выделить две области функционирования делового письма: "внешнюю" и "внутреннюю". Под определением "внешняя" подразумевается та область применения делового письма, в которой корреспонденты принадлежат к разным организациям, компаниям, предприятиям и т.д. Здесь находят применение самые разнообразные жанры делового письма, выполняющие множество функций - от запроса, заказа, подтверждения до жалобы, благодарности, приглашения. К этой же "внешней" области относится и переписка между организациями, с одной стороны, и частными лицами, с другой. Речь идет о письмах при устройстве на работу ( letter of application), письмах-жалобах на некачественный товар или услугу и др.

Под определением "внутренняя" область функционирования деловой корреспонденции понимается переписка в рамках одной организации. В данной сфере встречаются такие типы деловой корреспонденции и документации как информационные письма, докладные записки, приказы, распоряжения и многие другие документы, призванные обеспечивать и регулировать деятельность внутри компании, организации, предприятия. В данной статье делается попытка сопоставить некоторые типы делового письма на английском и русском языках с целью выявления присущих им национально-специфических особенностей.

Согласно коммуникативной цели "внутренняя" деловая корреспонденция может выполнять информационную, побудительную и оценочную функции.

Письма, выполняющим функцию информирования – тип, существующий и в англо- и в русскоязычной культурах. Как следует из

названия , данный тип письма используется руководством компании \ организации для сообщения какой-либо новой информации своим сотрудникам. Суть информации обычно выносится в заголовок, например, "О реорганизации отдела маркетинга" или " Absence of Civil Admin Officer". Если письмо содержит несколько информационных сообщений, то они выделяются отдельными заголовками, нумеруются и выносятся в отдельные параграфы. Однако, при наличии вышеперечисленных сходных черт, необходимо отметить и ряд отличительных особенностей англо- и русскоязычного информационного письма.

Во-первых, существует определенное различие в способе распространения и адресации. Англоязычное информационное письмо (newsletter) адресуется и направляется каждому члену организации лично, тогда как в русской практике оно обычно либо адресуется руководителю подразделения для последующего устного ознакомления сотрудников с его содержанием, либо помещается на доску объявлений. Во-вторых, англоязычное newsletter обычно предполагает обратную связь. Например, информационное письмо, сообщающее о порядке выплаты аванса перед рождественскими каникулами, содержит также приложение в виде анкеты ( или формы), заполнив и подписав которую, сотрудник реагирует на полученную информацию. Русскоязычное письмо, как правило, не предполагает обратной связи. В-третьих, newsletter может быть многофункциональным, т.е. выполнять не только одну коммуникативную функцию информирования , но и побуждения, которое связано с сообщаемой информацией. Например: "If anyone is interested in a level transfer, could they please let me know in writing through their line manager" . ( Если кого- либо заинтересует возможность должностного перемещения, сообщите мне об этом в письменном виде через руководителя своего подразделения.). Здесь, наряду с информированием, письмо реализует функцию просьбы: "Applications should be made on Annex A attached and sent to Civil Admin." ( Формы из приложения А должны быть заполнены и отправлены администратору). В данном случае, письмо содержит распоряжение для сотрудников. Русскоязычное информационное письмо монофункционально, т.е. выполняет одну функцию информирования. Функцию побуждения выполняют другие типы документов, например, приказы, распоряжения и др.

Вышеперечисленные различия информационного письма на английском и русском языках достаточно показательны с точки зрения национально-культурной специфики. Адресованность каждому, потребность в обратной связи говорят о том, что руководитель компании \ организации заинтересован в создании партнерских, уважительных отношений с нижестоящими членами коллектива, развитии в них чувства собственной значимости как сотрудника компании \ организации. И наоборот, обезличенный способ передачи информации, отсутствие потребности в обратной связи свидетельствует о незаинтересованности руководства в мнении своих нижестоящих сотрудников, что, видимо, обусловлено

сложившимся авторитарным стилем руководства.

Жанр информационного письма (newsletter) в англоязычной корреспонденции часто используется как средство связи (общения) не только в рамках одного коллектива, но и , например, для связи коллектива школы с родителями учеников. В данном случае, адресаты, т.е. родители. не являясь формально сотрудниками школы, мыслятся адресантом (директором школы, например) членами сообщества, состоящего из педагогического коллектива учебного заведения, детей и родителей, а следовательно, представляется уместным рассмотреть и данный вид переписки в рамках "внутренней" сферы деловой корреспонденции.

Уже отмеченная выше особенность сочетания в информационном письме целей сообщения информации и побуждения к действию присутствует и в переписке между учебным заведением и родителями учеников. Так, цель информирования, открывающая письмо , реализуется с помощью разнообразных языковых конструкций, типа :

' There are several items below for information....'

" I am writing to bring to your attention A Charity Gala Performance...'

' This letter is to underline some of our forthcoming events....'

'I am now in a position to explain what arrangements the School has made for next year...'

Во всех приведенных примерах авторы выражают намерение сообщить адресатам некоторую новую информацию. Цель побуждения к действию, как правило, заключается в финальной части письма и представляет собой разного рода просьбы: принять участие в том или ином мероприятии, оказать финансовую помощь, записать своего ребенка в работу какой-либо программы или группы. Например:

'If you wish your child to take part in the scheme, please return the attached form to school by Monday 16 March at the latest.'

'We are always grateful for any voluntary donations parents are able to give..... if you have any ideas as to how to raise income however bizarre, please come forward.'

' If you can help in any way in school next term, please complete the form below and return it to your child's present class teacher as soon as possible.'

Обязательным пунктом каждого письма является выражение благодарности в адрес родителя за помощь и поддержку в организации каких-то мероприятий и т.п. ' Thank you for all your support during the year...!', ' We are very grateful for the help and support from parents and friends who helped both of these events to pass smoothly.'

Примечательно, что в русской языковой культуре информационное письмо как 1) средство связи между родителями и учебным заведением и 2) средство вовлечения родителей в деятельность учебного заведения отсутствует. Вероятно , это обусловлено сложившейся традицией достигать вышеназванные цели в ходе устной коммуникации (родительские собрания), а также стереотипным восприятием письменного документа как чего- то

казенного и, как правило, содержащего негативную информацию.

Рассматривая типы деловых документов, выполняющих коммуникативную цель побуждения и функционирующих во "внутренней" сфере

Идеология культуры, эти документы имеют как сходные так и различные черты. Так, например, приказ содержит название, дату, номер.

ЗАО "Акрус"

0\128\HQ

Приказ

8 May 98

09.01.98 №1

All Civilian Staff

Об изменении графика работы

Civilian Training Directive

Видимые различия относятся скорее к порядку расположения реквизитов, чем к содержательной стороне.

Русско- и англоязычный приказ содержит констатирующую часть, объясняющую необходимость издания документа. В русском варианте она может быть достаточно короткой по объему или даже опускаться, если основания для издания приказа очевидны. Англоязычный документ дает, как правило, более обширную констатирующую часть, которая может содержать, например, описание новой программы, вводимой этим приказом.

Основная часть приказа в русском варианте всегда начинается со слова "Приказываю" и содержит указания кому, что, к какому сроку надо выполнить: Начальнику технического отдела Волкову М.И. организовать работу отдела в субботние дни в период с 10.01.98 по 10.02.98.

В английском варианте в основной распорядительной части для выражения собственно приказа используются разнообразные языковые формы модального долженствования:

'In order to identify training needs, there are a number of steps which **must** be completed by every line manager and civilian member of staff...'

' A program **is to be** completed by...'

' Timely completion of reports and six monthly review **are imperative**...'

'**It is essential** that action is taken pre and post training to ensure the needs of the individual...'

Очевидно, что приказ в русской языковой традиции более шаблонен, формализован. Личное "я" автора выражено эксплицитно ( личная глагольная форма), достаточно категорично. Англоязычный образец более вариативен с точки зрения используемых языковых конструкций. Обилие форм пассивного залога делает личность автора менее заметной – он как бы дистанцирован от документа.

А.В. Медведева

### Тема денег в русской коммуникации

Менталитет того или иного народа определяется коллективным

сознанием, опытом и поведением. Национальные особенности менталитета в осмыслении окружающей действительности можно проследить, анализируя актуальные ключевые понятия (концепты), образующие концептосферу конкретного народа. Русское осмысление денег как одного из наиболее важных и актуальных концептов современной жизни является в большей степени традиционным. Представленный фрагмент нашего исследования основан на материале пословиц русского народа, собранных В. Далем. Слово “деньги” трактуется здесь достаточно широко, представляя исследователю широкий спектр мнений относительно понимания роли денег в жизни человека.

По своему основному номинативному значению лексема “деньги” понимается как средство платежа, как средства к существованию (деньги лучше уговора, на деньгах царская печать) и как участник товарообмена (нет товару супротив денег).

По семеме Д2 лексема “деньги” имеет разветвленную систему производно-номинативных значений и представлена следующими семантическими группами:

1. Состояние, капитал (денежка рубля бережет, а рубль голову стережет; деньга деньгу наживает). Фразеосочетание “считать деньги” вошло в состав многих устойчивых выражений (деньги счет любят; Бог любит веру, а деньги - счет).

2. Средство достижения целей различного характера: благовидных (денежки на стол, и девушку за стол; это знаем, что с деньгами и попьем, и погуляем); неблаговидных (у денег глаз нету: за что отдают, не видят; когда деньги говорят, тогда правда молчит); искупления греха (денежка - молитва, что острая бритва, т.е. все грехи сбреет); проверки совести человека (изведай человека на деньгах; деньги искус любят).

3. Сила, обеспечивающая практически беспроблемное существование (денежка дорожку прокладывает; деньги - железо, а платье - тлен; деньга и камень долбит).

4. Власть, сравнимая лишь с властью Бога (денежка не Бог, а полбога есть; после Бога деньги первые; стоит крикнуть да денежкой брякнуть - все будет).

5. Богатство, благополучие, достаток (у него денег куры не клюют; мужик богатый гребет деньги лопатой). И антонимичная ей группа выражений со значением бедности и нищеты (дал Бог здоровья, да денег нет; за тем дело стало, что денег мало).

Однако богатство преходяще, непостоянно (деньги - пух, только дунь на них - и нет; деньги прах, да и мы прах). С другой стороны, наличие большого количества денег подразумевает постоянные хлопоты и тревогу о выгодном их вложении и сохранности (много денег - много и хлопот; деньга лежит, а шкура дрожит).

Русское национальное сознание, понимая всю значимость денег в жизни общества, вместе с тем делало акцент на то, что деньги сами по себе -

это еще не самое главное (деньгами души не выкупишь; без денег проживу - без хлеба не проживу; и то бывает, что и деньгам не рад; не штука деньги, а штука разум).

Таким образом, исконно русским было нестяжательское отношение к деньгам - не в смысле бездумного расточительства, а в смысле нравственного подхода к ним. Это проявилось в умении на первое место ставить не накопительство как самоцель, а извечные человеческие понятия и ценности - душу, совесть, разум, хлеб как основу питания, без которых деньги при всей их значимости теряют всякий смысл.

Л.Ю.Заварзина

### **Особенности коммуникативной ситуации “гость-хозяин” в русском и казахском языках (на примере пословиц и поговорок)**

Особенности коммуникативного поведения в стандартных ситуациях зависят от национальной принадлежности субъектов общения, а именно: культурная традиция, социальная роль, этнопсихологические факторы, специфика языка. Не является исключением и ситуация “гость-хозяин”, специфику которой мы попытаемся рассмотреть в русском и казахском языках на примере пословиц и поговорок, т.к. они отражают стереотипы национального сознания и поведения.

И русские, и казахи отличаются своим гостеприимством. Но у русских есть еще и понятие *хлебосолье*. В древности считалось, что человек, вкусивший нашего хлеба-соли, уже не может питать к нам неприязненного чувства, становится как бы родственным человеком (отсюда и желание хорошо накормить). *Хлеб хлебу брат. За хлебом все добро. Хлеб-соль и разбойника убивает (смиряет). Гость в дом, а Бог в доме.* И казахские: *Гость придет—счастье в дом придет. Конь есть—мир изучи, угощение есть—гостей зови. Когда желанный гость приходит, овца двойню приносит. Нетопленный дом сараю подобен, дом без гостей—могила.*

Желательно, чтобы гость приходил по приглашению. *Гостю “приходи” говорят, “уйди” не говорят. Один раз от приглашения откажешься, в другой раз приглашения не дождешься. Гость, ведущий с собой еще одного гостя, радости не вызывает,*—так говорят казахи. А у русских даже есть понятие запечный гость: *Кто сидел на печи, тот уже не гость, а свой. Это домашний (свой, запечный) гость.*

Хозяин встречает гостей особыми этикетными формами приветствия (*Добро пожаловать, дорогие гости, милости просим ! Просим к нашему*



*хлебу-соли.* (рус.) и усаживает на почетное место: *В поле враг, дама гость: садись под святые, починай ендову. Честь да место. Господь над нами—садись под святые. Просим в избу: красному гостю красное место.* (рус.) *Порог—не место для гостя почетного. Приглашение на почетное место—признак уважения.* (каз.)

Если гость пришел, то хозяин обязан его накормить. Каз.: *Спрашивать гостя, угощать ли его—все равно, что ударить. Перешагнувши порог чужого дома, окажи уважение и столу этого дома. Дом без гостей могиле подобен, нетронутая гостями еда отраве подобна.* Рус.: *Не спрашивают: чей, да кто и откуда, а садись обедать. Причем Гостя потчуй, покуда через губу не перенесет* (т.е. не сможет). В процессе угощения и в самой еде проявляются наиболее ярко различия между русскими—земледельцами и казахами—скотоводами. Обычная еда русских — продукты земледелия и рыболовства: хлеб, пирог, рыба, уха, щи, квас, кисель и пр. *У меня хлеб чистый, квас кислый, ножик острый, отрежем гладко, поедим сладко. Про тебя, про света, все приспето; жуки да сизи, кушай да сиди!* Русские отдают большее предпочтение мясу птицы: *Хлеба-соли откушать, лебеда порушать* (от обычая подавать в начале обеда лебедей).

А для казахов мясные блюда (из баранины и конины) являются основными: *Когда гость приходит, мясо варят, нет мяса—лицо хозяина горит от стыда. Зарезать гостю ягненка—ягненок умрет, не резать—сам со стыда умрешь.* Но если угощения не много, то *Бедность стола искупается щедростью души. Если нечем угощать гостя, угости его хорошей беседой* (каз.).

Существует также особый ритуал проводов: взаимное пожелание всех благ, повторное приглашение. *Умей у людей погостить, и к себе запросить, до ворот проводить и опять воротить. Конного гостя провожай до коня, а пешего до ворот* (рус.). У казахов гость в знак признательности дарит подарок: *От гостя и золота не бери, но от благодарности не отказывайся.*

В этих пословицах красный угол, святые, образа, печь, ендова и другие специфические реалии быта, образы, эталоны, стереотипы поведения отражают особенности мировосприятия русских и казахов.

Таким образом, при большой разнице природных условий, а отсюда и в различии культур, у русских и казахов наблюдается и значительное сходство в ситуации приема гостей, т.к. гость для всех народов является связующим звеном между домом и миром.

М.К.Попова

### **Эфиопское общение**

Эфиопия всегда была и до сих пор остается страной необычной и даже загадочной. Своеобразно в ней все: география (страна, в которой берет начало Голубой Нил, регулярно страдает от засух); история (наряду с Либерией это единственная страна в Африке, которая никогда не находилась

в колониальной зависимости); религия (Эфиопия приняла христианство еще в IV в. н. э. и в течение многих веков сохраняла веру, несмотря на языческое и мусульманское окружение); литература (целых пятнадцать веков она развивалась на древнем языке гыыз, только в середине XIX столетия перешла на амхарский, а первый роман появился здесь лишь в 1908 г.)

Большим своеобразием отличается в Эфиопии и общение, которое во многом подчиняется правилам, весьма непривычным для европейцев. Так, например, судя по произведениям современных эфиопских писателей, большое место в общении их соотечественников играют обряд и ритуал, которым они следуют в самые важные моменты жизни.

В романах Беалю Гырмы и Тадделе Гебре Хыйвота описан ритуал оплакивания, который детально разработан. Узнав о смерти соседа, люди сразу же идут в его дом и сидят там вместе с оплакивающими покойника родственниками. В церемонии принимают участие священники, которые совершают обряд отпевания под звуки церковного барабана. Соседи же, пришедшие разделить горе родных и близких, имеют возможность под шумок вести совершенно посторонние разговоры. Члены семьи усопшего сразу же надевают траур и шесть месяцев не должны носить белое. Предполагается, что в ранний период траура они каждое утро громко оповещают мир - а главное, соседей - о своем горе. Если друзья покойного не были на похоронах, они могут разделить с его семьей горе утраты, ночуя в течение недели за порогом его дома.

В книге Тадделе Гебре Хыйвота “Когда Европа не знает” описан ритуал прощения. В сцене участвуют Имет Гемамеш, тетка главного героя Дашена, и его отец писатель Текола Хагос. Родители Дашена не были женаты. Его отец принадлежит к антиреволюционной организации, а мать Тобиа, национальная героиня, отдала жизнь делу революции, когда мальчик был еще совсем маленьким. Перед смертью Тобиа заставила свою сестру, единственного человека, который знал тайну рождения ребенка, поклясться, что она никогда не откроет имя отца Дашена. Имет Гемамеш сдержала клятву, однако волею судеб мальчик и его отец все-таки встретились и узнали правду о своем родстве. И вот теперь по просьбе взрослого Дашена его отец и тетка решают помириться. “После нескольких минут молчания двое коснулись плеч друг друга щекой. Оба произнесли: “Прости меня”<sup>1</sup>.

Ритуальные действия распространены и в повседневной жизни эфиопов. В романе “Писатель” Беалю Гырмы рассказывается о быте эфиопского среднего класса. Жена писателя Сирака по имени Цегие подает к столу популярное эфиопское кушанье дара вотт, которое готовят из курицы. “Отведай, освяти, - сказал Цегие и достала кусок курицы, над которым произнесла молитву. Оба съели по кусочку”<sup>2</sup>. Беалю Гырмы изображает здесь эфиопский обычай, согласно которому муж и жена должны съесть определенный кусок вотта, чтобы сохранить в семье мир и согласие. Древнейший, некогда распространенный среди всех народов мира обряд благословения пищи, соединившись с христианской молитвой, сохранился в

Эфиопии до наших дней.

Своеобразно понятая христианская вера и христианский обряд часто проявляются в быту эфиопов. Нередко общение с Богом они основывают на логике повседневной жизни. Так, Бэалю Гырма передает разговор двух приятелей по поводу лотерейных билетов. Один из них заявляет, что у него чешется рука в предвкушении выигрыша, ибо он “пообещал святому Габриэлю подарок и от его имени купил билет”<sup>3</sup>. В случае выигрыша владелец лотерейного билета собирается пожертвовать святому сто бырров и расшитый золотом зонтик. Однако собеседник ему советует: “Добавь быка. Габриэль на всякую мелочь не польстится”. Закljučая эту сцену, писатель замечает: ”Наверно, это в крови у эфиопов... - всегда возлагать надежды на подкуп: даже самому ангелу небесному готовы дать взятку. Ну и народ!”<sup>4</sup>.

Обычай обращаться к святому с просьбой о помощи, показанный в приведенном эпизоде, не является чисто эфиопским. А.Я.Гуревич, подробно проанализировав взаимоотношения мирян и святых на материале средневековой Европы, пришел к выводу о том, что эти взаимоотношения строились на принципе “дар должен быть вознагражден”, который был одним из “основополагающих принципов социальных отношений в варварском и раннефеодальном обществе”<sup>5</sup>. В Эфиопии наивная, языческая по происхождению вера в чудеса жива и по сей день.

Большую роль в общении эфиопов играет тактильный элемент, они сообщают друг другу информацию, особенно эмоциональную, не только при помощи слов, но и через прикосновения. Аваш, герой книги Тадделе Гебрэ Хыйвота “Когда Европа не знает” вспоминает последнее благословение, полученное им от отца. Оно заключалось в том, что отец прижал его голову к своей груди, побрызгал на него своей слюной и произнес слова благословения на родном для него языке оромо<sup>6</sup>. Упоминание языка очень важно и указывает на еще одну особенность эфиопского общения. Вследствие феодальной раздробленности страны, которая сохранялась вплоть до XX в., ее население говорит на разных языках. Государственным языком считается амхарский, однако и другие языки в большом ходу.

И родительские чувства, и сыновнюю привязанность эфиопы нередко выражают через прикосновения. В той же книге Тадделе Гебрэ Хыйвота описывает жизнь детского дома, организованного революционным правительством для детей-сирот. Дети собраны в своеобразные семьи - группы, возглавляемые приемной матерью. Детям младшей группы повезло, в приемные матери им досталась женщина добрая и хорошая. Уложив их вечером в постель, она гладит каждого из них по очереди. Дети же, тоскующие по родительской ласке, не любят спать по одному и забираются в постель по трое, пытаясь найти замену чувству защищенности. Все ребята завидуют Дашену, потому что раз в два месяца его навещает тетка. Она бедна и может привезти мальчику только скромные подарки, но она всегда благословляет его, говорит с ним, целует его. А “ее пальцы гладят его голову и плечи”<sup>7</sup>. Биртукие, приемная мать той группы, в которую

входит Дашен, тоже выражает свою любовь к нему через прикосновение. ”Неосознанно она посвящает ребенку Тобии больше времени, чем другим. Ее пальцы автоматически перебирают волосы ребенка”<sup>8</sup>. А Дашен, чтобы показать Биртукие свою привязанность, часто прижимает голову к ее груди.

С европейской точки зрения, в Эфиопии весьма своеобразна и обычная вербальная коммуникация. В повседневной речи эфиопы широко используют пословицы и поговорки, часто прибегают к притчам. Один из героев романа Бэалю Гырмы, адвокат по профессии, во время застолья утверждает, что чревоугодие - национальная черта, и вспоминает сам и заставляет друзей вспомнить поговорки о животе: ”Терпелив, как живот”, ”Дороже живота нету добра”, ”У кого болит живот, тому и серп не поможет”, ”Пусть горит у меня в животе, пламени от этого не будет”<sup>9</sup>. Притчи и анекдоты рассказывают друг другу женщины во время приготовления праздничного стола, участники пира, инженеры, обсуждающие технические проблемы, случайные собеседники на улице, старики, пришедшие в революционный комитет сдать оружие.

Некоторые особенности имеют в Эфиопии словесные формы обращения. Абсолютно незнакомые люди называют друг друга ”сын мой”, ”отец мой”. Так, например, в романе Бэалю Гырмы ”Зов красной звезды” эти обращения используют в разговоре между собой революционер Деррыбье и пришедшие к нему старики, в ”Когда Европа не знает” - старик и юноша, случайно оказавшиеся попугчиками на междугороднем автобусе.

Слова, обозначающие родственные отношения, могут использоваться в непривычных для нас ситуациях. В гневе и раздражении эфиопские женщины дают выход своим чувствам, произнося имена своих мужей. Если мужа нет, в этом случае может быть использовано имя другого близкого человека. Незамужняя тетка Дашена (”Когда Европа знает”) в такие эмоциональные моменты произносит имя своей сестры.

В речевом общении эфиопов сохранились многие слова, пришедшие из недавнего феодального и более отдаленного первобытного прошлого. Здесь долго сохранялся обычай называть человека не по его имя, а по принадлежащему ему коню - ”хозяин такого-то коня”. До сих пор в Эфиопии употребляются такие слова как ”рас”, ”джезмазмачи”, являющиеся военно-феодальными титулами<sup>10</sup>.

Эфиопское общение, во многом сохраняющее ритуально-обрядовый и фольклорный характер, отражает особенности специфического менталитета жителей этой страны - менталитета, который сформировался в результате сложной многовековой истории. Страна древнейшей цивилизации, Эфиопия развивалась в изоляции от основного мира вплоть до XIX в. Лишь к середине прошлого столетия была преодолена феодальная раздробленность, а к концу его была построена первая постоянная столица государства город Аддис-Абеба. Однако и в XX веке в стране были живы многие черты феодального, рабовладельческого и родового строя. Вступлению Эфиопии в Лигу Наций, например, препятствовало то, что в ней сохранялось рабовладение. В

последние десятилетия страна пережила попытку государственного переворота в 1960 г., монархическую реакцию 1974 г., гражданскую войну, годы, когда делалась неудавшаяся попытка построить в Эфиопии социализм. Современный национальный эфиопский менталитет представляет собой необычное сочетание европейского знания и образа мыслей (начиная с конца XIX в. многие эфиопы получают образование в Европе и США) с элементами первобытных верований, средневековых традиций, фольклорных представлений и своеобразного эфиопского православия. Это и определяет особенности эфиопского общения.

### Литература

1. Taddele Gebre Hiwot. When Europe doesn't know. L. P.104
2. Бэалю Гырма. Зов красной звезды. Писатель. М., 1984. С.213
3. Там же. С.113
4. Там же. С.114
5. Гуревич А.Я. Проблемы средневековой народной культуры. М., 1981. С.74
6. Taddele Gebre Hiwot. Op.cit.P.52
7. Ibid.P.7
8. Ibid. P.6
9. Бэалю Гырма. Указ. соч. С.147-148
10. Там же. С.11

И.А. Мамута

### **Национальная специфика речемышлительной деятельности при вербализации пространственных концептов ( на материале лирики А.Блока)**

Применительно к поэтическому речемышлительному процессу речь должна идти, как считает проф. И.Я. Чернухина о типах поэтического речевого мышления (Чернухина, 1993). Исследователь выделяет 3 типа: семемное, семно-семемное и семное речемышление.

Семемный тип характеризуется использованием в тексте таких семем, которые жестко коррелируют со стандартными лексемами. Используемые общеупотребительные слова вызывают, в свою очередь, чувственные или интеллектуальные представления. Семемный тип речевого мышления позволяет аккумулировать универсальную информацию, закрепляет ассоциативные связи. Но творческая личность воспроизводит в тексте более разнообразные ассоциативные структуры, чем носитель обыденного сознания, чем и обуславливается новизна текстов, порожденных семемным типом мышления. Признаком семемного мышления является актуализация в тексте ассоциативных связей в парадигматических и синтагматических

рядах, использование узуальных слов и нормированной грамматики, воспроизведение устойчивых оборотов и стертых тропов.

Семно-семемный тип поэтического речевого мышления проявляется в ослаблении цепочки “семема - лексема - представление”, что позволяет семемам терять семы, входящие в стандартный набор или, наоборот, приобретать новые семы из той “россыпи» смысловых признаков, которая образуется при формировании мысли. При вербализации мысли не все семы входят в состав стандартных семем, часть остается невостребованной. Эта часть и может быть актуализирована про помощи семно-семемного типа мышления. Одним из наиболее распространенных способов преодоления противоречия между результатом мыслительной деятельности и возможностью его языковой реализации является метафора.

Семный тип поэтического речевого мышления позволяет наиболее адекватно передать содержание исходного поэтического замысла и проявляется в конструировании значений слов, словосочетаний, текстов из сем и сцеплений сем, в создании новых языковых форм и передаче новых для читателя представлений. Показателями семного типа мышления являются неологизмы, авторская морфология, синтаксис, пунктуация. Поэтические тексты - результаты “работы” семного типа речевого мышления - не содержат тропов, за исключением символов.

Перечисленные три типа речевого мышления отражают три возможности воплощения результатов мыслительной деятельности средствами языка.

Нами рассмотрены и проанализированы переводы 30 стихотворных текстов А.А. Блока на английский язык. В них выделено и проанализировано 96 текстовых фрагментов, вербализующих концепт “пространство”. В переводном тексте, также как и в оригинальном, применяя методику И.Я. Чернухиной, можно определить тип поэтического речевого мышления, “работающего” при вербализации результатов мыслительной деятельности. Сравнивая результаты семантического анализа, можно пронаблюдать за тем, изменяется ли тип речевого мышления, используемый автором при создании стихотворного текста, с изменением арсенала языковых средств, предлагаемых другим языком. Тип речевого мышления переводчика может быть идентичен типу речевого мышления А.А. Блока, а может по ряду причин претерпевать изменения. Также нас будет интересовать, какова специфика языковых средств различных языков при идентичном механизме передачи пространственных концептов и насколько “удобен” для перевода тот или иной тип поэтического речевого мышления.

Проанализированные переводные тексты разделились на 3 группы:

1. Переводной текст передает семантику оригинала (используя языковые средства английского языка, аналогичные средствам русского языка, или используя средства английского языка, отличные от средств русского языка).

2. Переводной текст приобретает некоторые смысловые оттенки,

отсутствующие в семантике русского текста.

3. Семантика переводного текста оказывается беднее, чем смысловая нагруженность оригинала.

*Семемный тип поэтического речевого мышления.*

Номинации из стихотворных текстов, порожденных семемным типом поэтического речевого мышления, при переводе на английский язык сохраняют речемыслительный тип в 100% примеров. Сохранить тип речемышления позволяет точный подбор лексем, семемы которых не только называют именно то явление, которое было обозначено в русском тексте, но и по возможности очерчивают сходную область ассоциативных связей. Например: “из края в край, из дола в дол” (т.1, с.397) - «from vale to vale, from land to land»; “и дубрами окружена” (т.1, с.403) - «ringed round by forests everywhere», в строчке русского стихотворения пространство передано глаголом “окружена”, в переводе глагол “ringed” усилен местоимением “everywhere”.

Нами отмечен пример сочетания в тексте различных типов поэтического речевого мышления: в стихотворении “Ночь, улица, фонарь, аптека” (т.1, с.175), в создании которого “виновны” два типа речемышления - семемный и семно - семемный; фрагменты семемного мышления переданы в тексте буквально: “Ночь, улица, фонарь, аптека” - “Night, a street-lamp, a pharmacy”, а фрагменты, порожденные семно - семемным типом мышления, в английском варианте звучит более интересно: “Исхода нет” - “No hope of flight”, что дословно означает “нет надежды взлететь”. Строка английского текста менее многозначна, но за счет своей конкретности создает более яркий и выпуклый образ.

*Семно-семемный тип поэтического речевого мышления.*

В 78% случаев пространственные концепты передаются лексемами английского языка, семемы которых достаточно адекватно передают семантику русских семем: “Я пронесу тебя над бездной” (т.2, с.214) - «I'll bear you safe over the chasm»; “ночь распростерлась надо мной” (т. 1, с. 45) - «night is spread out over me».

Ввиду различий в грамматическом строе двух языков, в некоторых случаях возникает необходимость изменения грамматико-синтаксической конструкции оригинала, но цель такого изменения - сохранение адекватности смысла. Например: “не уроню” (т.2, с.117) - «not let you fall» (дословно: не дам тебе упасть); “ее бездонностью дразня” (т.2, с.215) - «teasing you that it's bottomless» (дословно: дразня тебя тем, что она бездонна). В приведенных примерах сохраняется семно-семемный тип речемышления.

Нами обнаружено несколько примеров, когда английский вариант стихотворения не передает адекватно смысловых оттенков русского оригинала. Говоря о неточной передаче, мы выявляем 3 вида неточностей:

1. В английском варианте пропущена часть лексем, или выбранные лексемы не передают всей смысловой нагрузки, заключенной в

оригинальном тексте; текст перевода беднее, чем оригинала. Например: “над частым тыном солнце зреет” - «The sun ascends the sky» (дословный перевод: солнце восходит на небо), тип поэтического речемышления в данном случае модифицируется; семно-семемный мыслительный тип оригинального текста изменяется на семемный мыслительный тип в переводном тексте, так как английский вариант “The sun ascends the sky” исключает метафору “солнце зреет”, данную в русском варианте (т.2, с.30);

“чтоб над омытой душой в вышине день золотой был всерадостен мне” - «so that, above the soul cleansed, golden day brightly shall shine for me» (дословно: над омытой душой золотой день ярко будет светить мне), в русском варианте верхнее пространство обозначено предлогом “над” и существительным “в вышине”, переводной вариант обошелся лишь предлогом “above” (т.1, с.419);

“я насадил мой светлый рай и оградил высоким тыном” - «I planted my bright paradise and fenced it round when that was done» (дословно: я посадил мой яркий рай и оградил его, когда то (действие) было завершено), “отгороженность” в русском варианте дается через глагол и существительное, в английском - через глагол (т. 2, с. 30).

2. В английском варианте допущена замена одних лексем на другие. Например: “mountain summits” (горные вершины) - оригинал: “на гребень горный”, “amid the crags” (среди скал) - оригинал: “и на горах”, “to fly though heaven’s fiercely blazing wilderness higher and yet higher” (полететь через горячую, пылающую пустыню небес выше и еще выше) - оригинал: “ты полететь захочешь выше пустыней неба огневой” (т.2, с.415); “into my world of clear blue skies” (в мой мир чистых голубых небес) - оригинал: “и в синий воздух, в дивный край” (т. 2, с. 30); “tight is the circle of existence” (теснота есть круг существованья) - оригинал: “кольцо существованья тесно” (т. 2, с.211).

Приведем еще примеры: “find order in the chaos of emotions”, строчка оригинала звучит как: “строй находить в нестройном вихре чувства”, понятие “нестройный вихрь” передается одним существительным “chaos” (т.2, с.153); “flowering meadows, the glittering heavens”, в оригинале - “луг с цветами и твердь со звездами”, в “твердь со звездами” поэтически трансформирован образ неба, но употребление лексемы “твердь” вносит дополнительный смысловой акцент в этот образ; в английском же варианте употребляется прямое наименование неба - “heavens” (т.2, с.189); “Forget that darkness falls on the cage we struggle in”, в оригинале - “забудьте, что в клетке, где бьемся темней и темней”, дословно: забудьте, что темнота спускается в клетку (т.2, с.94). Воплощение пространства в английском варианте подразумевает изначально существование пространства вокруг “клетки”, в то время как в оригинале такое пространство появляется лишь в конце стихотворения: “в какую-то пропасть, в какую-то синюю вечность”; примечательно, что английский перевод этой строки “снижает” ее пространственное звучание: “down into the bottomless chasm of blue eternity”,



поскольку на передний план выдвинут образ синей вечности, доминирующий над пространственными характеристиками.

3. Лексемы, выбранные для перевода, вносят дополнительные оттенки смысла, которых не было в русском варианте стихотворения; семантика английского текста, таким образом, становится богаче русского оригинала.

“To ... summits all glittering in the sky” (оригинал: “на сверкнувший гребень горный”), в английском варианте возвышенность местоположения героя передается двумя существительными - “summits” и “sky”, в русском - только “гребень горный”; (т.2, с.215);

“there, in your evil, drunken prison, my heart, you spent the long, long night” (оригинал: “в хмельной и злой своей темнице заночевало, сердце, ты”), понятие “темница” передается двумя английскими существительными “evil”, “prison”, а смысл глагола “заночевало” заключен в конструкцию “spent the long, long night”. (т.2, с.70).

Добавочные смыслы, появление которых мы проследили в ряде текстов, связаны с различием языковых систем английского и русского языков и не оказывают влияния на речемыслительный процесс в целом, тип речемышления сохраняется

#### *Семный тип речевого поэтического мышления*

Стихотворные тексты, порожденные семным типом поэтического речевого мышления, наиболее трудны для адекватного перевода. Речемыслительная деятельность переводчика заключается не только в том, чтобы “расшифровать” семантику образной системы русского стихотворения, но и подобрать такие языковые средства английского языка, которые смогут передать всю совокупность сем текста - оригинала.

Опыт перевода подобных текстов не всегда оказывается удачным. В стихотворении “Я восходил на все вершины” (т.1, с.316) перевод первой строки “Я восходил на все вершины” звучит как “I have ascended all high places”, он идентичен оригиналу в грамматическом плане, но в русском тексте сочетание слов “восходил на все вершины” не подразумевает физического подъема на более высокое место, а в совокупности с номинациями “иные небеса”, “Звезда” вызывает ассоциации с “восхождением” в духовном плане. В английском варианте сохраняются лексемы, аналогичные русским, но “духовный” подтекст оказывается сильно ослаблен ввиду изменения ассоциативных связей в сознании читателя, из-за чего порождающим речемыслительным типом оказывается семно - семемный. В этом же тексте находим интересный ассоциативно - семантический нюанс: для перевода слова “иной” в словосочетании “иные небеса” используется прилагательное “alien”, заключающее в себе значение “неземной, космический”; перевод, на наш взгляд, весьма удачный, поскольку из контекстов нескольких стихотворений можно заключить, что характеристика “иной” дается А. Блоком явлениям неземного, космического порядка.

В данной группе нами обнаружено наибольшее количество примеров,

когда английский вариант стихотворения не передает точно всей гаммы пространственно-смысловых оттенков русского оригинала: “further away, the sound was level” (оригинал: “но здесь и дальше - ровный звук”, в английском варианте опущено наречие “здесь”), (т.1, с.228); в английском варианте допущена замена одних лексем на другие: в стихотворении “О, весна без конца и без края” (т.2, с.61) строчка “Осветленный простор поднебесий” в английском варианте дана как “The shining expanses of heaven” (сверкающие пространства небес);

3) лексемы, выбранные для перевода, имеют большую семантико-ассоциативную наполненность, чем лексемы оригинала; семантика английского текста таким образом становится богаче русского: “in stars of blizzards wrapped all around” (оригинал: “вся окутана звездами вьюг”) пространство английского текста передано словами “wrapped all around”, русского же - глаголом “окутана” (т.1, с.367); shadow drifting across the hills and down (оригинал: “тень... опустилась за холмами”), в английском переводе тень не только спустилась “down”, но и скатилась “drifting across”, (т.1, с.228) В стихотворении “Поэт в изгнание и в сомнение” (т.1, с.194) строчка “Восход и бледен и далек” переведена как “Dawn’s a pale gleam in distant skies” - восход “усилен” существительным “pale” (сияние), а его пространственная характеристика дана более развернуто, чем в русском варианте - “distant skies”.

Таким образом, в речемыслительной деятельности переводчика обнаруживаются те же типы речемышления, что и в оригинале, данный факт свидетельствует об их универсальности. Тип речемыслительной деятельности, при помощи которой порождается стихотворный текст или его фрагмент, практически не зависит от того, на каком языке воспроизводится текст. Очевидно, это является следствием автономности языка и мышления. Мыслительные категории более универсальны, чем языковые, они присущи всем людям, независимо от того, какой языковой системой человек оперирует.

Чжао Юншен

### **Национальные особенности китайского приветствия**

Китай – это “этикетная страна”, имеющая многовековую историю развития. В повседневной жизни китайцев очень важное место занимает ритуал, обряд (ли). Ли не есть нечто раз и навсегда установленное, закрепленное. Ритуалы могут изменяться в соответствии с конкретной обстановкой и условиями. Ли выполняют прежде всего социальную функцию. Они определяют нормы человеческих отношений.

Современный китайский этикет основан на древних ритуалах (ли), но в последнее время подвергается и влиянию Запада. Так, например, в Китае с древних времён в качестве приветствия использовались формулы типа

“Кушали?”, “Кушали вы или нет?”. Использование этих формул связано было с тем, что в течение многих веков основная масса населения жила очень бедно, голодала и осведомление о том, ел ли человек сегодня что-нибудь, было особым проявлением вежливости. Поэтому и использовалось в качестве приветствия.

В современном Китае это приветствие постепенно выходит из употребления, т.к. изменились реальные условия. Формулы приветствия типа “Кушали вы или нет?” функционируют и сейчас, но это дань традиции. Как правило, эти формулы используются в речи пожилых и необразованных людей. В среде образованных китайцев в настоящее время используется распространенное и нейтральное приветствие “Здравствуйте!”.

В Китае отсутствует ритуал приветствия родственников и близких знакомых. Встретив родственника или знакомого, китаец приветствует его фразой типа “А вы уже пришли!”. Общепринятая формула приветствия “Здравствуйте!” адресуется только малознакомым и ли совсем незнакомым людям.

В Китае нет четкой границы, когда начинается день или вечер. Поэтому формулы “Добрый день!” и “Добрый вечер!” в качестве приветствия не используются. Формула “Доброе утро!” используется только в семейном речевом этикете.

## ***Культура речи и речевой этикет***

Ю.Т.Листрова-Правда

### **Забытые способы подачи новых иноязычных слов**

Как показывают эксперименты воронежских исследователей, значение большей части иноязычных слов, ежедневно вводимых в язык средств массовой информации, остается вообще неизвестным среднему носителю русского языка или известным лишь приблизительно. Подача новых иноязычных слов требует специально продуманных средств, способствующих усвоению семантики заимствований носителями русского языка. В истории русского литературного языка такие способы, однако, уже были.

В Петровскую эпоху, характеризовавшуюся бурным проникновением в русский язык европеизмов, большую роль играли переводчики, которые, чтобы сделать эти слова более доступными читателю, на первых порах сопровождали заимствования (в скобках или после слов “то есть, либо”) русскими образованиями - кальками и полукальками (например, юриспруденция - законоискусство), либо свободным переводом соответствующих понятий (например, политика - народоустройство), либо русскими эквивалентами вводимых слов (например, секул - век,

дифференциация - разница), либо описательными оборотами (например, рекруты - новобранные солдаты) и др. Такая практика пояснения иноязычных слов способствовала не только освоению многих лексических заимствований, но и активизировала словообразовательные ресурсы русского языка, вызвала сдвиги в лексико-семантической системе русского языка.

В 30-ые годы XIX века, когда наблюдается новый прилив иноязычных заимствований в русскую литературную речь и стала актуальной проблема поиска способов расширения лексико-семантической системы русского языка и соотношения ее с лексико-семантическими системами западноевропейских языков без привлечения в русский язык из этих языков прямых лексических заимствований, сохраняется идущая от предыдущей эпохи практика рядом с русским словом, обозначающим нужное понятие давать в скобках иноязычный эквивалент, например: Мелкие умы стараются также сосредоточивать выгоды (interests) (Вяз.). В результате этого в сознании носителей русского языка закреплялись два слова - иноязычное и соответствующее по значению русское.

В свое время профессор Л.П. Крысин писал: “Каждый журналист, который вводит в какой-нибудь газете иностранное слово, обозначающее, по его мнению, новое понятие или изящно выражающее старое, может при удачных обстоятельствах навязать это слово всей нации”. Возрождение указанных выше способов подачи новых заимствований лишит журналистов этой возможности и может стать регулятором процесса вхождения иностранных заимствований в русский язык (издаваемые словари иностранных слов не поспевают за языковой практикой журналистов и к тому же оказываются недоступными для массового читателя).

Г.А.Волохина, З.Д.Попова

**“Тема речи” - основной смысл концепта “речевая деятельность”**  
(по данным синтаксиса)

В позиционных схемах высказываний с помощью тех или иных словоформ запечатлены наиболее важные смыслы конкретной ситуативной пропозиции, о которой говорится в данном высказывании. Например, для характеристики бытия объекта важнейшими являются смыслы *кто/что находится где*, для пропозиции самостоятельного перемещения агенса важнейшими являются смыслы *кто перемещается откуда куда*, для пропозиции воздействия агенса на объекта - основные смыслы *кто делает что* и так далее.

Ситуация речевой деятельности человека в русском языке описывается несколькими схемами, которые известны из описаний других пропозиций. Таковы, например, схемы *кто говорит как, кто говорит что, кто говорит что кому, кто говорит с кем, кто просит у кого, кто зовет кого* и

некоторые другие. Из таких схем можно вычленить несколько параметров ситуации речи, а именно: манера речи, речевое произведение, адресат речи, источник информации, собеседник, объект речевого воздействия. Но такие смыслы могут быть обнаружены и при описании других ситуаций, не только ситуации речевой деятельности.

Специфическим смыслом, рождающимся именно в ситуации речи ( а в дальнейшем - и мысли) является смысл “тема речи”. Для выражения этого смысла в течение нескольких веков подбиралась специальная словоформа, причем шел выбор из нескольких вариантов (*о чем, про что, за что, над чем, в чем, на чем и некоторых других*). В современном русском литературном языке практически утвердилось словоформа *о чем*. В просторечии еще бытует *про что*, украинизмом принято считать словоформу *за что* (поговорим за жизнь). Из схемы *кто говорит о чем* словоформа *о чем* включается во все прочие схемы высказываний о речевой деятельности, активно вытесняет другие формы (*остановился о чем, подчеркнул о чем и т.п.*). Если тему речи надо раскрыть более подробно, в высказывание вводится инфинитивный оборот или придаточная часть сложноподчиненного предложения.

Умению обозначать тему речи в высказывании надо специально обучать.

Т.Н.Голицына

### **Ментальные глаголы как средство языковой интроспекции**

В реальной действительности объективно существует недостаточность информации. Она только в том случае находит свое отражение в языке, если осознается самим субъектом (автором речи, говорящим). Речь идет о самоанализе, языковой интроспекции, т.е. самонаблюдении. Это некоторое интеллектуальное “изучение” себя переживающим данные процессы субъектом. При этом может выражаться та или иная степень неудовлетворенности субъекта. Мы имеем в виду языковую рефлекссию: я не уверен, правильно ли меня понял собеседник. Возможна информационная рефлексия: Я не знаю, насколько достоверно то, что я сообщил.

Рефлексивное отношение, обеспечивающее возможность ориентации автора высказывания в проблемных ситуациях, которые связаны с недостатком информации, можно рассматривать как часть субъективно-модальных оценок, соответствующих основным сферам человеческой психики: чувству, воле и разуму. В рефлексивном отношении индивид должен отдать предпочтение как минимум одной из двух альтернатив: знаю или не знаю, хочу или не хочу.

По мнению Л. Витгенштейна, человек всегда только верит, что знает, а любое мнение формируется на основе косвенных фактов, свидетельств, признаков. Нам представляется важным определить круг тех речевых

средств, которые берут на себя “груз” выражения рефлексивного отношения говорящего к ситуации дефицита информации. Можно предположить, что, в первую очередь, эту функцию выполняют так называемые ментальные глаголы (термин Вежибицкой). Их ряд в русском языке достаточно представлен: казаться, считать, полагать, думать, считаться, верить, признавать, допускать, воображать, чувствовать, представлять и некоторые другие.

Думается, что выбор говорящими ментальных глаголов свидетельствует о том, что содержание высказывания подвергается сомнению или вызывает несогласие. Присутствие в высказывании данных глаголов снижает степень достоверности содержания информации, его обоснованность, эмоциональную оценочность и категоричность.

Л.И.Дьяченко

### **Оценки фактов речи и лингвистические исследования**

Важной проблемой культуры речи, является, как известно, проблема оценки фактов речи. Внимание исследователей уже с 20-х годов было направлено на решение этой проблемы, а с 60-х годов это внимание заметно усилилось. Лингвисты внимательно следят за оценками языковых фактов в речи и используют их как источник исследования.

В последнее время в связи с появлением значительного количества новых языковых фактов все большее распространение получает схема научного познания, намеченная еще в работах Г.О. Винокура: языковой материал + оценки речи + лингвистическая интерпретация. Такая схема активно реализуется в современных культурно-речевых исследованиях.

Подобное использование оценок речи как источника лингвистических исследований в области современного языкового мышления находим в журнале “Русская речь”: оценки и лингвистическая интерпретация языковых фактов учеными позволяют выявить не только современный языковой вкус, но и противоречия между ним и устоявшимися нормами, а также дают возможность отграничить перспективные явления в развитии языка от явлений, которые выступают в качестве “саботажников” общения.

В нашем исследовании использованы наблюдения над оценками речи на телеэкране, в частности в программах “Женские истории”, “Герой дня”, “Герой дня без галстука”. В высказываниях ведущих этих программ, а также их героев - людей, как правило, с высоким культурным уровнем, часто присутствуют оценки речи: отрицательные /”Я не спикер, я председатель Государственной Думы”/, нейтрально-допускающие /”Не очень понятное это слово “реструктуризация”, но что поделаешь!”/, положительные ,”Образ, а точнее, имидж, как теперь часто говорят”/ и множество других вариаций оценки.

Учет оценок языковых факторов , которые носят достаточно

достоверный характер, помогает лингвистам достаточно объективно оценивать современное языковое мышление и своевременно включаться в процесс нормализации, если в этом возникнет необходимость.

Т.Г.Гуляева

### **Об овладении культурой речи**

Овладеть культурой речи - значит научиться адекватно соблюдать разные виды речевых связей:

- 1) логические - связь речи с объективным миром и мышлением;
- 2) психологические - связь речи с партнёрами общения;
- 3) функционально - стилевые - связь речи с ситуациями общения;
- 4) языковые - связь речи с нормами языка.

В культурной речи адекватно соблюдаются все связи, если же они нарушаются - мы имеем дело с ошибками.

В рамках культурной речи нельзя абсолютизировать какую - либо из связей. Но, с нашей точки зрения, связующим звеном для всех остальных знаний о культуре устной и письменной речи являются знания языковые, ибо человек, не знающий норм языка, никогда не сможет овладеть нормами культуры речи. Поэтому авторские разработки ведутся в данном направлении.

В наше время совершенствование речевой культуры актуально как никогда.

В.Н.Мусатов

### **Окончания существительных мужского рода в именительном падеже множественного числа**

У существительных мужского рода именительный падеж множественного числа имеет окончания -ы (-и), -а (-я), которые конкурируют между собой в течение двух с лишним столетий. Окончание -а(-я) более новое и разговорное, количество форм на -а неуклонно растёт.

С целью оценки нормативности с точки зрения носителей русского языка вариативных окончаний именительного падежа множественного числа существительных мужского рода был проведен эксперимент в двух группах по 16 человек каждая. Первая группа – студены 2 курса педколледжа и студенты-филологи 2 курса университета, возраст испытуемых 15-20 лет. Вторая группа – пенсионеры со средним специальным или высшим образованием, возраст 60-78 лет. Всем участникам эксперимента предлагались одни и те же существительные: а) существительные, у которых окончание -а признается нормативным: директор, доктор, жернов, катер,

купол, профессор; б) существительные, у которых формы с окончанием –а одинаково допустимы: отпуск, прожектор, слесарь, токарь, хлеб, якорь; в) существительные, у которых нормативным является окончание –ы: договор, инженер, месяц, офицер, торт, шофер.

### Результаты эксперимента

Группа	Нормативное окончание -а	Допустимое окончание –а и -ы	Нормативное окончание -ы
Младшая группа	15	-а-6, -ы-10	-а – 2, -ы –14
Старшая группа	16	-а-12, -ы-4	-а –9, -ы-7

Анализ данных эксперимента показал, что люди старшего возраста чаще, чем люди младшего возраста, отдают предпочтение формам на –а(-я). Это, видимо, можно объяснить тем, что период интенсивного получения знаний у людей старшего возраста приходится на 20-30 годы, когда литературный язык испытывал сильное влияние разговорной речи, где господствовали формы с окончанием –а. Эти формы и закрепились в сознании старшего поколения.

У людей младшего возраста период интенсивного получения знаний приходится на 80-90 годы, когда под влиянием книжных стилей языка активность окончаний –а снизилась.

Е.А. Правда

### Об одном типе пословиц в словаре В.Даля

В. Даль высоко ценил русские пословицы, в которых содержится отражение основных черт характера русского человека, традиционного образа его жизни, его дум и жизненных взглядов. Изучение пословиц и поговорок, собранных В.И.Далем, важно для повышения общего культурного уровня учащихся, формирования у них отношения к языку как к национальной ценности.

Хотим обратить внимание на одну из структурных разновидностей русских поговорок - пословицы и поговорки, представляющие собой односоставные признаковые предложения (ОПП), сообщающие о существовании где-либо тех или иных бессубъектных признаков-состояний (А.М. Ломов, 1994). Эта конструкция широко представлена в народной речи, широко используется в пословицах и поговорках.

Основным средством прямого обозначения признаков-состояний в ОПП служат краткие прилагательные на -о (-е). Однако в пословицах, собранных Далем, употребляются и многие формы, неизвестные современному русскому языку (некоторые из них не отмечены и в Словаре



живого великорусского языка В. Даля - бедовно, хлебовно, дворно, ссадно и др.) Из перечисленных средств прямой номинации признаков-состояний используются также предложные сочетания имен существительных (не до тебя, не без добра, за беду и др.), инфинитивы (видать, слышать), наречия (невдомек, недалече), предикативы (недосуг). Косвенная номинация признаков-состояний осуществляется с помощью междометий (ай -ай, охти), местоимений (как, так, эдак, каково, таково), а также с помощью конструкций - аналогов предложений или их свернутых вариантов (что без кошки, словно Мамай воевал, некуда ступить и т.д.)

Признаковые предложения отражают многие стороны жизни русского народа, но прежде всего народные воззрения на вопросы морали, межличностные отношения (Сгубить легко, да душе каково? Лихо тому, кто неправду творит, Стыдненько, да сытенько), на семейные отношения (Без детей тоскливо, с детьми возливо, В девках приторно, замужем натужно, А во вдовьей черед, что по горло в воде, Без жены, что без кошки, а без мужа, как без собаки, Холостому, ох-ох, а женатому ай-ай), на связь предметов и явлений в жизни (Коли грибовно, так и хлебовно, Где совестно, там и любовно) и многое другое.

В работе по развитию речевых навыков учащихся надо шире использовать материал В.И.Даля, приучать их к использованию пословиц и поговорок в речи. Важную роль играют пословицы и поговорки как компонент риторического выступления. Использование в речи пословиц и поговорок обогащает речь учащихся, делает ее более образной и выразительной.

М.Я.Запрягаева

### **Разговорно-просторечные и просторечно-диалектные элементы в повести А.Платонова "Сокровенный человек".**

Анализируя произведения А.Платонова, исследователи отмечают значительное своеобразие его языка. По мнению И.Бродского, Платонов писал на языке своей эпохи, сам подчинил себя языку эпохи, увидев в нем такие бездны, заглянув в которые однажды, он уже не мог более скользить по литературной поверхности.

Повесть "Сокровенный человек", написанная в 1928 году, также характеризуется самобытным языком, однако истоки этой самобытности - в отражении речи персонажей, выходцев из деревни и городских низов. Эту речь Платонов знал с детских лет: он родился и вырос в Воронеже, в Ямской слободе, в семье мастерового-железнодорожника. В текст повести органично вплетены разговорно-просторечные, просторечно-диалектные элементы и как веяние времени - канцеляризм, которые в его романах займут особое место, став "канцеляритом", своеобразным стилем, воплотившим "измученный, истерзанный язык митингов, наспех усвоенных политических

знаков, абстракций, извращенный какой-то молотилкой событий и страстей до явно политизированного жаргона" (Чалмаев В.А.).

В повести отмечены просторечно-разговорные элементы: жутко, акать, снегоочистка, спекульнуть, бухтеть, баба, переть, теории-практики не знаешь, по науке-технике делать, шуровать и другие. Большое место занимают просторечно-диалектные элементы, которые можно представить как: фонетические: фулюган, баланец (баланс), будя; грамматические: железа (мн.ч.), кровей (мн.ч.), захолодало, скулья, чучелы, покрасивше, тяжельше, ихний, ехай и другие; лексические: дюже, харчиться, прохаркнуться, сигать, избузовать, угомонить, ерепениться, притулиться, чухаться, ворочаться, шляться, разбалакаться, отчубучить,, окорот, пузо; фразеологизмы: весна уж в шинку дует, без сопливых обойдутся, на канате вошь тащут, не дуриком, жрать здоров, до всего досужая, ряжку налопать и другие. "Канцелярит" отражен в повести незначительно: "закурил для ликвидации жажды", "удостоверил он самому себе", "надлежало быть в 16 часов", "проголодавшись вследствие отсутствия хозяйки" и другие.

Отмеченные особенности языка требуют специального анализа при изучении этого произведения в школе.

Т. И. Полюкова

### **Обращение в разговорной речи детей среднего школьного возраста**

Обращение в русской речи выполняет две функции - аппеллятивную и экспрессивную, то есть, выражает не только призыв к адресату, но и отношение говорящего к нему. Нами было проведено анкетирование учащихся VI и VIII классов с целью выявить способы обращения, характерные для разговорной речи школьников в различных коммуникативных ситуациях.

Проанализируем варианты обращения в ситуации коммуникативного равенства. Девочки к девочкам обращаются по именам: Лена, Наташа, Оля. Девочки мальчиков называют по именам или по фамилиям. Мальчики при обращении к мальчикам употребляют преимущественно имена, образованные с помощью просторечных суффиксов: Толян, Сашок, Илюха; часто - клички: Леденец (от фамилии Леденёв), Димедрол (название лекарства созвучно с именем Дмитрий), Буре (мальчик увлекается хоккеем), Эскимос (всегда тепло одевается); реже - производные от имён путём усечения основ: Ер (от Ярослав), Рус (от Руслан). Мальчики девочек называют по именам и по фамилиям, клички употребляют редко. При этом мотивы номинаций не отличаются разнообразием - клички произведены от фамилий: Пенка (от Пенкина), Явка (от Явкина).

Обратимся к ситуации конфликта. Девочки девочек зовут по фамилиям или по именам с пренебрежительным суффиксом -к- : Лилька, Машка. Девочки мальчиков называют по фамилиям. Мальчики к мальчикам

обращаются междометиями: эй, ну; к девочкам - по фамилиям.

Рассмотрим ситуацию, в которой говорящий хочет продемонстрировать особое расположение к собеседнику. У большинства девочек и мальчиков функцию обращения к ровесникам своего и противоположного пола выполняют имена с уменьшительно-ласкательными суффиксами: Ленуська, Женечка, Славик.

Таким образом, дети среднего школьного возраста в качестве обращения к ровесникам употребляют имена, фамилия, клички и междометия. Выбор слова зависит от коммуникативной ситуации и пола ребёнка

Садик Гуммер Аббуд.

### **Сходства и различия между арабскими и русскими именами**

Если мы проведем сравнение русских имен, отчеств и фамилий с арабскими компонентами собственного имени в прошлом и настоящем, то заметим общность между ними. Так, имена в обоих языках в прошлом имели одинаковый характер развития. Во время язычества люди (как русские, так и арабы) давали детям имена птиц, животных и природных явлений – такие, как: Жиру (щенок), Бульбуль (соловей), Джабаль (гора) у арабов, Волк, Заяц, Медведь, - у русских. В дальнейшем собственные имена в этих языках появились в зависимости от определенных внешних условий. Их давали из религиозных соображений: Мухаммед, Иса (Исус), Юсиф, Марям – у арабов, и Исус, Мария, Иосиф – у русских. Как в арабском, так и в русском языках возникали двойные имена. Например: Треня Ус, Бажен Кулак, Ветро Теленок – у русских; Нур – алльхуда, Абд – аррахман – у арабов. Но в русском языке таких имен очень мало.

Старые двойные имена являлись единым целым и могут рассматриваться как простые имена, а новые двойные имена являются просто модными, хотя их очень редко используют. Что касается двойных имен в русском языке, то, как правильно заметил Н.М. Тупиков, старые русские имена “указывают на происхождение известного лица, род его занятий, черту характера и т.д.”, т.е. они следовательно, всегда были конкретнее предшествующих им русских имен (ср.: Дружинко Тумак, Бажен Кулак и подобные), или они являлись определением к ним (см. предшествующие примеры, а так же Упырь Лихой, Добрыня Долгой).

Взаимоотношения официальных и неофициальных форм собственных имен изменяется от народа к народу, от эпохи к эпохе.

Как и в русском, в арабском языке усеченные имена носят чаще всего неофициальный характер. Хотя арабских усеченных имен составляют лишь 10% от имен, но они используются в роли ласкательных, уменьшительных и уничижительных, поэтому в неофициальной речи используются крайне редко. Несколько усеченных арабских имен использовались 20-25 лет назад

в деревнях и в официальной сфере, но сейчас они совсем не встречаются. По сравнению с арабскими неофициальными именами, русские усеченные личные имена в современном русском языке гораздо чаще употребляются в неофициальной сфере отношений, а по отношению к детям - и в официальной сфере. По наблюдению ученых, к таким русским именам, как Александр, Иван, Петр, Мария и др. можно подобрать в современном употреблении от 150 до 200 – обиходных слов – имен, например: Петр – Петенька, Пека, Пета, Петака, Петан, Петанечка, Петаня, Петаха, Петачек, Петашка, Петик, Петище, Петка, Петок, Петоха, Петоша и т. д. (более 160 имен); Мария – Манека, Манечек, Манечка, Манча, Манчик, Манюра, Манюрка, Манюронька, Манюша, Манява, Машка и др. (всего 217 имен). В арабском языке такого разнообразия разговорно – обиходных форм личных имен нет.

Таким образом, сопоставление русского именника с арабским именником показывает, что в русском именнике в его прошлом и настоящем гораздо больше национально – культурной специфики по сравнению с той, которую описали в книге “Язык и культура” Е.М. Верещагин и В.Г. Костомаров, ориентируясь на западно – европейские языки.

К.В.Харченко

### **Генезис стереотипа: самоидентификация "человека власти" в большевистской России 1918-1920 гг.**

Забота советского государственного аппарата о новом облике, отличном от облика прежнего российского чиновничества, диктовалась положением, в которое он был поставлен – советским служащим предстояло, во-первых, претворять в жизнь "социалистические преобразования", а во-вторых, что не менее важно, стоять у основ системы распределения и пользоваться правом первоочередного доступа к материальным благам. Архивные документы первых послеоктябрьских лет свидетельствуют о процессе самоидентификации лиц, связанных с управленческой деятельностью – формировании представлений о своем месте в обществе, что было невозможно без оглядки на личные качества их коллег. Как результат самоидентификации выработывался стереотип – схематизированный образ окружающей действительности (см. *Ментальность россиян... - М., 1997. – С.13*).

Особенностью сознания служащих советского аппарата стало стремление показать народный характер власти. Отсюда отказ от прежних традиций делового стиля, его упрощение, а иногда и огрубение. К примеру, следствием упрощения стиля являлось изменение конечных формулировок официальных писем. Обороты типа "С истинным высокопочитанием честь имею оставаться Вашего Высокородия покорнейшим слугою" сменяется на более емкое выражение "С коммунистическим приветом", или же подобная

заключительная фраза полностью отсутствует.

Также деловой стиль отражал поляризацию оценочных категорий в рамках языкового противопоставления "я" (или "свой") — "чужой". С одной стороны, происходила идеализация лиц, занимающих важные должности. В частности, секретарь Исполкома кубанской станицы, составляя протокол собрания, так характеризовал действия шефа: "...Гурский как революционный борец произнес гениальную речь, что пало старое правительство..." (*Гос. архив Краснодарского края, ф.Р-975, оп.1, д.2, л.56 об.*). Внимая идеологическим догмам и похвалам подчиненных, "человек власти" начинал искренне верить в свою многозначительность. Так, коммунист О. (г.Короча) мотивировал просьбу выдать ему мануфактуру тем, что он "не отнекивался, а поехал [В Курск] не на словах, а на деле, как честный революционер и партийный работник..." (*Белгородский областной ЦДНИ, ф.986, оп.1, д.5, л.95-95 об.*). С другой стороны, допуская завышенную самооценку лиц своего круга, новая мораль не останавливалась и перед уничижительной критикой тех представителей власти, кто в чем-либо провинился (*грязная личность, своим поведением чернят партию*), не говоря уже об идейных врагах (*некто шовинист Плеханов*).

М.В.Барышева

### **Роль вводных конструкций в акте коммуникации**

В своей жизни человек пользуется речью для того, чтобы воздействовать на сознание, на чувства других людей для достижения цели, обусловленной определенными потребностями. При этом говорящий не только сообщает о чем-то, но и выражает свое отношение - с одной стороны, к тому, что он говорит, а, с другой стороны, к адресату, выражая то, называют субъективной модальностью. Одним из средств выражения субъективной модальности, а также прагматической организации текста являются вводные слова, сочетания и предложения.

Основная функция в данном аспекте – обеспечение прагматического взаимодействия адресанта и адресата (адресатов). Выполняя данную функцию, они передают различные прагматические смыслы (привлечение внимания собеседника, вовлечение в сопереживание, установление контакта и т.п.). В зависимости от конкретных речевых факторов (цель высказывания, речевой или социальный статус говорящих и т.д.) для передачи прагматических смыслов применяются определенные подгруппы вводных слов и предложений.

Общество предписывает своим членам использовать для общения в определенных ситуациях конкретные варианты речевого поведения. Преднамеренное (или непреднамеренное) нарушение общепринятых норм общения может отрицательно повлиять на микроклимат в обществе, привести к социальным и другим конфликтам. Для того, чтобы не допустить этого, особенно важно соблюдение этики речи в целом. Так, удачно найденное вводное слово, сочетание или предложение могут снять напряженность тона изложения. Например, фраза “Ваша просьба не может быть удовлетворена по следующим причинам” весьма категорична, а ее этикетная редакция: “К сожалению, Ваша просьба не может быть удовлетворена” - заметно снижает напряженность текста, помогает избежать конфликтной ситуации. К соблюдению этикетных норм относятся проявления таких качеств, как вежливость, внимательность, тактичность, доброжелательность. Употребление вводных конструкций играет в этикетном речевом поведении одну из важнейших ролей.

Т.В.Фомина

### **Вводные конструкции с точки зрения их стилистической принадлежности**

Среди вводных конструкций в русском языке есть и исключительно разговорные (почитай, воля твоя, кроме шуток, в общем и целом, неровен час, грешным делом, чего доброго, как на беду, как нарочно и под. ), и употребляемые преимущественно в научной речи ( в частности, по мнению кого-то, вполне очевидно, по выражению кого-то и под.). Необходим словарь вводных конструкций со стилистическими пометами, обеспечивающими пользователю правильное употребление вводных конструкций в речи.

Чаще всего в толковых словарях обычного типа стилистическая помета вводного слова или конструкции дается в начале словарной статьи, например:

*Вероятно* (разг.) По-видимому, надо полагать, можно думать.

В шесть часов я, вероятно, буду дома.

В предлагаемом нами образце словаря русских вводных конструкций стилистическая характеристика единицы будет даваться таким образом:

*Например.* Стилистически не ограничено.

*В частности.* Стилистически не ограничено, но предпочтительнее в книжной речи.

*Воля твоя.* Стилистически ограничено. Употребляется преимущественно в разговорном стиле.

Н.И.Белоусов

### **Орфографическая рекомендация**

Правила написания сокращений типа НИИгеофизика, ВНИИкоммунмаш и под., часто встречающихся в технической литературе, точно не определены “Правилами русской орфографии и пунктуации”. Устанавливаются написания только каждой отдельной части: аббревиатуры типа НИИ пишутся прописными буквами, а слоговые части сокращений типа лесосплав, геофизика – строчными. Однако, объединяясь в одно слово, по правилам русской графики такие слова должны писаться одинаковыми буквами.

При оформлении данного сокращения возникают две проблемы.

Первая, когда аббревиатура является одним словом, возможны три варианта написания: НИИкоммунмаш – вторая часть пишется строчными буквами, НИИКоммунмаш – первая буква второй части прописная, НИИКОММУНМАШ – все буквы прописные.

Другая проблема – слитное и раздельное написание частей: НИИфизики и НИИ физики. Внутри этого типа функционируют две структурные разновидности – вторая часть оформлена именительным падежом – НИИфизика или как отдельное слово (в род. пад.) – НИИ физики.

Орфографические выводы могут быть такими. В случаях, когда наименование получило морфологическую оформленность слова, оно должно было бы писаться с прописной буквы в начале слова - Ниифизика. Но учитывая, что буквенная аббревиатура НИИ согласно “Правилам русской орфографии и пунктуации” должна писаться прописными буквами (и такое написание закрепилось), следует сохранить эту орфографию и в словах типа НИИэлектромаш. Обычно вторая часть таких образований – слоговые сокращения: маш, строймаш и под. Такое написание дает возможность разграничивать зрительно буквенные и слоговые части кратких наименований. В тех же случаях, когда объединения в одно слово нет, что грамматически выражается формой родительного падежа второй части сокращения, следует писать такие наименования раздельно в соответствии с действующими правилами – НИИ электромеханики, НИИ труда, ВНИИ стройматериалов.